



Autores

**Mario David Otálvaro Ruales
María Alejandra Soto Guarnizo**

Tutores

**Jaime Eduardo Londoño Motta
Luis Felipe Vergara**

**Javier Adolfo Aguirre
Jose Andrés Moncada**

Proyecto de Grado II

Diseño de Medios Interactivos



TABLA DE CONTENIDO

- [1. Planteamiento del Problema](#)
- [2. Pregunta de Investigación](#)
- [3. Objetivos](#)
 - [3.1 Objetivo General](#)
 - [3.2 Objetivos Específicos](#)
- [4. Justificación](#)
- [5. Hipótesis](#)
- [6. Categorías de Conceptuales](#)
- [7. Marco de Referencia Teórico](#)
 - [7.1 Interculturalidad](#)
 - [7.2 Identidad Urbana](#)
 - [7.3 Diseño Social](#)
 - [7.4 Diseño de experiencias](#)
 - [7.5 Diseño Participativo \(Co-Design\)](#)
 - [7.6 Estado del Arte](#)
 - [7.7 Conclusiones de Marco Teórico y Estado del Arte](#)
- [8. Trabajo de Campo](#)
 - [8.1 Introducción](#)
 - [8.2 Objetivos](#)
 - [8.3 Metodología](#)
 - [8.4 Instrumentos de Investigación](#)
 - [8.5 Descripción de la muestra](#)
 - [8.6 Análisis de Resultados](#)
 - [8.7 Conclusiones del trabajo de campo](#)
- [9. Determinantes de diseño](#)
- [10. Alternativas de diseño](#)
- [11. Prototipo](#)
 - [11.1 Idea](#)
 - [11.2 Taller de Diseño Participativo](#)
 - [11.3 Conclusiones del Taller de Diseño Participativo](#)
 - [11.4 Propuesta](#)
- [12. Propuesta Final](#)

12.1 Introducción

12.2 Concepto de diseño

12.3 Metáfora

12.4 Diseño de identidad de marca

12.5 Arquitectura de la Información

12.6 Secuencias de Uso

12.6.1 Acceso

12.6.2 Baraja de cartas

12.6.3 Perfil y amigos

12.6.4 Recibir carta

12.6.5 Tienda e inventario

12.6.6 Mapa y notificaciones

12.7 Factores de Innovación del diseño

12.8 Alcance

13. Viabilidad

13.1 Viabilidad técnica

13.1.1 Proceso de producción

13.1.2 Tiempos de ejecución

13.1.3 Equipos de trabajo

13.2 Viabilidad económica

13.2.1 Costos de producción

13.2.2 Modelo Canvas

13.2.3 Usuarios finales

13.2.4 Tamaño del mercado

13.2.5 Estrategia de Mercadeo

13.2.6 Modelo de monetización

14. Pruebas de usuario

14.1 Pruebas de usuario preliminares

14.2 Pruebas de usuario finales

15. Conclusiones

16 Referencias Bibliográficas

INDICE DE GRÁFICOS

[Gráfica 7.3. The Social Implication Design Method.](#)

[Gráfica 7.4 A three level hierarchy of goals](#)

[Gráfica 7.5.1 Ways we can learn from people](#)

[Gráfica 7.5.2. Levels of need](#)

[Gráfica 7.5.3. What people say, do and make](#)

[Gráfica 7.6.1: Cadena de favores.](#)

[Gráfica 7.6.2: Sneaky Cards.](#)

[Gráfica 7.6.3: Dumb Ways To Die.](#)

[Gráfica 8.6.1 Distribución de la muestra por Sexo.](#)

[Gráfica 8.6.2 Distribución de la muestra por Edad.](#)

[Gráfica 8.6.3 Distribución de la muestra por Ocupación.](#)

[Gráfica 8.6.4 Distribución de la muestra por Instituciones Educativas.](#)

[Gráfica 8.6.5 Importancia de las formas de ver el mundo.](#)

[Gráfica 8.6.6 Elementos de la sociedad intercultural.](#)

[Gráfica 8.6.7 Conocimiento de casos de violencia Intercultural en el entorno.](#)

[Gráfica 8.6.8 Conocimiento de iniciativas interculturales del gobierno.](#)

[Gráfica 8.6.9 Conocimiento de iniciativas interculturales privadas.](#)

[Gráfica 8.6.10 Importancia iniciativas interculturales públicas y privadas.](#)

[Gráfica 8.6.11 Pertinencia de la implementación de una campaña de sensibilidad intercultural por medios tecnológicos.](#)

[Gráfica 8.6.12 Nivel de aprobación frente a problemáticas interculturales.](#)

[Gráfica 8.6.13 Empleo de lenguaje discriminatorio entre amigos.](#)

[Gráfica 8.6.14 Motivos del trato discriminatorio en Cali.](#)

[Gráfica 8.6.15 ¿Genera el trato discriminatorio intolerancia?](#)

[Gráfica 8.6.16 Medios de los cuales disponen los usuarios.](#)

[Gráfica 8.6.17 Plataformas donde el usuario invierte más tiempo.](#)

[Gráfica 8.6.18 Plataformas consideradas óptimas para intervenir el problema.](#)

[Gráfica 10.4.1 Propuesta.](#)

1. Planteamiento del Problema

A partir de la década de los 70's, en América Latina en países como Guatemala, Nicaragua, Honduras, Perú y Colombia se gestaron una serie de cambios en las estructuras sociales debido a conflictos culturales¹, donde se vivió todo un proceso de reconocimiento mediante leyes y algunos cambios a las Constituciones que llevaron al diálogo intercultural². A partir de estos procesos, la Constitución Política de Colombia de 1991, en su Artículo 7, señala que: *“El Estado reconoce y protege la diversidad étnica y cultural de la Nación colombiana”*. De esta manera, la interculturalidad se establece a través de barreras sociales e históricas, generando la posibilidad de que las diversas culturas interactúen entre sí mostrando su propia identidad y reconociendo su diversidad en un marco de igualdad y respeto.

A nivel internacional se vela por este concepto a través de organismos como la Carta de las Naciones Unidas (1945), que en su artículo 1, punto 2, establece que uno de sus propósitos es: *“Fomentar entre las naciones relaciones de amistad basadas en el respeto al principio de la igualdad de derechos y al de la libre determinación de los pueblos, y tomar otras medidas adecuadas para fortalecer la paz universal”*.

¹ **Cultura:** *“la cultura puede considerarse actualmente como el conjunto de los rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o un grupo social”*. UNESCO

² **Interculturalidad:** La Interculturalidad es la interacción entre culturas que se traduce en un intercambio bajo igualdad, un dialogo entre las mismas que lleve al respeto y el desarrollo para todas las partes, Catherine Walsh.

Por otro lado, Según Manuel Delgado (1993), la Identidad Urbana se establece en torno a la interacción y las representaciones de los integrantes de un contexto urbano. Santiago de Cali es una de las ciudades con mayor diversidad cultural de Colombia, lo que implica que su identidad como contexto urbano se establece en torno a su diversidad. No obstante, en la ciudad se sufre las consecuencias de la intolerancia y discriminación, las cuales desembocan generalmente en violencia en cualquiera de sus formas y en discriminación social y laboral.

Un ejemplo de esto son los datos de la percepción general, Mauricio Vásquez (2013), coordinador del programa *Cali Cómo Vamos*, pone en evidencia en un análisis que los caleños se perciben a sí mismos como poco respetuosos de la vida de los demás, los bienes públicos y las normas ciudadanas. Además, muestra la calificación que tiene la ciudad en términos de respeto a las mujeres, a los niños, a las minorías y a la vida, llegando a resultados donde se ve que, de una escala de uno a cinco, la mayor parte de la gente calificó con uno y dos, es decir, muy mal.

Al mismo tiempo, Vásquez afirma que esta calificación viene de la experiencia de cada persona en la ciudad, lo que se refleja en los registros de la Policía, que evidencian que 22 personas son capturadas a la semana por problemas de intolerancia, y en promedio son recibidas 500 llamadas diarias a la línea de atención 123 por riñas en la ciudad. Adicionalmente, en el año 2013 se llegó a la cifra de más de 7000 personas heridas en medio de riñas, además, el observatorio social de la Alcaldía de Cali estima que el 20% de los homicidios se relacionan con problemas de intolerancia, lo que demuestra que la intolerancia termina frecuentemente en actos violentos.

Así mismo, la intolerancia también puede verse reflejada en problemas de discriminación social en comunidades como la LGBT, grupos indígenas y afrocolombianos. De igual forma, es observada en la mujer, como lo demuestran innumerables casos reportados por diferentes fuentes, donde se les restringe el acceso a las discotecas y a su vez, son víctimas de maltrato verbal, físico e incluso de asesinatos, tal y cómo lo explica María Catalina Gómez Dueñas (2000), en su artículo de investigación: “*Sexualidad y violencia. Crímenes por prejuicio sexual en Cali. 1980 - 2000*”. Igualmente, el periódico El Tiempo, muestra la cifra de 67 asesinatos de miembros de la comunidad femenina entre 2006 y 2007.

Por otro lado, el estudio elaborado por el Centro Nacional de Consultoría (2014), “*Diversidad laboral e inclusión en el sector empresarial colombiano*”, dirigido a la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID), muestra que en el ámbito laboral, las minorías, en especial la población afro e indígena, ocupan alrededor del 7% de los altos cargos, lo que lleva a que se encuentren marginados laboralmente, además de presentar una baja tasa de empleabilidad.

Se hace necesario entonces el diseño y la implementación de mecanismos que pongan en marcha los planteamientos teóricos de la ONU, la Constitución Política de Colombia y otros manifiestos que protegen y velan por propósitos de interculturalidad, tolerancia y paz, como los programas de seguimiento que presenta la Secretaría de Desarrollo Territorial y Bienestar Social de la ciudad de Cali (2014), con sus ejes: mujer, etnias y poblaciones.

Para el cumplimiento de dichos propósitos, la Secretaría plantea estrategias que buscan una mayor inclusión laboral, social, y de formación para el trabajo, como por ejemplo, muestras

culturales, educación, fortalecimiento de los derechos, saberes étnicos, y otros objetivos que varían según la población trabajada. Al mismo tiempo, la Secretaría de Cultura y Turismo implementa el Plan Decenal de Cultura de Santiago de Cali 2015 - 2025: “*Cali, hacia un territorio intercultural*”³, donde participan los actores, creadores y gestores del sector cultural de la ciudad y se da a conocer un instrumento de planificación que busca promover y afianzar el desarrollo cultural en el Municipio.

Sin embargo, en el marco del respeto y la igualdad entre las diferentes representaciones y formas de pensar trasladado a la acción, dicha labor queda rezagada o con impacto poco percibido por la comunidad, lo que hace necesario entonces el trabajo de ONG’s como “*Chao Racismo*”, entre otras, para fomentar los elementos interculturales con efectos en múltiples ocasiones poco percibidos o controvertidos, por lo cual, desde perspectivas diferentes se requiere el desarrollo de nuevas soluciones.

La problemática tiene peculiar impacto en las edades en que, según la “*Teoría de Desarrollo Psicosocial*” de Erik Erikson (1950), se produce una búsqueda de identidad, pues según esta identidad individual, se construyen las representaciones y prácticas que en conjunto constituirán la identidad de la ciudad. Dicho apartado configura un punto determinante en la cadena de intolerancia que puede dar un punto de quiebre, sin embargo, aquí la problemática ya tiene protagonismo tal y como lo pone en evidencia Patricia Gómez Etayo (2015), en su ponencia: “*Narrativas de jóvenes escolarizados en Cali 2013 - 2015*”, en el 2º Simposio Internacional de

³ **Plan Decenal de Cultura de Santiago de Cali 2015 - 2025 “Cali, hacia un territorio intercultural”:**
http://www.cali.gov.co/publicaciones/plan_decenal_de_cultura_de_santiago_de_cali_pub

Postgrados en temas y problemas de investigación en educación. Retos y desafíos de la educación en la época de la inclusión y la interculturalidad de la universidad Javeriana de Cali. En esta presentación expone la comprensión del traspaso de la violencia social y política, a las formas de violencia presentes en la escuela.

El fenómeno de la violencia escolar en las últimas décadas pasó a ser prioritario por las consecuencias que este tipo de conductas traen; aumentando paulatinamente el número de demandas por maltrato físico, emocional o psicológico entre adolescentes escolares, el número de casos por agresiones físicas que incluso han cobrado la vida de varios estudiantes. (Patricia Gómez Etayo, p.2)

Queda por aclarar que, cifras como las que presenta la tesis de pregrado de Fardy Pérez(2013): “*La violencia estudiantil en Santiago de Cali. Estudio de Caso Institución Educativa Eustaquio Palacios entre los años 2007 - 2010*”, donde el 30% de los estudiantes faltan a clases por motivos de violencia, y el 40% de ellos sienten inseguridad en el aula del plantel, acompañan a las de la Personería Municipal (2010), que en su estudio muestran las dimensiones del problema, señalando que, en los estudiantes de 42 instituciones educativas:

El 60% de los encuestados manifestó haber sido víctima de hostigamientos. El 62% de los encuestados manifestó ser víctima de manipulación social. El 12% de los encuestados manifestó ser víctimas de coacción. 11 estudiantes manifestaron haber sido discriminados por su preferencia sexual u homobullying. El 17% de los encuestados manifestaron ser víctima de Cyberbullying. El 45% de los estudiantes encuestados manifestó haber conocido compañeros que han vivido algún tipo de acoso escolar.

2. Pregunta de Investigación

¿Cómo promover la Interculturalidad como determinante de Identidad Urbana en jóvenes entre 15 a 25 años, en procesos de educación media y superior, en la ciudad de Cali, a través del diseño de experiencias interactivas?

3. Objetivos

3.1 Objetivo General

Promover mediante experiencias interactivas, una sensibilización eficiente en torno a la Interculturalidad como determinante de Identidad Urbana, en jóvenes entre 15 a 25 años, en procesos de educación media y superior, en Santiago de Cali.

3.2 Objetivos Específicos

1. Identificar contenido que permita un acercamiento y profundización de la problemática intercultural en Cali, específicamente en el público objetivo.
2. Identificar las soluciones desde la perspectiva de los medios interactivos que pueden relacionarse con la problemática de discriminación cultural en Cali.

3. Realizar una caracterización de la población objetivo respecto a la Interculturalidad y las tecnologías digitales.
4. Aplicar los resultados arrojados de la investigación para el desarrollo de un producto interactivo con impacto social.

4. Justificación

A pesar de múltiples campañas y proyectos para la tolerancia cultural, la Interculturalidad como determinante de Identidad Urbana sigue siendo una problemática en búsqueda de soluciones cada vez más eficaces pues según el informe de la UNICEF (2011) “*Violencia escolar en América Latina y el Caribe. Superficie y fondo*”, estas iniciativas terminan siendo insuficientes ya que actúan siempre de la misma forma.

Cabe señalar que los procesos de sensibilización y cambio hacia una sociedad que se construya, se identifique y se represente en el respeto, pueda contribuir a la tolerancia de diferentes culturas o formas de pensar. Se podría minimizar el número de casos violentos, además garantizar una inclusión laboral, e integridad social en cualquiera de sus componentes, si se interviene adecuadamente.

Un cambio de esta envergadura debería afectar todas las edades, sin embargo, este proyecto se enfoca en la población de jóvenes adultos, que según la Ley Estatutaria (2013) “1622 de 2013”, se encuentran entre los 14 y 28 años, tomando únicamente la franja de edad de 15 a 25, en procesos de educación, que los define como individuos que consolidarán el futuro de la ciudad.

Además, el artículo 3, punto 8⁴ de la misma ley, se puede contrastar con la “*Teoría de Desarrollo Psicosocial*” de Erikson (1950), pues según esta, alrededor de los 20 años es donde se forja identidad del individuos, así que, si se interviene en las experiencias que hacen parte de la constitución de esta identidad se puede generar una sensibilización efectiva.

La perspectiva del diseño de medios interactivos ofrece horizontes inexplorados desde donde se puede intervenir en los principales medios de impacto que actualmente existen entre el público objetivo, desarrollando experiencias interactivas bajo el diseño centrado en el usuario que le permite un mayor entendimiento del mismo, y que hasta el momento han sido poco implementadas en la ciudad.

Algunos ejemplos del empleo de este tipo de estrategias son los proyectos: *Cine para todos*⁵, o *Háblame*⁶, que han sido impactantes, efectivos y eficientes en sus problemáticas, por lo cual abren la posibilidad de la aplicación en el ámbito de la Interculturalidad, de soluciones mediadas por la tecnología que pueden llegar a tener un gran impacto y una elevada eficiencia, como bien decía Einstein, “*si buscas resultados distintos, no hagas siempre lo mismo*”.

⁴ **LEY ESTATUTARIA 1622 DE 2013:** Artículo 3. Punto 8. **Diversidad.** Los y las jóvenes deben ser reconocidos en su diversidad bajo una perspectiva diferencial según condiciones sociales, físicas, psíquicas, de vulnerabilidad, discriminación, diversidad étnica, orientación e identidad sexual, territorial cultural y de género para garantizar la igualdad de oportunidades a todas las personas jóvenes.

⁵ **Cine para todos:** hace parte de una iniciativa TIC liderada por el Ministerio TIC para la discapacidad. Implementando nuevos espacios de entretenimiento mediados por facilidades de inclusión que brinda el manejo de la tecnología a personas con discapacidad visual y auditiva <http://mintic.gov.co/portal/vivedigital/612/w3-propertyvalue-7036.html>

⁶ **Háblame:** plataforma web que brinda la posibilidad de comunicarse con personas sordas sin necesidad de saberse el lenguaje de señas <http://www.hablameapp.co/>

De acuerdo con esto, la implementación de actividades de sensibilización por medio de herramientas sociales interactivas son un factor que poco se ha explorado localmente y que ha demostrado tener un gran impacto en el público objetivo. Además, ante la necesidad de generar una sensibilización efectiva no alcanzada por campañas convencionales, se convierten en una salida convincente por su potencial innovador capaz de generar experiencias de impacto y a su vez masivas.

Finalmente, realizar un proyecto con estas características, sería una contribución considerable a un estado del arte aún por construir, donde los conceptos y resultados que se obtengan pueden llegar a ser aplicables y escalables a otras problemáticas y zonas geográficas, además de otras áreas relacionadas con la cultura.

5. Hipótesis

Con el constante cambio tecnológico, se abren las puertas a nuevos horizontes, donde la ciencia ficción cobra un papel importante para la creatividad y la innovación al momento de experimentar con el manejo de las herramientas interactivas. Por ejemplo, las tecnologías ópticas, las redes sociales, realidad aumentada entre otras tecnologías interactivas, pasan a ser mecanismos que pueden resultar muy eficientes al momento de transmitir una experiencia de sensibilización social que interiorice en el usuario.

Por esto, se cree que el desarrollo de un proyecto de inmersión social donde se implementen

técnicas de interacción colectivas y de diseño participativo permitiría la evaluación de una experiencia que disminuya las barreras sociales, en pro de la sensibilización de la Interculturalidad como determinante de Identidad Urbana en la ciudad de Santiago de Cali. Además, se tiene la creencia que la exposición de la solución debería hacerse por interacciones sociales y que los mismos usuarios fuesen el medio de transmisión, asimismo que requieren involucrarse tanto física como digitalmente.

6. Categorías Conceptuales

- Interculturalidad.
- Identidad Urbana.
- Diseño Social.
- Diseño de experiencias.
- Diseño Participativo.

7. Marco de Referencia Teórico

7.1 Interculturalidad

El concepto de Interculturalidad tiene una vital importancia para el proyecto, pues es el corazón del problema a tratar. Esta idea enmarca la manera sobre cómo deben ser las relaciones que se establecen en la red de lo urbano en un marco de tolerancia, respeto e igualdad. Éste es el

punto de partida para definir y entender el problema, además de que constituye la base para las posibilidades de intervención.

Según Catherine Walsh (2005), la Interculturalidad es la interacción entre culturas que se traduce en un intercambio bajo igualdad; un proceso en construcción que debería enmarcarse en la permanente relación, comunicación y aprendizaje entre individuos que conlleve al respeto mutuo y al desarrollo de cada uno independientemente de sus características sociales o culturales. Para la comprensión del concepto, es importante precisar qué se entiende por Cultura, pues puede decirse que es un concepto ambiguo en el que caben muchas interpretaciones.

Para este proyecto se tiene como guía el planteamiento de la Unesco (1982), que establece que *“la cultura puede considerarse actualmente como el conjunto de los rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o un grupo social”*, y la diversidad de aspectos que entretejen la sociedad actual, pues convergen diversidad de género, etnia, clase social, religión y en general pensamientos diferentes.

Este concepto nos permite visualizar el término más allá de las características étnicas, tradiciones, folklore y patrimonio material, incluyendo componentes como ideologías, pensamientos, cosmovisiones, rasgos distintivos, preferencias sexuales y las diversas concepciones de los grupos sociales. Además, es importante resaltar que estos elementos también se extrapolan a un nivel individual.

En síntesis, para esta investigación la definición de cultura son las representaciones y prácticas que retratan a un individuo en el mundo y la forma como se relaciona con otras formas de verle. Por consiguiente, se va estableciendo un marco donde se puede definir una interculturalidad equitativa e incluyente para todos. Tal como lo señala Aleida Álvarez (2014), el término Interculturalidad a nuestro tiempo trasciende las barreras sociales y étnicas de las entidades históricas, y mira las sociedades como culturas vivas, entidades en movimiento que aportan mucho más que tradición.

Entendemos pues, que la cultura es un concepto subjetivo relativo a las identidades de diferentes grupos, y sus relaciones son un aporte a algo mucho más grande. Además, dichas relaciones se crean y deberían estar bajo el contexto de la igualdad como guía para la convivencia en un mismo lugar, y esto le da al proyecto una construcción de lo que se considera como urbano, y las condiciones donde esto crea su identidad.

7.2 Identidad Urbana

Se hace importante establecer un marco en el que las interacciones puedan tener lugar, un espacio ligado a los sucesos del día a día de las personas, donde un gran número de estos individuos compartan y generen actividades que propicien el choque cultural, y que por medio de este construyan todo un escenario. Por esto, para este proyecto, el estudio de estas relaciones va

ligado a lo urbano y a la identidad que se construye mediante el pensamiento colectivo de los individuos de este entorno.

En primer lugar cabe destacar la diferencia entre lo Urbano y Ciudad, la cual según Manuel Delgado (1992) se basa en que ciudad hace referencia a las características demográficas y físicas del ambiente, mientras que lo urbano se sienta sobre la construcción de las relaciones de sus componentes que son poco estables, hace referencia al estilo de vida de los individuos de la ciudad.

La ciudad no es lo urbano. La ciudad es una composición espacial definida por la alta densidad poblacional y el asentamiento de un amplio conjunto de construcciones estables. Una colonia humana densa y heterogénea conformada esencialmente por extraños entre sí. La ciudad, en este sentido, se opone al campo a lo rural, ámbitos en que tales rasgos no se dan. Lo urbano, en cambio, es otra cosa: un estilo de vida marcado por la proliferación de urdimbres relacionales deslocalizadas y precarias. (Manuel Delgado, 1992, p.23)

La idea de lo Urbano, Según Delgado (1992), puede verse como el establecimiento de las relaciones sociales entre las personas, teniendo en cuenta el espacio donde interactúan, lo que hace de los seres humanos pequeños instrumentos de generación y fortalecimiento de Identidad. Un mismo espacio simbólico productor de encuentros y desencuentros, un corazón que se llena de distintas percepciones y deseos en constante transformación como parte de un todo.

Lo anterior nos da la estructura de lo urbano, pero se hace necesario entrar en el cómo se perciben estas relaciones sociales y sus implicaciones dentro de la misma; cómo surgen, qué producen y de qué manera a partir de las mismas se construye una identidad.

Con respecto a lo anterior, Delgado (1992) desprende la idea de que lo Urbano puede ser relacionado a una sociedad que vive en función del trabajo social⁷, es decir, es constituido por la reunión de todo lo que hace posible la vida social en un conjunto de humanos. Dicho esto, se da paso a que se origine el establecimiento de relaciones sociales, donde los hombres negocian intereses y forman toda una cadena de posibles normas que se establecen como la mejor guía para el mantenimiento de dicho contacto, algo que va más allá de relaciones insustanciales, Delgado(1992) habla de la Urbanidad como una entidad heterogénea creadora de constante diversidad social.

Más específicamente, Delgado (1992) muestra el sentido y la definición del trabajo social acercándonos a lo que es la vida urbana, que puede verse como la proliferación infinita de centralidad social, tanto individual como grupal. Las describe como poco cohesionadas y señaladas como redes complejamente interconectadas que generan situaciones, roles, oportunidades, o en síntesis, experiencias, las cuales constituyen las representaciones de los individuos que interactúan en lo urbano, y que por ende construyen su misma identidad.

⁷ Manuel Delgado (1992) afirma: "Lo urbano consiste en una labor, un trabajo de lo social sobre sí: la sociedad «manos a la obra», produciéndose, haciéndose y luego deshaciéndose una y otra vez, empleando para ello materiales siempre perecederos" (p.25).

En la década de los 60, Elisabeth Bott, Elide J. Mitchell y Jeremy Boissevain, entre otros, analizaron la Vida Urbana como una red de redes profesionales, familiares, vecinales, amistosas, clientelares..., a las que se designaba en términos de campos, contactos, conjuntos, intervenciones, mallas, planes de acción, coaliciones, segmentos, densidades, etc. Estas tramas de relaciones se trenzaban hasta conformar urdimbres complejas que comprometían a cada sujeto en una amplia gama de situaciones, oportunidades, prescripciones, papeles... ya no sólo bien distantes entre sí y de difícil ajuste, sino muchas veces incompatibles. (Manuel Delgado, 1992, p.32)

Entonces el concepto de Identidad Urbana, según Delgado (1992), se establece como el pensamiento colectivo, y lo heterogéneo de la composición de la sociedad, la convivencia de extraños, una sociedad que se constituye de su misma diversidad, sus representaciones así como su la forma en que se relacionan sus componentes.

En Santiago de Cali existe una gran concentración de población afrocolombiana, también cobija grupos LGBT, poblaciones con diferencias étnico-raciales, socioeconómicas, de pensamientos social y políticamente diversos, etc., estableciéndose como una de las ciudades Colombianas más diversas, donde cada una tiene opiniones, hábitos, costumbres y percepciones diferentes, bajo las cuales se construye su identidad.

El hecho de que dichos grupos hagan de esto una identidad urbana, le ofrece al proyecto la posibilidad de identificar y evaluar cuál es el valor que los caleños tienen por el respeto y la

tolerancia de vivir entre extraños, además de resaltar la importancia para las representaciones construidas a partir de las interacciones de este conjunto habitable como protagonistas de su identidad.

7.3 Diseño Social

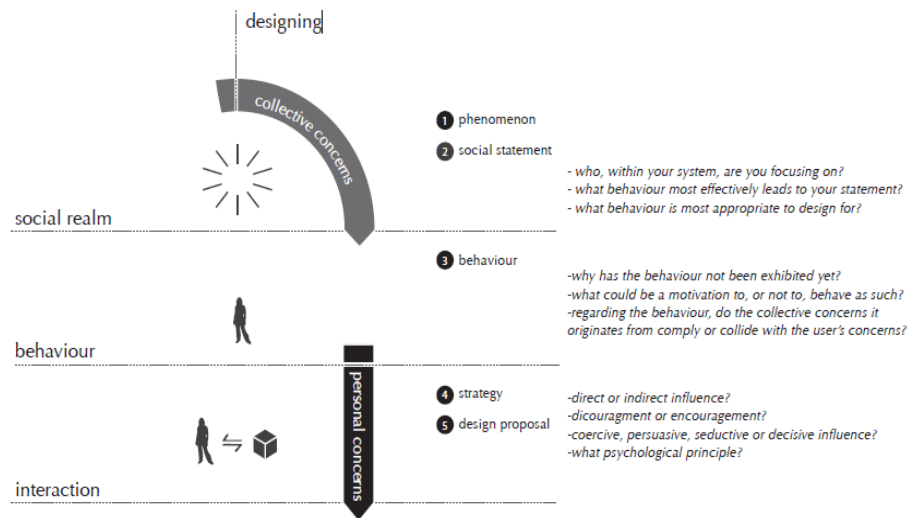
Una vez definido el problema, y dado que este tiene una connotación social que escapa del área de conocimiento habitual del diseño, es importante relacionar cómo este puede intervenir en asuntos sociales. Se debe conocer cuál es la rama del diseño que se centra en cambios comportamentales y en la influencia sobre problemas complejos socialmente hablando; cómo trabajan, y qué metodología usar para abordar problemas de este tipo.

Para Nynke Tromp (2013), el diseño desempeña un rol implícito en la vida de las personas, pues la manera como la diseñan contribuye al estado actual de la sociedad incluyendo sus grandes problemas, además cada producto tiene un impacto en el estilo de vida de las personas. Es por esto que el enfoque del diseño de los mismos afecta directamente el comportamiento de la sociedad.

El enfoque tradicional del diseño va dirigido a la producción en masa para consumidores pasivos que empieza a contrastar con nuevos movimientos que proponen una participación activa de los usuarios en la transformación de su estilo de vida. Pues bien, el diseñador es consciente de las herramientas a su disposición, y debe salirse del diseño comercial para ampliar sus horizontes

y enfoques que vayan más allá del ámbito económico. El diseño social se enmarca pues en la intervención de la disciplina para la implicación social.

Tromp (2013), enfatiza en que el poder del diseño para dicha intervención radica en las posibilidades de influenciar en el comportamiento de los usuarios teniendo en cuenta las implicaciones morales. Además, recomienda una metodología llamada “Social Implication Method”, para el abordaje de retos sociales desde el diseño, y es presentada a continuación:



Gráfica 7.3.. The Social Implication Design Method. (Tromp Nynke ,2013, p96).

La metodología que recomienda Tromp será utilizada bajo algunos cambios para el desarrollo del presente proyecto, pues, la metodología propone un modelo que sustenta en muchos aspectos el desarrollo del diseño, desde elegir el comportamiento a cambiar y preguntarse todo acerca de éste, hasta seleccionar qué tipo de intervención realizar, así nos brinda una manera de hacer claridad sobre qué, cómo y porqué diseñarlo. Sin embargo, sea cual sea el producto a producir, será más impactante si se convierte en toda una experiencia, es por eso que la metodología se

complementará con lo que más adelante se explicará en el diseño de experiencias, sus herramientas y el moldeamiento de sus características.

7.4 Diseño de experiencias

Si bien, el diseño social nos abre el panorama de nuestro saber hacer, para tener la posibilidad de intervenir en la problemática influenciando el comportamiento social de los individuos, el cómo influir siempre encuentra respuesta a través de una experiencia, es por esto que el Diseño de Experiencias constituye la herramienta o el medio específico para intervenir en el problema pues a partir de éste, se pueden crear eventos y episodios que median y afectan el comportamiento de las personas.

Esta categoría, reconoce que todos los aspectos del producto, su funcionalidad, contenido, presentación e interacción, tienen que estar en relación con la experiencia hacia la que se conciben, y el diseñador de experiencias es un autor pleno de experiencias.

Para hablar del Diseño de Experiencias, primero se debe aclarar qué es una experiencia, pues esta es la base para la sensibilización, ya que todo parte a razón de éstas. Nuestra construcción cultural, recuerdos e incluso patrones comportamentales, se edifican a partir de los eventos, episodios y lapsos de tiempo que nos impactan, también se hace importante definir qué entendemos por experiencia de usuario para abrir el panorama al Diseño de Experiencias.

Según Mark Hassenzahl (2010), la experiencia es un evento, un lapso de tiempo donde interviene la cognición, emoción, motivación y acción humana en diálogo con el mundo. Puede decirse que es una unidad que no es reducible a sus elementos constituyentes ni tampoco explicada por ellos, es almacenada en la memoria, etiquetada y revivida. La experiencia de usuario es similar, sólo que su interés va ligado a los productos interactivos que tienen el poder de moldear lo que las personas sienten, piensan, leen y que si bien, no son experiencias como tal, las influyen.

Hassenzahl (2010), realiza una caracterización de la experiencia en cuatro puntos:

- **Subjetiva:** La experiencia emerge a través de situaciones, personas, objetos y su interrelación se crea y se mantiene en la cabeza de quien lo experimenta, por lo que su impacto depende de las condiciones y de la percepción de éste.
- **Holística:** La motivación, acción, percepción y cognición son un todo inseparable. La experiencia nace de su activación simultánea.
- **Situada:** Si bien, la experiencia surge de la acción, percepción, motivación y emoción, ésta se encuentra en diálogo con un lugar y tiempo determinado, en cada instante el mundo se ve modificado a través de nuestras actividades, dando como resultado una constante novedad. No existen dos actividades iguales, pero sí similares.
- **Dinámica:** La experiencia es un continuo flujo, el orden, el tiempo y los rasgos sobresalientes de cada momento por separado impactan la experiencia general.

Una vez aclarado que es experiencia, sus componentes y características, además de que la experiencia de usuario va ligada a los productos interactivos que son capaces de alterar y

moldear lo que las personas perciben y conciben, es momento de analizar las formas como el diseño puede intervenir en estos, a lo que se denomina Diseño de Experiencias. De aquí, el reconocer que todos los aspectos del producto deben estar relacionados a la experiencia, hace que algunos de los elementos que componen estos episodios puedan ser manipulados, evocados, identificados, o estimulados a partir de ciertos patrones y técnicas.

Según Hassenzahl (2010), el punto básico del Diseño de Experiencias es considerar la experiencia antes que el producto.

Se afirma que este tipo de diseño ya no es realizado sobre el producto como tal, sino de las experiencias que maneja, lo que requiere una perspectiva más abierta, con la satisfacción de las necesidades del usuario (valores), que a su vez crean significado y emoción como el objetivo primordial del diseño. (Hassenzahl, 2010, p.59)

Hassenzahl (2010) afirma que, este tipo de diseño va mucho más allá que agregar algo a la función principal del producto para hacerlo más interesante, estético o elegante. Además, afirma que: *“el desafío del diseño de experiencias es, por lo tanto, moldear experiencias sin dar la impresión de estar haciéndolo”.* (Hassenzahl, 2010, p.40)

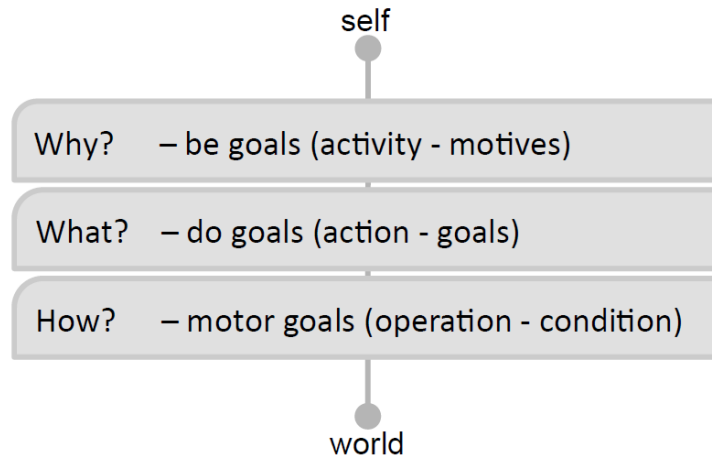
Sin embargo, Marc Hassenzahl (2010) menciona que el Diseño de Experiencias tiene un gran reto, pues en realidad las experiencias no pueden ser garantizadas. De igual modo, Helge Fredheim (2011), dice que estas tampoco son diseñadas, pues es imposible diseñar experiencias per se o garantizar que su impacto sea igual para todos los usuarios, puesto que algunos componentes de las mismas escapan del alcance del diseño. De esto, se establece que no se rigen

tanto por el carácter subjetivo de la experiencia, pues va ligado al usuario que tiene sus propias concepciones, gustos, manera de percibir, carácter, entre otros aspectos, que ocasionan que cada usuario interprete de manera diferente cada experiencia como por el carácter situado.

Es así como el diseñador no puede manipular el contexto o la situación en la que el producto va a ser usado, a pesar de que puede manipular otros aspectos como el lugar, el por qué debería ser usado y las especificaciones del producto. Sin embargo, aclara Fredheim (2011), se tiene la posibilidad de diseñar para las experiencias, pues el producto si se puede diseñar y se pueden tener en mente algunas experiencias deseadas.

El Diseño de Experiencias, es por lo tanto, moldear una experiencia generalizada más no universal, el intervenir en ciertos elementos del producto interactivo pretendiendo generar por medio de este cierto tipo de experiencias en los usuarios. Este concepto ayuda a realizar una construcción integral en base a las necesidades y valores de los mismos dando un lapso de tiempo donde su cognición, emoción, motivación y acción, sean las que el diseñador intentó transmitir; donde el impacto y la imagen en la memoria de los usuarios, sea lo más cercano posible a la intervención para la cual se diseñó. Aquí es diseñar integralmente el porqué, el qué y el cómo del producto, además de intentar prever su relación con el contexto.

Por último, Hassenzahl (2010) propone tres niveles que se deben tener en cuenta a la hora de diseñar la experiencia, que sirven de intermediario en la interacción del individuo con el mundo, recomendando siempre iniciar desde el porqué el usuario debería acceder a la experiencia, es decir, empezar por brindarle una motivación al mismo.



Gráfica 7.4: A three level hierarchy of goals. The terms used in the context of Activity Theory are in brackets. (Hassenzahl Marc, 2010, p44).

Marc Hassenzahl (2010): “Computers are about interaction, interaction is about space and time, and experience as a concept reflects upon this” (Hassenzahl, 2010, p.19).

7.5 Diseño Participativo (Co-Design)

Una vez establecida la herramienta para la intervención, tener abiertas las posibilidades para la creación de la experiencia y entender el campo que el Diseño Social plantea para la intervención social, como por ejemplo involucrar al usuario en el mismo proceso de transformación de su cotidianidad. Es momento de acoplar la herramienta y el medio para acortar las distancias del carácter situado y subjetivo de la experiencia, para facilitar el cómo influir en los comportamientos por medio de la participación en su concepción de los mismos usuarios.

El diseño participativo plantea entonces nuevos roles tanto para el diseñador como para el usuario, y mediante esta categoría conceptual se plantea identificar la importancia en que el usuario se relacione con el proceso de diseño.

Elizabeth Sanders y Pieter Jan Stappers (2008), plantean la tendencia de que los diseñadores se acerquen a sus usuarios, además de prácticas que involucran la inteligencia colectiva con el diseño desde la década de los 70`s bajo el nombre de participatory design, o diseño participativo. Con la influencia del diseño centrado en el usuario sobre las prácticas del diseño, se han propiciado cambios dentro de los roles en el proceso de diseño, así, mientras tradicionalmente el usuario era un objeto de estudio pasivo, el investigador buscaba teorías y producía más conocimiento a partir de entrevistas y observación, y por último, el diseñador recibía estos conocimientos para generar conceptos ideas, etc, en la actualidad no existen barreras definidas sobre dichos roles, y cada actor del proceso participa en los distintos niveles.

Sanders y Stappers (2008) describen como en el co-design estos roles se mezclan. En cuanto al usuario este se convierte en experto de su experiencia jugando un rol en el desarrollo del conocimiento, pues en su diario vivir se encuentra en un proceso de permanente creatividad. Además caracterizan a los usuarios según los siguientes niveles de creatividad: obrar, adaptar, hacer, y crear, que hacen referencia al campo en el que el usuario se desenvuelve mejor, con lo anterior y según su nivel de pasión, motivación y expertise, estos pueden contribuir al diseño del proyecto.

De esta misma manera, el investigador lo hace aportando expresión e idealización, es decir, pasa a ser un facilitador para que el usuario se exprese, incentivando cada uno de los niveles de creatividad en el mismo. Finalmente, el diseñador que es el mismo investigador, desempeña un rol crítico dándole forma a las ideas, pues tiene una visión amplia para identificar vacíos, para tomar decisiones con base a información completa, y para guiar en procesos creativos.

Sin Embargo, es importante recalcar que lo dicho por Sanders (2002) y lo afirmado por Friedheim(2011) puede relacionarse en cuanto a que no se diseña la experiencia per se, sino hacia la experiencia, ya que el concepto de experiencing, implica una constante transformación que impide diseñar para una experiencia estática. Sanders propone acceder a las experiencias de los usuarios para lograr un mejor diseño.

“In fact, if we can learn to access people’s experiences (past, current and potential), then we can make user experience the source of inspiration and ideation for design”

(Elizabeth Sanders 2002,p 2).

Sanders (2002) propone entonces aprender desde distintos flancos, el acceso a la experiencia del usuario que va desde escuchar e interpretar lo que la gente dice, mirar lo que la gente hace, observar lo que usan, descubrir lo que la gente sabe, hasta comprender lo que sienten e incluso apreciar lo que sueñan. Sin embargo, durante este proceso de aprendizaje, también salen a la luz los diferentes tipos de necesidades del usuario, y de esta forma, lo que dicen y piensan nos muestran las necesidades explícitas, lo que usan y lo que hacen las observables, lo que sienten lo implícito y lo que saben y sueñan las latentes.

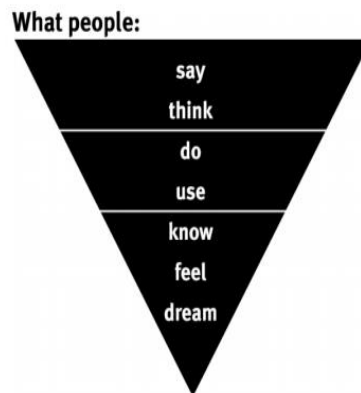


Figure 1: Ways we can learn from people

Gráfica 7.5.1 From User-Centered to Participatory Design Approaches. (Sanders Elizabeth 2002, p2).

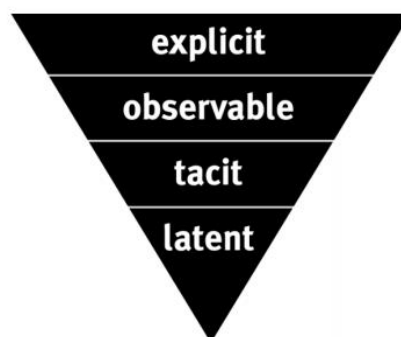


Figure 2: Levels of need

Gráfica 7.5.2: Levels of need. (Sanders Elizabeth 2002, p2).

A partir de lo anterior, Sanders (2002) agrupa las diferentes acciones de las personas en tres grupos, y propone diseñar desde lo que ella denomina como make tools, que vendría siendo un estadio equivalente a los be-goals, que propone Hassenzahl (2010), respondiendo a las motivaciones más intrínsecas del ser humano.

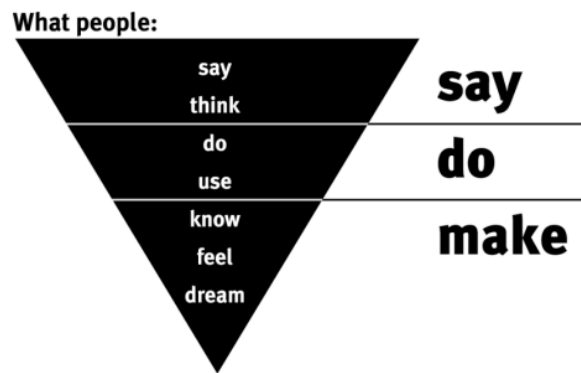


Figure 3: What people say, do and make

Gráfica 7.5.3. What people say, do and make. (Sanders Elizabeth 2002, p3).

La importancia de la generación colectiva del conocimiento radica según Sanders(2002), en que el usuario proyecta sus propias necesidades y deseos en sus experiencias ideales. La aplicación de herramientas que propicien dicha producción, abre un campo de infinitas ideas y oportunidades que surgen cuando los usuarios involucrados en el proceso son invitados a formar parte del juego.

7.6 Estado del Arte

Nombre del Proyecto: Película Cadena de Favores.

Fecha: 20 de octubre de 2000.

Director: Mimi Leder.

Lugar: Estados Unidos.

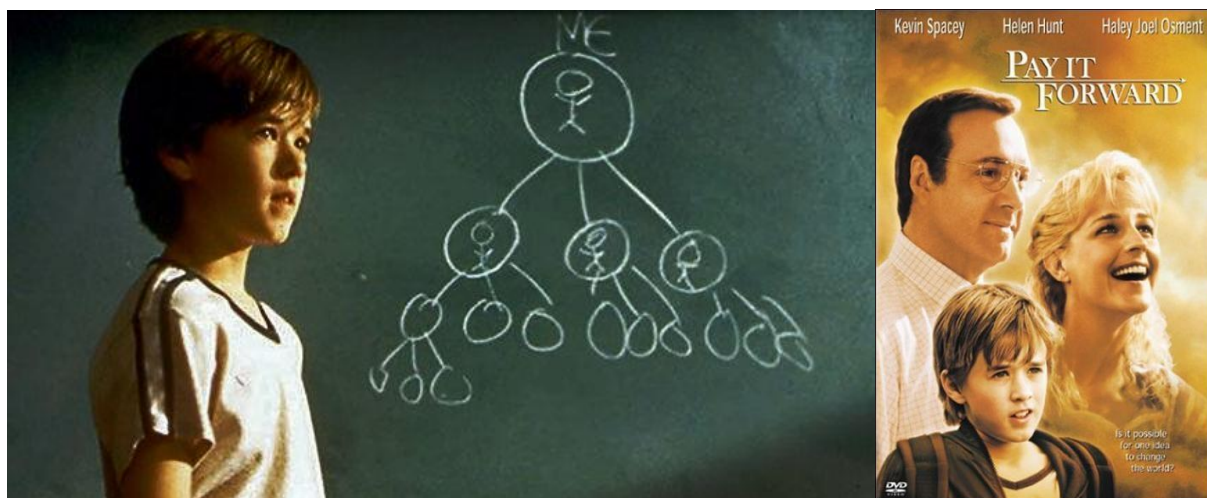
Descripción: La película gira en torno al sistema de favores que Trevor, un niño, diseña como parte de su tarea para una escuela en Las Vegas donde Eugene Simonet es su nuevo profesor. La tarea consiste en “dar una idea para cambiar al mundo y ponerla en práctica”, en la que propone que cada persona realice tres a favores a personas que lo necesiten, y estos deben pagarlos a terceros.

Características técnicas:

Género: Drama, Romántico.

Duración: 123 minutos.

Imágenes:



Gráfica 7.6.1:Cadena de favores

recuperado de:<http://www.teachwithmovies.org/guides/pay-it-forward-files/publicity-photo-child-with-blackboard.jpg>

¿Cómo aporta a mi proyecto?

La cadena de favores, donde cada persona debe pasar el favor a tres más, puede ser una fuente de viralidad, una especie de medio que el producto interactivo pueda utilizar para no quedarse solamente en una experiencia muerta, sino que esta se replique y llegue a la mayor cantidad de usuarios posible, no necesariamente de la manera planteada en la película pero sí que tenga posibilidades de expansión y un alcance prometedor. Otro punto de cadena de favores en relación al proyecto es el contacto social de calidad que se establece entre personas, además ser un buen ejemplo del diseño de experiencias sociales.

Nombre del Proyecto: Sneaky Cards: Play it Forward

Fecha: 2015.

Autores: Game Wright

Lugar: Cualquier parte del mundo.

Objetivo: Fomentar el arte y la intriga a público que no se lo espera.

Descripción: juego de cartas donde se completan objetivos de interacción social que hacen la carta circular de mano en mano, los objetivos tienen la característica de ser divertidos y enfocados a la creación de alegría, existen varios tipos de objetivo, los cuales son: Connect, Engage, Care, entre otros, los cuales tienen como misión retar al jugador a ser una especie de agente social que intercambia tarjetas con extraños.

Metodología: Las cartas pasan de mano en mano, a medida que se cumplen objetivos.

Imágenes:



Gráfica 7.6.2: Sneak Cards.

recuperado de: <https://upw-prod-images.global.ssl.fastly.net/nugget/561eda27c11f55001e000331/attachments/SneakyCardProductShot-ab026194dd3fd450fe6658f3fb96c6e2.jpg>

¿Cómo aporta a mi proyecto?

Sneaky cards, propone una serie de misiones en las que intervienen interacciones sociales, si bien el objetivo es simplemente compartir el arte y la intriga, se puede usar el intercambio mano a mano para fomentar los objetivos propios de la interculturalidad, interacciones sociales en un ámbito de respeto e igualdad, también por su categorización de misiones. Se puede implementar un sistema de valores relacionado a las principales vertientes de la problemática, para tratarla de manera integral. además, su carácter divertido permite generar también experiencias enriquecedoras.

Nombre del Proyecto: Dumb Ways To Die

Fecha: Noviembre 2012.

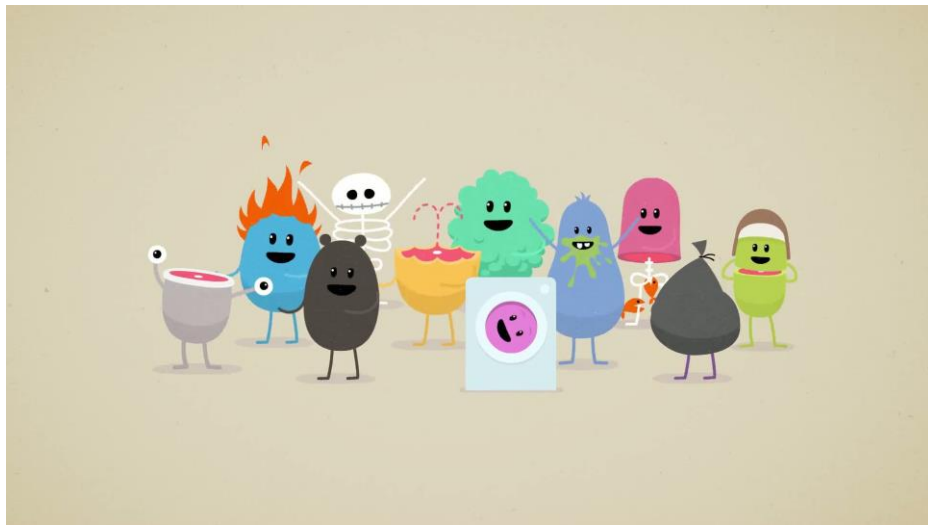
Autores: McCann Melbourne

Objetivo: Promover la seguridad cerca de las vías del tren.

Descripción: Campaña publicitaria más premiada de la historia del festival de creatividad de Cannes, diseñada para Metro Train contribuyó en la reducción de posibles accidentes en un 30% y consistió en el empleo del humor negro para la creación de un juego donde el usuario tenía que evitar la muerte estúpida de personajes adorables, culminando con tres personajes que mueren por no respetar las normas ferroviarias. La campaña logró un efecto de viralidad tanto por su gameplay como por su canción.

Metodología: Aplicación Móvil, donde los jugadores intervienen en situaciones para evitar que sus personajes mueran de maneras tontas, significando un reto para los mismos.

Imágenes:



Gráfica 7.6.3: Dumb Ways To Die

Recuperado de:http://files1.coloribus.com/files/adsarchive/part_1618/16188955/metro-trains-dumb-ways-to-die-600-12370.jpg

¿Cómo aporta a mi proyecto?

Un aprendizaje mediante la experiencia para luego descubrir que no todo se puede aprender, es decir en Dumb Ways to Die se evitan gran variedad de muertes tontas, pero al final se evidencia

que el problema es serio y de llegar a él, inevitable, por tanto es una forma sutil de generar impacto por medio de la concientización de la gravedad del problema mediante una aproximación ingenua por parte del usuario, la aplicación de mecánicas similares en el contexto intercultural puede resultar útil además de que puede llegar a ser viral, otro punto destacable es que la canción tenía la cualidad de permanecer en la memoria, por tanto el empleo de estos recursos también es de tener en cuenta ya que en su video se evidenciaba parte del aprendizaje.

7.7 Conclusiones de Marco Teórico y Estado del Arte

Respecto a la Interculturalidad, es necesario que la propuesta se centre en algunos de los componentes de la cultura, los que para nuestra ciudad sean los más significativos, pues aunque se presentan diferentes formas de intolerancia cultural, unas predominan sobre otras, lo ideal es identificar las que menos contribuyen a una identidad de ciudad como algo plural que convive en igualdad, es decir, las que afectan la red de relaciones del contexto urbano de Santiago de Cali que interfieren con la tolerancia y aceptación en la misma.

La mediación e influencia sobre el comportamiento de las características culturales foco se estudiarán bajo el modelo SID, orientado a la generación de experiencias, pues son estas las que quedan en la memoria como eventos, episodios, etc. Que constituyen los factores culturales y comportamentales de la sociedad, por tanto, nos centramos en el desarrollo de una experiencia

que motive a la reutilización del producto y que logre influenciar y persuadir correctamente al usuario objetivo. El carácter social de la investigación y a su vez su propósito sensibilizador, nos obliga a pensar en la motivación y la aplicación del diseño participativo como un factor clave, sin dejar a un lado los demás componentes de la experiencia, este debe ser especialmente trabajado para poder influir correctamente.

La experiencia como tal, debe ser abordada desde el análisis y la participación del usuario final, el aprender como ellos acceden a la experiencia y que se sientan parte de la misma, además se debe tener en cuenta sus componentes de una manera holística, y enfocarse en que si bien es imposible intervenir en su carácter subjetivo como tal, se puede minimizar el mismo mediante el empleo de indicaciones, o la incorporación de patrones de diseño que se dirijan a un público particular, si bien esto no impide que las percepciones sean diferentes si puede lograr una mayor convergencia de las mismas.

Por otro lado, su carácter holístico nos permite ingresar en lo que Hassenzahl(2010) propone un modelo de experiencia bajo actividades que promueven la motivación para conducir acciones concretas que nos lleva a pensar muy bien en el usuario, no solo en el sentido de usabilidad, el qué y el cómo, sino también en las razones por las cuales el usuario debería usarlo, la respuesta al porqué se propone como punto de partida y para nuestro proyecto, dado su carácter social, el motivo por el que el usuario va a usar el producto va muy ligado su posible efectividad, pues si no logramos que exista una autodeterminación por el empleo del producto, simplemente no será

efectivo. El darle un motivo al usuario antes de ofrecer la funcionalidad y su usabilidad es entonces punto importante para la presente investigación.

Siguiendo en las características, por su carácter situado, el dialogo que los componentes establecen con el contexto es susceptible de estudio en cuanto a patrones de actividades similares para intentar prever lo las interpretación mediada por el dialogo con el ambiente, se debe entonces estudiar a detalle el individuo en relación a la probación del manejo de lenguaje que este tenga.

Finalmente, su carácter dinámico nos dice que el diseño debe tener control y cuidado sobre el orden, la duración y la calidad de los acontecimientos que componen la experiencia pensando en los posibles escenarios dentro de la ciudad frecuentados por el público objetivo para la interculturalidad, que tiene tantos componentes, temas y entidades involucradas en una misma situación, este manejo temporal de acontecimientos debe tener especial cuidado con las contradicciones que se puedan presentar, además de tener presente que su constitución es la que le da el sentido al mensaje a transmitir y lo que finalmente contribuirá con el forjar de la identidad buscada.

Lo anterior debe permanecer siempre bajo los parámetros del contexto de Santiago de Cali, guiados siempre bajo las características que nos brinden la heterogeneidad de su población, los tipos de relaciones que se establezcan entre la diversidad de sus componentes y la gama de trabajos sociales que desempeñe el público objetivo para obtener tanto los comportamientos

actuales como los ideales, hacia dónde debería dirigirse la identidad entretejida por la diversidad cultural y a partir de esto un abordaje desde la participación de la propia comunidad en su problemática.

8. Trabajo de Campo

8.1 Introducción

El propósito de esta fase de la investigación era obtener un panorama de la problemática desde el punto de vista de los usuarios, cómo la perciben, qué tanto la aprueban y cómo se manifiesta, además de tener conocimiento de las tecnologías de las que estos disponen y su percepción sobre las campañas actuales. Para esto, se llevó a cabo una serie de entrevistas y encuestas. Estos instrumentos se aplicaron a jóvenes del público objetivo, además de expertos en temas de raza, género, clase, pedagogía tecnológica y maestros de educación media y superior.

8.2 Objetivos

1. Realizar una caracterización de la población objetivo referida a jóvenes entre 15 a 25 años de edad, en procesos de educación, respecto a la Interculturalidad y las tecnologías digitales.
2. Realizar un acercamiento a expertos en Sociología y Antropología para conocer su perspectiva sobre la problemática de interculturalidad respecto a la intolerancia étnico-racial, de género y socioeconómica.

8.3 Metodología

Para la elaboración del presente apartado se planteó una metodología mixta, es decir, cualitativa y cuantitativa, esto con el fin de interpretar datos cualitativos con base a testimonios y saberes de expertos, además de tener bases para el análisis de los mismos. La metodología aplicada a esta fase sigue el “Social Implication Method” y responde a las preguntas: ¿Hacia qué comportamiento es más importante diseñar?, ¿Por qué este comportamiento no se exhibe todavía?, ¿Qué podría ser una motivación para esto?

- **Público objetivo:** Jóvenes entre 15 a 25 años de edad en procesos de educación.
- **Perfiles Involucrados:**

Perfil de Docente de Educación Media y Superior:

Con base a lo regido por el Ministerio de Educación de Colombia, en el Decreto 1860⁸ el Artículo 2, del Capítulo I de la Prestación del Servicio Educativo, se describe a los responsables de la educación de los menores como mentores a un aprendizaje que es constitucional y legal.

El educador enfocado en el desarrollo de la educación secundaria y superior, es un profesional que cuenta con una sólida formación en el área científica y tiene un dominio de las competencias profesionales específicas del tema que enseña.

Perfil de Estudiantes Educación Media:

⁸ Decreto 1860: “Se reglamenta parcialmente la ley 115 de 1994, en los aspectos pedagógicos y organizativos generales.” <http://www.col.ops-oms.org/juventudes/Situacion/LEGISLACION/EDUCACION/ED186094.HTM>

Según el Ministerio de Educación de Colombia, el estudiante de básica secundaria es alguien que se encuentre en proceso de formación a culminar satisfactoriamente el curso de la educación media en establecimientos educativos debidamente autorizados. Estudiante de educación secundaria, en un rango de edad de 15 a 19 años.

Perfil de Estudiantes de Educación Superior:

Según el Ministerio de Educación de Colombia, el estudiante de educación superior es un individuo que está en proceso de formación a culminar programas reconocidos por el servicio especial de educación laboral, con duración mínima de un año. Estudiante de educación superior, en un rango de edad de 17 a 25 años.

8.4 Instrumentos de Investigación

De acuerdo a la metodología mixta, se plantean los siguientes instrumentos:

- **Entrevista:** Realizada a expertos(2) y docentes de la educación media(1) y superior(1), bajo la modalidad de preguntas guiadas.
- **Encuestas:** Realizada a estudiantes de educación media y superior, 2 tipos diferentes. Una mide la percepción y aprobación de los problemas interculturales desde una perspectiva general, otra mide la percepción en ambientes cotidianos.

8.5 Descripción de la muestra

- **Encuesta Percepción Intercultural general:**

Total muestra: 120 personas.

Muestra estudiantes de Educación Media: Muestra de estudio aplicada a 60 estudiantes de instituciones de educación secundaria, donde se hace referencia a los grados Noveno, Décimo y Undécimo, en un rango de edad de 15 a 19.

Muestra estudiantes de Educación Superior: Muestra de estudio aplicada a 60 estudiantes de diferentes instituciones de educación superior, de diferentes áreas del conocimiento, desde 18 a 25 años.

- **Encuesta Percepción Cultural en la Cotidianidad:**

Total muestra: 23 personas.

Muestra estudiantes de Educación Superior: Muestra de estudio aplicada a 23 estudiantes dentro del público objetivo.

- **Entrevistas:**

Muestra de Expertos en las áreas de investigación del proyecto: Muestra de 3 expertos en temas de Raza, Género y Clase además de 2 profesores de educación media y superior respectivamente.

Muestra Docente de Educación Media: Muestra de 1 persona, en un rango de edad no establecido, con enfoque en educación escolar.

Muestra Docente de Educación Superior: Muestra de 1 persona, en un rango de edad no establecido, con enfoque en educación escolar.

8.6 Análisis de resultados

Entrevistas:

- **Experto en asuntos de género: María Catalina Gómez - Socióloga**

Puntos Clave:

- Los comportamientos humanos se convierten en un ejercicio de poder sobre la feminidad y masculinidad.
 - La ciudad es contenedora de espacios individualistas y prima el individuo ante cualquier sociedad.
 - La categorización de los roles de las mujeres y los hombres es la base de la discriminación social.
 - La individualización, la religión y las condiciones de diferenciación de clase y etnia, son los factores determinantes de discriminación urbana.
 - La sociedad crece y se desenvuelve en una matriz de opresión formada por los determinantes de discriminación.
- **Experto en asuntos de raza y clase: Natalia Santiesleban - Profesional en Lenguajes y estudios socioculturales.**

Puntos Clave:

- Sociedades con cimientos de discriminación e intolerancia.
- Relaciones humanas con desigualdad social desde tiempos antiguos.
- Los medios de comunicación difunden estereotipos y dan fuerza a las estigmatizaciones de las diferentes culturas urbanas.

- Sin discriminación y estigmatización, no habría diversidad cultural.
- **Experto en pedagogía de la tecnología: Henry Arley Taquez Quenguan - Docente de Ciencia y Tecnología**

Puntos Clave:

- El problema es híbrido: físico y digital (blended learning).
 - Tecnología como herramienta amplificadora de estrategias.
 - Redes sociales son un el vehículo más importante.
 - AIDA a tener en cuenta.
 - Documentos de la ciudad para el tratamiento de estos problemas.
 - Diseño participativo, inteligencia colectiva, efecto red, aplicaciones móviles y viralidad son recomendados.
- **Docente de Educación Media: Carlos Fernando Frazzer - Licenciado en Filosofía**

Puntos Clave:

- La discriminación es el no reconocimiento del valor del ser del otro.
- La clave es el cómo se tome la discriminación y las intencionalidades de la diferenciación en la sociedad.
- La infancia cubierta en inocencia, conciben sus prácticas de burla como diversión sin evaluar que son prácticas que fomentan la violencia estudiantil.
- Los educadores conciben algunas de prácticas como discriminatorias, pero deben verse con el propósito de formar carácter estudiantil.
- La sociedad necesita diferenciación para promover la diversidad.

- **Docente de Educación Superior: Luis Felipe Vergara - Diseñador de Medios**

Interactivos

Puntos clave:

- El lenguaje puede ser interpretado por la audiencia de diferentes maneras
 - El lenguaje depende del contexto, no de su significado literal
 - No se debe llegar a extremos que conduzcan a responder a la intolerancia con más intolerancia sino simplemente tolerar la diferencia, y las expresiones culturales.
 - La colaboración entre individuos es un punto clave en el desarrollo en general, lo que incluye el desarrollo social.
 - Las aplicaciones socialmente aceptadas de ciertas palabras no se consideran una ofensa y no se debería buscar enmendar el lenguaje para guiarlo a lo políticamente correcto.
- Para el detalle de cada entrevista revisar el siguiente Anexo⁹.

Encuestas:

- **Encuesta de Percepción intercultural:**

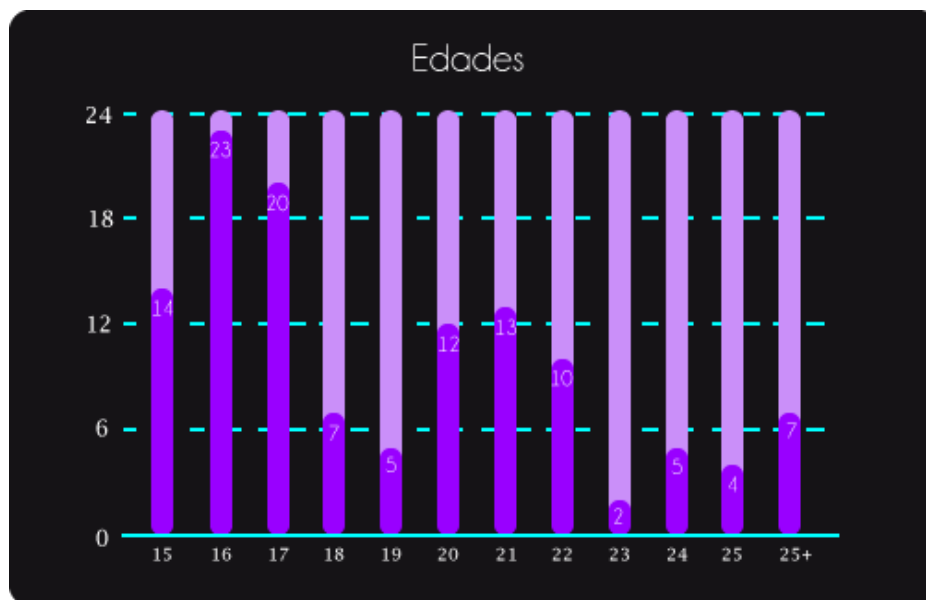
En características generales, la muestra se encuentra bastante equilibrada en relación al género de los participantes, además, logró abarcar exitosamente las diferentes edades del público objetivo, así como el perfil ideal que además de la ocupación, también se distingue por la participación de personas de entidades variadas como diferentes universidades. Algunas de estas tienen certificación de Alta Calidad como Icesi y Colegios de diferentes categorías, “Gimnasio la Colina”, colegio de categoría Muy Superior Icfes y el “Instituto Técnico Real Holandés”, colegio categoría Alto Icfes.

⁹ link Anexo: <https://docs.google.com/document/d/1OIXX0IZGG0xhGxMqC8A13TSbZGCFJuCjxX7fkaUNDK8/edit?usp=sharing>

A continuación las gráficas que muestran los resultados de las características generales:



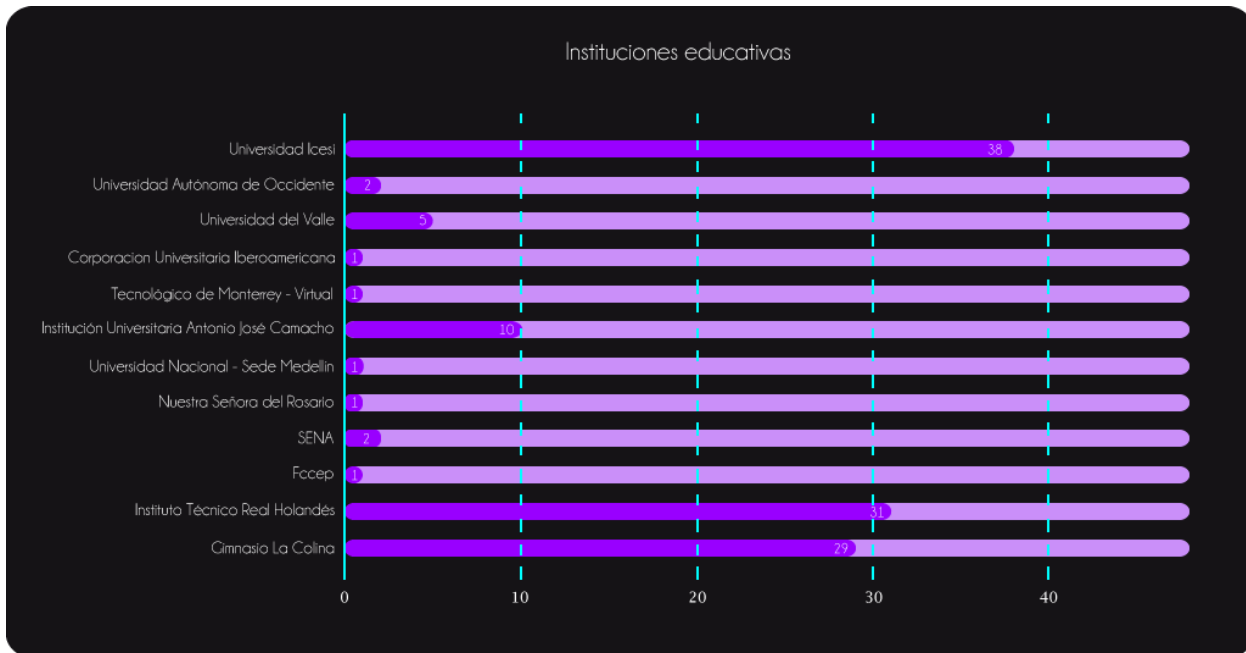
Gráfica 8.6.1 Distribución de la muestra por Sexo, encuesta Percepción intercultural.



Gráfica 8.6.2 Distribución de la muestra por Edad, encuesta Percepción intercultural.



Gráfica 8.6.3 Distribución de la muestra por Ocupación, encuesta Percepción intercultural.

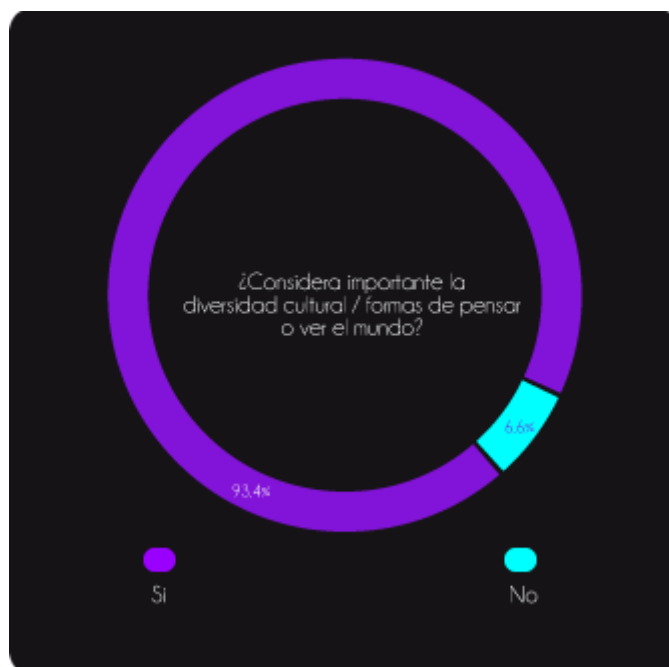


Gráfica 8.6.4 Distribución de la muestra por Instituciones Educativas, encuesta Percepción intercultural.

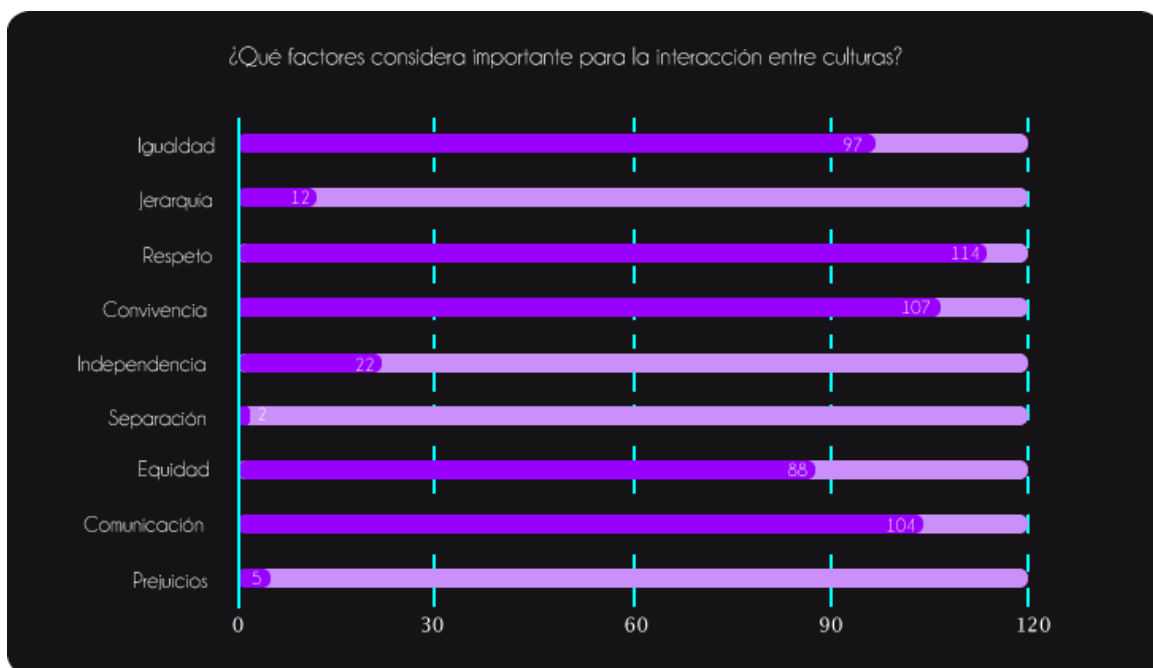
Entrando en el concepto de Interculturalidad, una gran mayoría de los encuestados consideran que son importantes distintas formas de ver el mundo, y sólo una pequeña minoría se encuentra en desacuerdo con esto, lo que genera un impulso a la investigación, pues los usuarios confieren gran importancia a la diversidad de cosmovisiones. En relación al porqué de la gran mayoría, se coincide en que la diversidad cultural es constructiva, y aporta de una manera significativa, lo que le dá movimiento a las interacciones sociales y aporta para el conocimiento del mundo, además de ser un factor que origina riqueza cultural.

Los resultados también hablan sobre la construcción colectiva y los aportes a la visión individual de cada hombre por el desarrollo social, y aquí se ve el fomento de los derechos humanos mostrando la diversidad como factor integrador de la sociedad, además también

cooperan dando valor a los componentes de una sociedad intercultural como lo son: igualdad, respeto, convivencia, equidad, comunicación.



Gráfica 8.6.5 Importancia de las formas de ver el mundo , encuesta Percepción intercultural.



Gráfica 8.6.6 Elementos de la sociedad intercultural, encuesta Percepción intercultural.

El primer dato importante de la investigación en relación a la problemática, aparece cuando se pregunta sobre el conocimiento de violencia intercultural en el entorno, pues, cerca de dos terceras partes de la muestra, afirman no conocer en su entorno casos de este tipo.



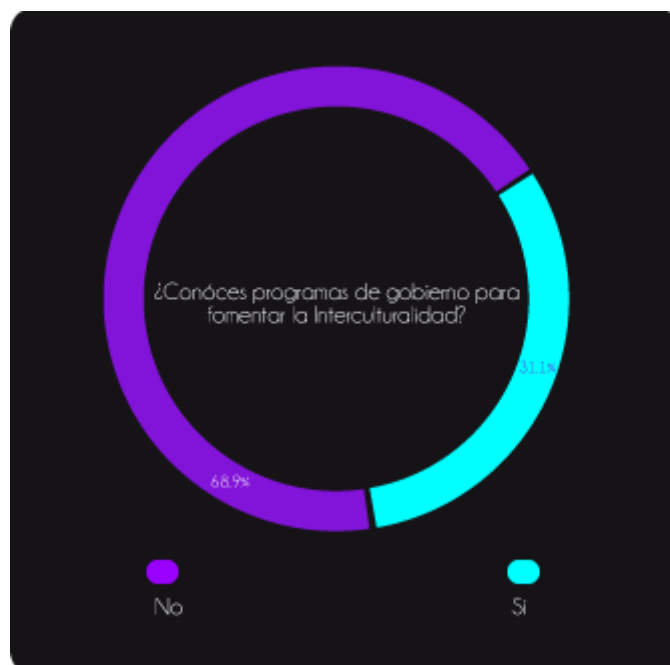
Gráfica 8.6.7 Conocimiento de casos de violencia Intercultural en el entorno, encuesta Percepción intercultural.

Sin embargo, en el grupo que sí reconoce la problemática, se ponen en evidencia los tres pilares de lo que se tenía como hipótesis eran los principales problemas de intolerancia cultural en la ciudad, pues, las respuestas que indagaban sobre la descripción de los casos en caso de conocerlos, giraban en torno al género, asuntos étnico-raciales y socioeconómicos. Lo anterior se puede apoyar en las afirmaciones de los expertos respecto a que la sociedad se cimienta sobre estas bases discriminatorias, lo cual genera la pregunta: ¿Acaso los cimientos discriminatorios de la sociedad se pueden evidenciar en situaciones cotidianas y no ser percibidos como problema?

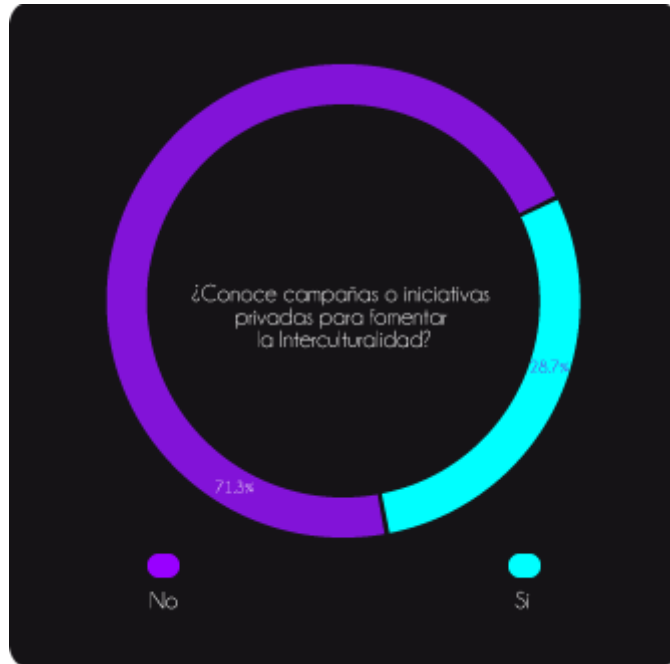
El segundo dato importante, surge a partir del conocimiento de iniciativas de gobierno y privadas para fomentar la interculturalidad, pues, dos terceras partes desconocen de movimientos

privados o públicos para la intervención del problema. Sin embargo, quienes sí los conocen apoyan la efectividad de los mismos. A pesar de esto, tanto quienes conocen cómo los que no, convergen a la hora de preguntar sobre la posibilidad de buscar una solución tecnológica como medio de intervención hacia la problemática.

Las opiniones sobre las campañas existentes se establecen en relación a la inclusión, generando conciencia en quienes son discriminados y no lo saben, y mostrando los esfuerzos por llegar a una igualdad en términos étnico-raciales, de género y socioeconómicos. De esta forma, se critica la falta de alcance, impacto, cobertura, es decir, existe una confusión en relación a las campañas actuales por lo que se le dá mucha más validez a que estas no son efectivas.



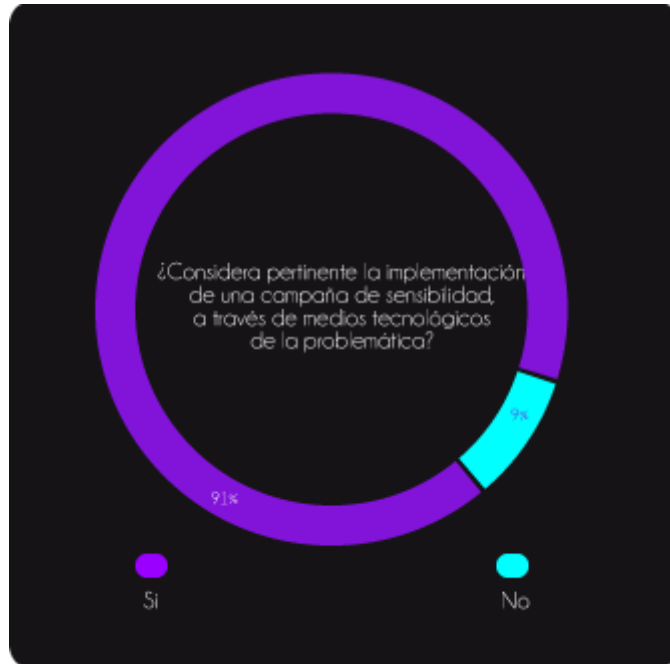
Gráfica 8.6.8 Conocimiento de iniciativas interculturales del gobierno, encuesta Percepción intercultural.



Gráfica 8.6.9 Conocimiento de iniciativas interculturales privadas, encuesta Percepción intercultural.



Gráfica 8.6.10 Importancia iniciativas interculturales públicas y privadas, encuesta Percepción intercultural.



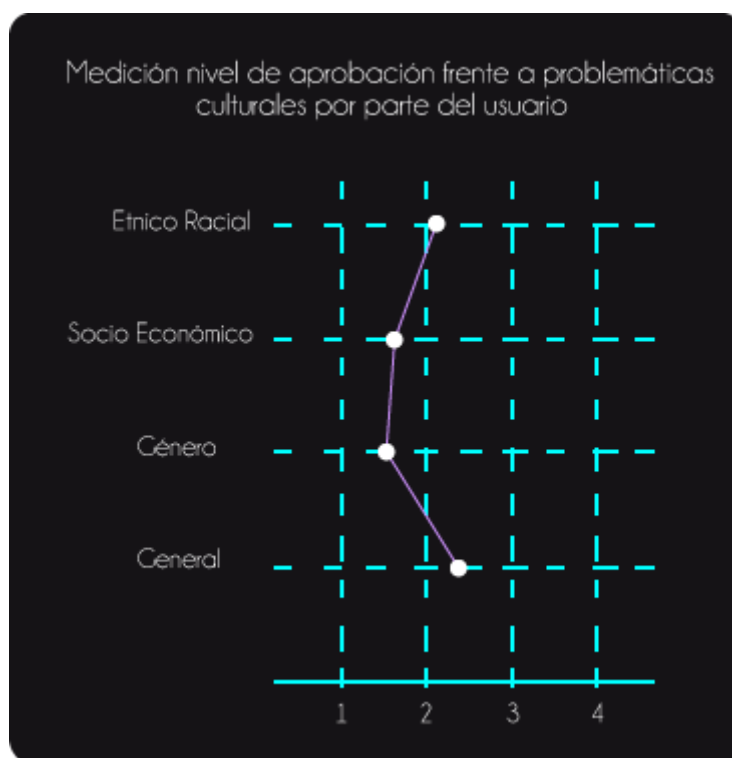
Gráfica 8.6.11 Pertinencia de la implementación de una campaña de sensibilización intercultural por medios tecnológicos.

Encuesta Percepción intercultural.

El dato es importante en la medida que se convierte en contradictorio el hecho de que si no se percibe la problemática y tampoco se conocen campañas en relación a esto, entonces ¿Cuál es la razón por la que se debería implementar una estrategia tecnológica para abordar la misma? Por último, se evaluó con un tipo de preguntas escala Likert, que tenían valoración de aprobación frente a ciertas situaciones discriminatorios arrojando los siguientes resultados.

La siguiente gráfica muestra el resumen de la aprobación de los usuarios frente a diferentes casos negativos, la aprobación ésta medida con el promedio de todos los usuarios para cada pregunta, los colores denotan el tipo de problema, la medición se realiza promediando el resultado de todas las preguntas de una misma problemática y asignándoles un único valor, las preguntas dirigidas a respuestas muy positivas no son tomadas en cuenta pues la gráfica evalúa la

aprobación sobre sucesos negativos. En resumen por problemática los puntajes promediados entre las diferentes preguntas son los siguientes, para ver la gráfica detallada ver anexo¹⁰.



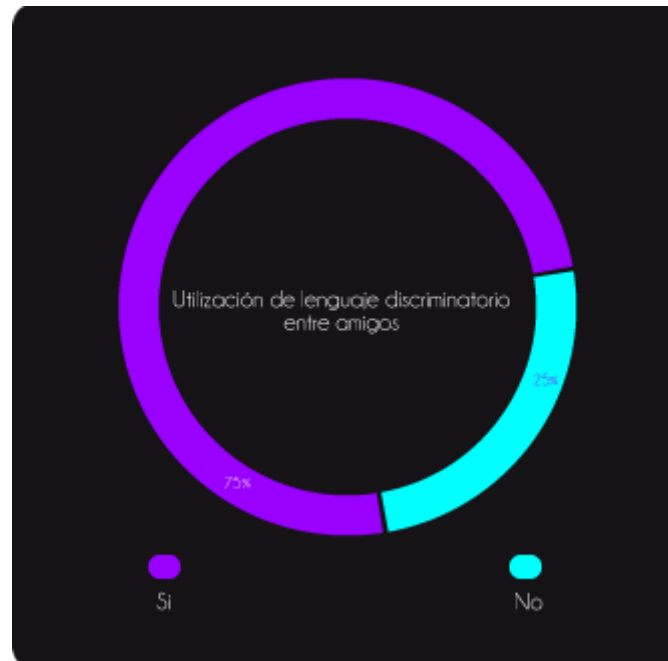
Gráfica 8.6.12 Nivel de aprobación frente a problemáticas interculturales.

Encuesta Percepción intercultural.

Las preguntas que surgieron durante el análisis de resultados ¿Acaso los cimientos discriminatorios de la sociedad se pueden evidenciar en situaciones cotidianas y no ser percibidos como problema?, y, ¿Cuál es la razón por la que se debería implementar una estrategia tecnológica para abordar la misma?. Sumadas a la anterior resultado que indica que la sociedad caleña a la que nuestra muestra representa no aprueba este tipo de acciones condujo a la aplicación de una segunda encuesta a personas que cumplieran los perfiles anteriormente mencionados.

¹⁰ link anexo: <https://drive.google.com/open?id=0B7F0c7umATi2cFBDUkhIU253RzQ>

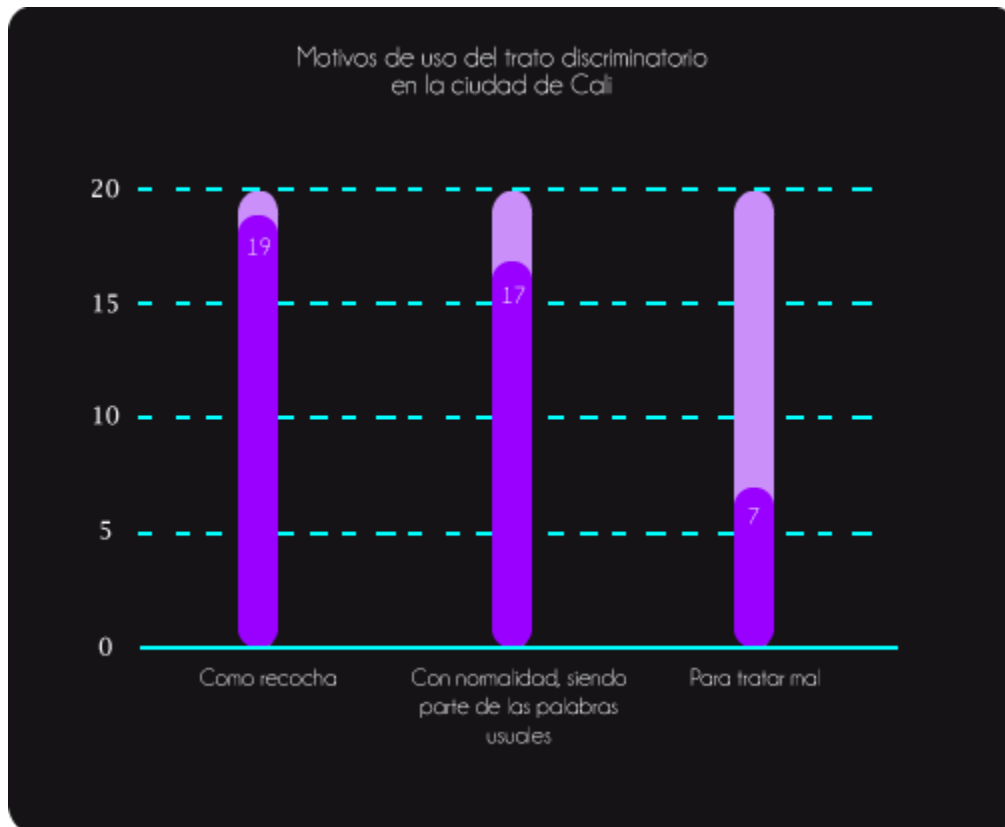
La nueva encuesta fue realizada a los mismos colaboradores de la encuesta de percepción de la problemática y estaba destinada a una autorreflexión del colaborador en referencia a sus actos, y qué tanto, y hasta qué punto, la problemática podría estar camuflada en su cotidianidad, esta encuesta reveló datos que no sólo respondían a las preguntas, le daban un sentido y conducían la investigación por nuevas fronteras, y en ella se reveló la siguiente información:



Gráfica 8.6.13 Empleo de lenguaje discriminatorio entre amigos, encuesta Percepción intercultural en la vida cotidiana.

En la pregunta también se indagaba por la aceptación del mismo, ante el cual se percibía como un acto de confianza, cobijado bajo el contexto de amistad. Se preguntaba ante qué motivos se realizaba el empleo de dicho lenguaje, a lo que se respondió que este no afectaba la integridad del destinatario, porque incluso era aceptado por el mismo, la confianza, lo divertido del momento, seguir la corriente y lo que se considera normal, la broma son los principales motivos.

Además, se encontró que el contenido de los mensajes alude a temas como racismo, sexismo, discriminación por rasgos físicos y pensamiento, en resumen, multitud de problemas culturales, que sin saberlo, al estar cobijados por un contexto en el que su efecto se anula y pasan a formar parte de la cotidianidad, los jóvenes de la ciudad no lo consideran como un problema per se. La siguiente gráfica muestra las principales concepciones del empleo de este lenguaje en la ciudad:



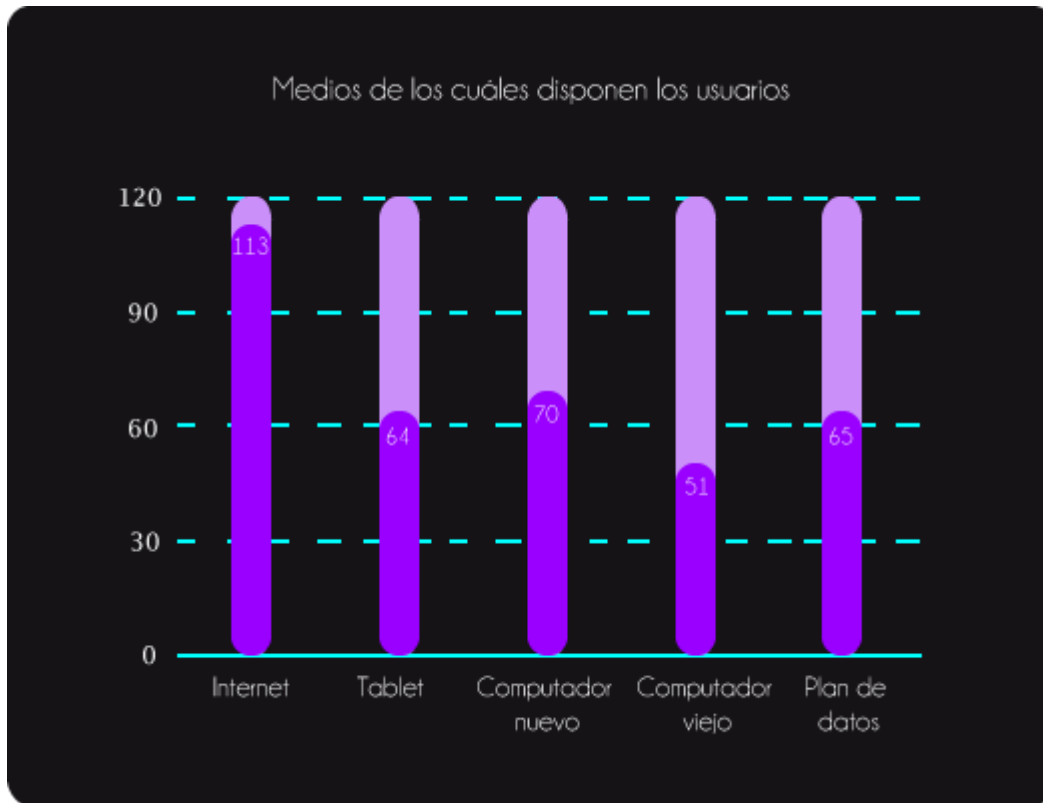
Gráfica 8.6.14 Motivos del trato discriminatorio en Cali, encuesta Percepción intercultural en la vida cotidiana.

Como se puede observar, el lenguaje con contenido discriminatorio no se percibe su uso para tratar mal, y la concesión del día a día va ligada a la resignificación. Curiosamente, los partícipes de esta información no toman partido por sí estimula o no la intolerancia, lo cual refleja un estado de pasividad colectiva frente al tema.

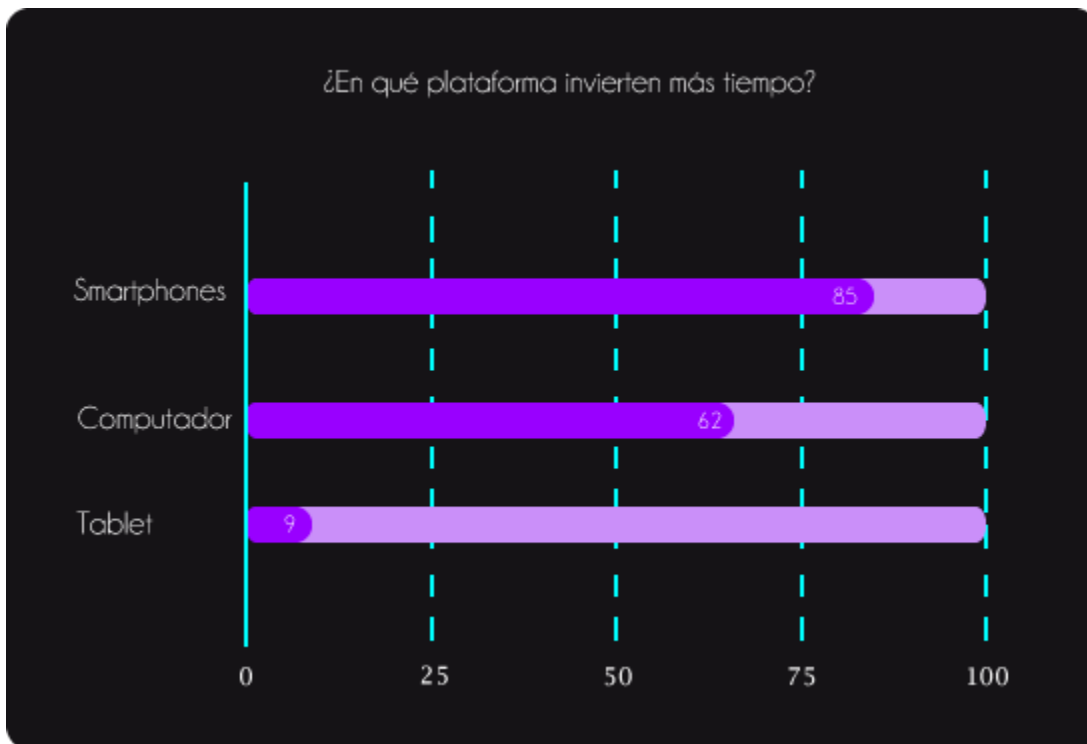


Gráfica 8.6.15 ¿Genera el trato discriminatorio intolerancia?, encuesta Percepción intercultural en la vida cotidiana.

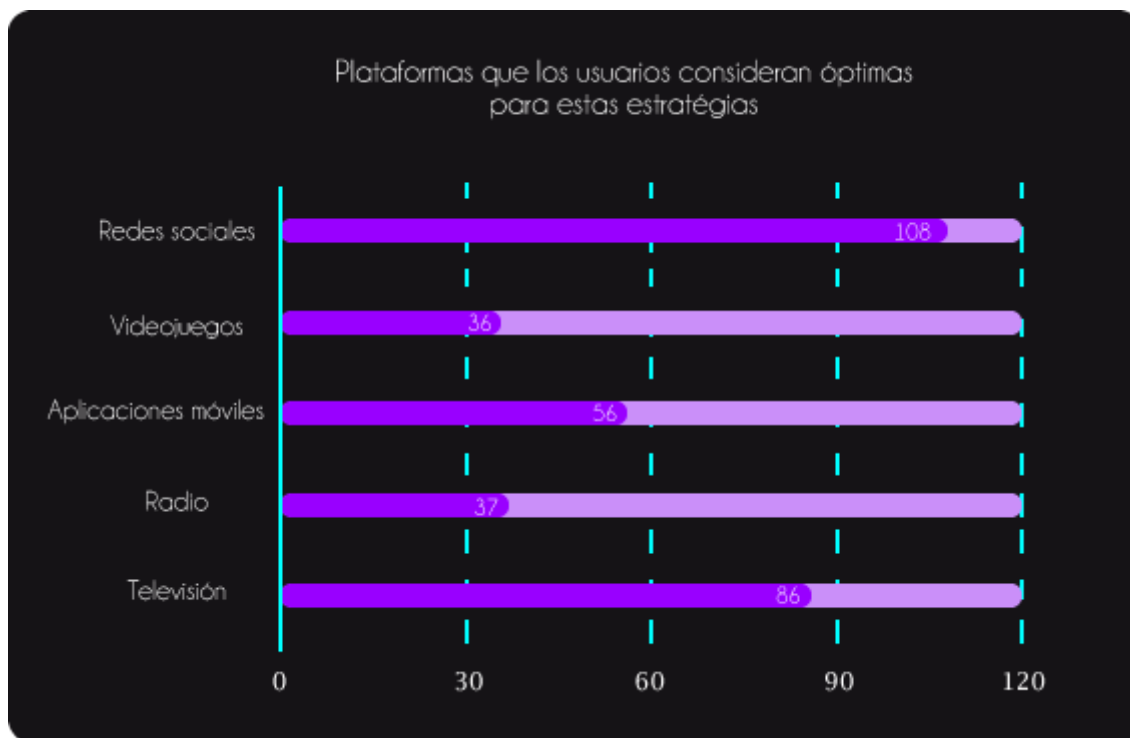
En relación a esta campaña tecnológica con la que los usuarios se termina estableciendo el panorama de acción respecto a las tecnologías que afianza lo que Taquez, el experto en pedagogía de la tecnología mencionaba, como la aceptación masiva de las redes sociales como medio de implementación y el uso generalizados de Smartphones en distintos estratos socioeconómicos así pues se produjeron los siguientes datos:



Gráfica 8.6.16 Medios de los cuales disponen los usuarios, encuesta Percepción intercultural.



Gráfica 8.6.17 Plataformas donde el usuario invierte más tiempo, encuesta Percepción intercultural.



Gráfica 8.6.18 Plataformas consideradas óptimas para intervenir el problema, encuesta Percepción intercultural.

8.7 Conclusiones del trabajo de campo

Aunque los expertos en los temas de discriminación por raza, género y clase, afirman la existencia de la problemática como objeto de gran impacto e importancia, se observa cómo en la muestra de los jóvenes la percepción del mismo es bastante leve.

Se encuentra rechazo y poca aceptación a las prácticas relacionadas con la problemática, sin embargo, esto no quiere decir que los expertos entren en un error, pues estos coinciden en que la sociedad, sus relaciones y representaciones, tienen como base la discriminación social, es decir, la problemática se camufla en la normalidad. Por ejemplo, Natalia Santiesteban, experta en raza y clase, expresa la promulgación de estereotipos por parte de los medios de comunicación,

además de resaltar que los mismos cimientos de la sociedad conllevan a que la discriminación y estigmatización se consoliden como requisito para la diversidad cultural. Seguidamente, María Catalina Gómez, experta en temas de Género y Clase, afirma que los comportamientos humanos son un ejercicio de poder entre masculinidad y feminidad, donde todos los comportamientos discriminatorios o intolerantes se ligan a los roles establecidos en una sociedad donde prima lo individual sobre lo colectivo.

Dentro de los resultados que arrojó la encuesta, se origina la duda del por qué, al no percibirse la problemática, si se nota la necesidad de intervenir, pues los niveles de conocimiento en entornos cercanos, junto con la reacción frente a la aprobación o desaprobación de situaciones de estigmatización y discriminación fue bastante severa, para lo cual la segunda encuesta puso en evidencia la palabra de los expertos, además de que las prácticas sociales se cimientan en prácticas discriminatorias.

A partir de esta concepción, los profesores de educación Media y Superior expresan una posición fuerte con base en la experiencia. Frazzer, docente de educación media, habla de cómo la discriminación hace parte de la formación del niño, y puede tanto ocasionar traumas como influir en la formación del carácter. Cabe entonces señalar que la importancia del educador es guiar al estudiante hacia la superación y fortalecimiento de la identidad individual, además de enfatizar en que la diferenciación es la que creadora de diversidad.

Asimismo, Vergara, docente de educación superior, comparte el hecho de que el individuo debe superar las barreras del lenguaje e incorporar las acciones discriminatorias bajo contextos manejables. Esto se demuestra en los resultados de la segunda encuesta, evidenciando que esta

concepción es generalizada y que la mayoría de acciones de intolerancia y discriminación se encaminan a la cotidianidad.

Con lo anterior, se defiende el uso de la cultura popular y los cimientos considerados como normales para el trato intercultural en Cali, sin embargo, se hace conciencia sobre la importancia del contexto y que esto puede generar intolerancia en un espacio de tiempo, es decir, esta percepción a su vez inconsciente, es el elemento que genera en los usuarios la aprobación para evitar prácticas discriminatorias que se promueven en la privacidad de sus ambientes.

Por ende, este proyecto debe intervenir en una cotidianidad ya bastante aferrada a sus costumbres, por lo que no debe irrumpir mediante lenguaje políticamente correcto, sino camuflarse e insinuar bajo la sutilidad de sus mismas prácticas la intervención del problema. Es decir, se debe buscar generar representaciones y prácticas en base a la concienciación de las actividades del común sin chocar con ellas, y estas pueden darse mediante la misma construcción participativa de usuarios - diseñadores.

Respecto al manejo tecnológico, Henry Taquez, el experto consultado, coincide con las posturas de los usuarios respecto a las tecnologías que influyen la ciudad en este momento, y por esto, se tienen como elementos tecnológicos más importantes las redes sociales, las apps, los smartphones e inesperadamente la televisión como medio influenciador, además de la necesidad de intervenir en los círculos sociales donde se vive el epicentro de la apropiación de acciones discriminatorias. Esto valida las afirmaciones de Taquez respecto a que lo digital se traslada a lo físico y viceversa, pues lo que ocurre en el medio digital respecto a las relaciones sociales, es la influencia en los comportamientos que se dan por fuera de las mismas.

Finalmente, se debe manejar el proyecto como una forma de red social mixta, mezclando componentes físicos y virtuales, con elementos de la imagen en movimiento característica de la televisión para amplificar comportamientos que propicien sensibilización intercultural, es decir, redes sociales con contenido multimedia capaces de trasladarse a ambientes físicos. Incentivar a la propagación de prácticas más incluyentes, igualitarias y tolerantes bajo las mismas prácticas y siempre con la participación del usuario en la construcción de la intervención de su cotidianidad.

9. Determinantes de diseño

1. El lenguaje debe ser incluyente, en lo posible no hacer alusión a estereotipos.
2. Debe primar lo grupal sobre lo individual, pues el individualismo es una de las causas de la discriminación, se debe tratar de enseñar a pensar como parte de una comunidad.
3. El mensaje debe ser sutil, enmarcado en acciones cortas y precisas.
4. Se debe fomentar a una interacción mixta (digital y física), pues en la sociedad actual estos dos elementos son sinérgicos.
5. Se debe apelar a la inteligencia colectiva, llegando a esta desde estrategias humorísticas, de suspenso e impactantes, con connotaciones virales.
6. Se debe tener en cuenta que la experiencia es subjetiva, situada, dinámica y holística; por tanto, no todos van a apropiarse del mismo mensaje, se debe diseñar para la mayor cantidad de usuarios, significar.
7. Se debe involucrar elementos de diseño participativo y hacer a la comunidad parte de su propia intervención.

8. Siguiendo la perspectiva centrada en el usuario, se debe diseñar desde la motivación y necesidades del usuario.

10. Alternativas de Diseño

Idea 1: Instalación interactiva que pretende, mediante realidad aumentada, disfrazar a los participantes de seres no identificados, iguales y cuya interacción se realice a partir de lenguaje no verbal, sonidos, gestos destellos de luz para propiciar una experiencia única, posterior a esto los participantes se conocen sin las máscaras digitales e interactúan bajo sus propias identidades. La idea es elegir personas diferentes para este tipo de experiencias para que se den cuenta que pueden disfrutar con otros usuarios que no necesariamente sean sus amigos o compañeros y que en la igualdad es donde se encuentra el equilibrio y lo ideal.

Idea 2: Juego de cartas con misiones sociales que buscan el acercamiento intercultural en base a ciertos temas específicos, existen misiones en base a cada uno de los elementos que se identificaron como críticos, así pues algunas misiones van orientadas a interacciones con ciertos grupos sociales, de manera sutil y no precisamente directa, por ejemplo hacer sonreír a alguien y pasarle la carta que tenía este objetivo para que se vuelva una cadena de acciones representativas que sugieran interacciones sociales, estos puntos son traducidos a una página web que contiene un juego cooperativo sencillo para que los usuarios tengan una especie de retribución por sus acciones, los puntos sociales de las cartas son como una moneda de juego, sin embargo se puede participar de una sola dinámica con un impacto igualmente interesante, podrían incorporarse estaciones físicas de juego.

11. Prototipo

11.1 Idea

Juego de cartas que propicia la interacción social con enfoque intercultural. Las cartas contienen retos o misiones que proponen una conexión entre las personas, a la vez que estimulan su flujo para alcanzar nuevos usuarios, y si estas son completadas, sirven como ítem de juego en una aplicación para generar motivación al rededor de la dinámica.

El juego de cartas se inspira en las cartas de Sneakycards con su juego Play it forward, el cual, a su vez se inspira en la película Pay it Forward. Consiste en acciones que van de una persona a otra, como compartir una sonrisa, tomar una selfie con un desconocido, etc. El objetivo es esparcir arte e intriga a un público que no se lo espera, y en este proyecto se traduciría en establecer interacciones sociales en un marco intercultural, con el fin de esparcir la identidad caleña, construida por las representaciones de las relaciones del día a día de las personas, mientras se juega con el choque de las distintas visiones del mundo, o las diferentes culturas que conviven en un mismo espacio urbano.

Las cartas físicas propician códigos que se traducen en tiempo de juego digital en una app, como monedas de juego que sirven para una juego estilo Dum Ways To die, animaciones guiadas que terminan con una acción con componente humorístico pero con enseñanza intercultural.

11.2 Taller de Diseño Participativo

Para el desarrollo del prototipo, primero se realizó un taller de diseño participativo con 12 asistentes que constó de tres fases:

- Fase de Contextualización: En esta etapa se presentó un video del Soldado Micolta, titulado “En el Combate”¹¹. El objetivo de esta fase era discutir sobre la polémica que llevó al cierre del personaje y expresar los diferentes puntos de vista hacia problemáticas de discriminación cotidianas.
- Fase de enrolamiento: Esta parte del taller consistió en establecer una actividad de roles, donde cada uno pudo vivir la discriminación, que aunque controlada, dificultó su objetivo.

Para la actividad se formaron tres grupos de cuatro personas, dentro de los cuales cada participante tenía un rol que era desconocido para sí mismo, pero conocido por sus compañeros del grupo. Adicionalmente, cada uno tenía la tarea de discriminar a uno de sus compañeros, y dicha discriminación se daba de la siguiente manera: No le recibe a ..., no escucha a..., no acepta las ideas de ..., infravalora las ideas de ..., trata de bobo a... Bajo estas instrucciones, cada grupo tenía que construir una torre con la característica de que cada nivel debía cargar el peso de uno de los smarthphone de los usuarios.

- Fase de Creación: Con base en las anteriores actividades, se planteó identificar formas positivas y negativas de interacción. Una vez reconocidas, se escribió en el tablero el

¹¹ link video: <https://www.youtube.com/watch?v=QBHG59o0uA>

siguiente listado de acciones: Reir, integración, respeto, tolerancia, motivación, alianza, trabajo en equipo, rechazo, hacer sentir tonto, subestimar, rabia, contradicción, pelea, polarización. Seguidamente, se le asignaba a cada asistente una de las interacciones para que, si se le asignaba una positiva, realizara una imagen que motivara a la propagación y reiteración de la acción, mientras que si era negativa, lograra una reflexión sobre la situación.

11.3 Conclusiones del Taller de Diseño Participativo

El Desarrollo del taller, en su primera fase afirma lo hallado dentro del análisis de resultados del trabajo de campo en relación a que se permite y se alienta al empleo de situaciones que podrían parecer intolerantes y discriminatorios bajo contextos de confianza y amistad, o simplemente por la normalización de las palabras en medio de lo que actualmente constituye la identidad urbana de Cali.

Sin embargo durante la segunda etapa, se logró hacer conciencia en el momento de la simulación de roles, pues la dificultad de las metas aumentó considerablemente, a partir de esta experiencia, y en la percepción en carne propia de la problemática se identificaron formas de interacción tanto positivas como negativas que sirvieron de reflexión sobre el cómo replicar o hacer reflexionar sobre las mismas, además se concluyó que el problema real es la intención.

También se concluyó que, con una dinámica como la propuesta se puede reforzar o controlar los comportamientos objetivo mediante el refuerzo o repudio social, lo que ayudó

considerablemente a la creación del prototipo generando no sólo contenido gráfico, sino ideas sobre frases para el intercambio de cartas.

Finalmente, aunque se evidencia que la identidad urbana actualmente se identifica en medio del contenido intolerante y discriminatorio, el problema real no es el empleo de estas situaciones bajo ciertos ambientes sino cuando la acción tiene una intención diferente, por tanto el problema no es el contexto normal sino el evitar la fuga de estas situaciones del mismo. Si se estimula adecuadamente se puede generar un cambio progresivo en el empleo del componente intolerante y discriminatorio como parte de la identidad Caleña, por lo tanto, si se refuerza la buena acción, ésta tiende a replicarse, en tanto si se retroalimenta reflexivamente la negativa, ésta tiende a disminuir.

11.4 Propuesta

La propuesta que se concretó cumple con todas las determinantes de diseño anteriormente mencionadas, pues sugiere sin sutilmente, sin hacer alusión a ningún estereotipo una interacción social, además se compone de un código para ingresar en una plataforma conectada a internet para poder acceder a contenido en la misma, el contenido de esta se desarrollará del mismo tipo de Dumb Ways To Die.

En cuanto a la experiencia del usuario se intenta que sea de refuerzo a buenas acciones que se desprendan del lugar y lo subjetivo, se pretende estimular pequeñas acciones las cuales sin importar su orden signifiquen una situación agradable para el usuario.



Gráfica 10.4.1 Propuesta

12. Propuesta Final

12.1 Propuesta

La propuesta de diseño llamada Enlázate, es una dinámica de cartas sociales mixta, que mezcla el juego físico con la interacción digital en una aplicación móvil. El proyecto propone mediante una estrategia gamificada, ofrecer al público la posibilidad de abordar problemáticas sociales por medio de interacciones que influyen en el comportamiento humano. No constituye la clásica campaña de choque, sino que propone mediante sutileza y vivencia personal, la interiorización y confrontación de estereotipos que vive la sociedad.

Se propone la realización de un juego de cartas de interacción social con dos componentes:

Físico: Cartas físicas que siguen la lógica del mano a mano especificado e impulsado por un reto escrito en ella. El objetivo que se plantea es poder relacionarse con desconocidos o recrear interacciones con cosas diferentes a las usuales para ampliar la visión, percepción y reflexión sobre las cosas de cada individuo, y sobre experiencias ajenas sobre las que se pueda tener algún prejuicio sobre sus partícipes o sobre la actividad en sí.

El ideal es abrir a las personas a las diferentes posibilidades, y que compartan, interactúen con el hacer propio y el ajeno en diferentes campos, e influir en sus prejuicios y percepciones.

Digital: Cumple con las mismas funciones de la física, sólo que integrada en una red social interna, donde se comparte entre amigos, que pueden ser agregados sin ninguna restricción, además, también cuenta con la opción de agregar carta física. Ambos tipos de cartas suman puntos canjeables con descuentos y beneficios para los usuarios relacionados a empresas asociadas a la iniciativa.

Para garantizar que los usuarios se sientan motivados a utilizar el componente digital, se pretende entablar una red de asociados con empresas locales de diferentes sectores que sean de interés para el público objetivo o que cumplan con una función social, como restaurantes, cines, teatros, fundaciones etc, ofreciéndoles publicidad personalizada y dirigida dentro del juego de cartas, a cambio de capital y descuentos para los usuarios, de esta forma, se establece una especie de sinergia y se amplían los posibles horizontes de las misiones sociales propuestas.

12.2 Concepto de diseño

Enlázate, es una propuesta de interacción social, que propone acciones tanto entre conocidos como desconocidos, buscando generar espacios o situaciones que propicien una reflexión de los posibles prejuicios sociales entre los involucrados, especialmente la identificación de la diferencia, y la toma de conciencia del significado de acciones que ya han sido culturalmente automatizadas, así como la revalorización de las mismas en relación a su importancia social.

Requiere de dos componentes, físico y digital. La dinámica física, consta de cartas con misiones que proponen interacciones con desconocidos o de acciones cuyo valor no es percibido. Estas cartas siguen la lógica de compartirse y pasarse, teniendo la opción de ser incorporadas a la dinámica digital.

Esta última se traduce a una aplicación que permite la misma dinámica física, pero en la interfaz virtual, además, la valorización de las misiones en términos de cuánto trabajo cuesta para quien da y quien recibe, transformándolos en un sistema monetizado, que permite acceder a recompensas que refuerzan la motivación del usuario, en este caso cupones para acceder a diferentes productos del común.

De esta forma, se intenta recrear una experiencia de usuario reforzada a buenas acciones que se desprendan del lugar, y el componente subjetivo, se estimula con las pequeñas acciones, que sin importar su orden, significan una situación agradable para el usuario y su entorno.

12.3 Metáfora

Enlázate, se basa en la metáfora de la cadena de favores, es decir, la actividad social del actuar altruistamente, sin importar ninguna barrera, estereotipo, creencia o dogma. Es por esto que, se usan personajes que no hacen referencia a algún grupo social ni a algún vínculo que el común de las personas compartan, las cartas son la vía para la propagación de estas labores altruistas, y una traducción a contextos actuales con los que se encuentran familiarizados nuestros potenciales usuarios.

12.4 Diseño de Identidad de Marca → Revisar como anexo

12.5 Arquitectura de la Información

En el proceso de planificación y diseño de la aplicación de Enlázate, se tiene en cuenta el principio de usabilidad, pues el ideal de la navegación es que sea fácil, y permita sin ningún problema al usuario realizar las múltiples tareas. Teniendo en cuenta lo anterior, Enlázate tiene el objetivo de proporcionar una experiencia atractiva, impactante y duradera.

La arquitectura y navegación de la app de Enlázate, se explica en wireframes elaborados para el prototipo de baja y media fidelidad, así como también se muestra un esquema de navegación de usuario. Dichos esquemas se encuentran como anexos al documento.

12.6 Secuencias de Uso

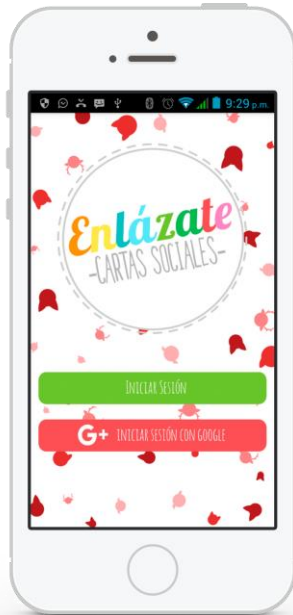
La aplicación de Enlázate, se basa en una navegación rápida, que sea sencilla para el usuario y clara al momento de verificar su baraja de cartas virtuales, el cómo recibe una carta, y como es el proceso de dar una digital. Los principios de usabilidad y accesibilidad, dan apoyo para que la navegación de las secciones de la aplicación sea de fácil captación.

A continuación se muestran las secuencias más destacadas:

12.6.1. Secuencia No.1: Acceso a Enlázate

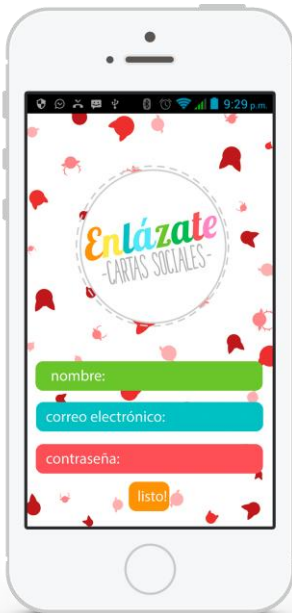


Inicio



Inicio de sesión

Registro



El acceso a la aplicación de Enlázate se realiza dando clic en el logo. Inmediatamente se desprenden las opciones de inicio de sesión y de registro en caso de que sea la primera vez en acceder a la app.

12.6.2. Secuencia No.2: Baraja de cartas

Baraja virtual Vista previa de la Carta



La Sección a la que redirige inmediatamente el inicio de sesión es la baraja de cartas, pues permite la visualización de las cartas que contiene el juego. Se pueden ver las que el usuario tiene en el momento, así como también las que le hacen falta, al dar clic en la pre visualización,

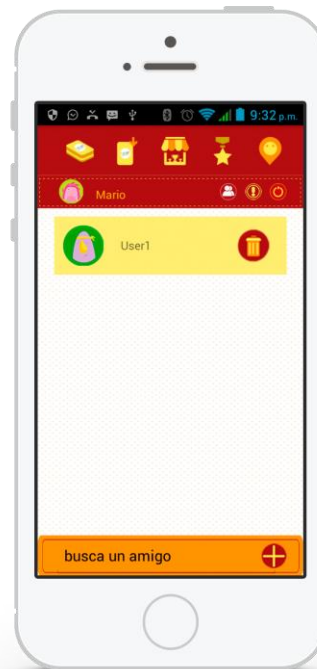
se permitirá dar la carta seleccionando un amigo como en la interfaz de Amigos que se explicará posteriormente.

12.6.3. Secuencia No.3: Perfil y Amigos

Amigos



Perfil



Espacio en la aplicación personalizable, donde cada uno tiene la opción de establecer sus datos de usuario, su icono de representación, nombre de usuario y visualizar el puntaje adquirido hasta el momento de dar y recibir. El usuario también tiene amigos, los cuales pueden acceder a sus datos básicos de perfil.

12.6.4. Secuencia No.4: Recibir carta



Para garantizar que las cartas físicas que se tienen también están en la baraja de cartas virtual, en esta interfaz se hace el ingreso del código de cada carta física, garantizando el acceso a la baraja virtual.

12.6.5. Secuencia No.5: Tienda e Inventario

Tienda

Inventario

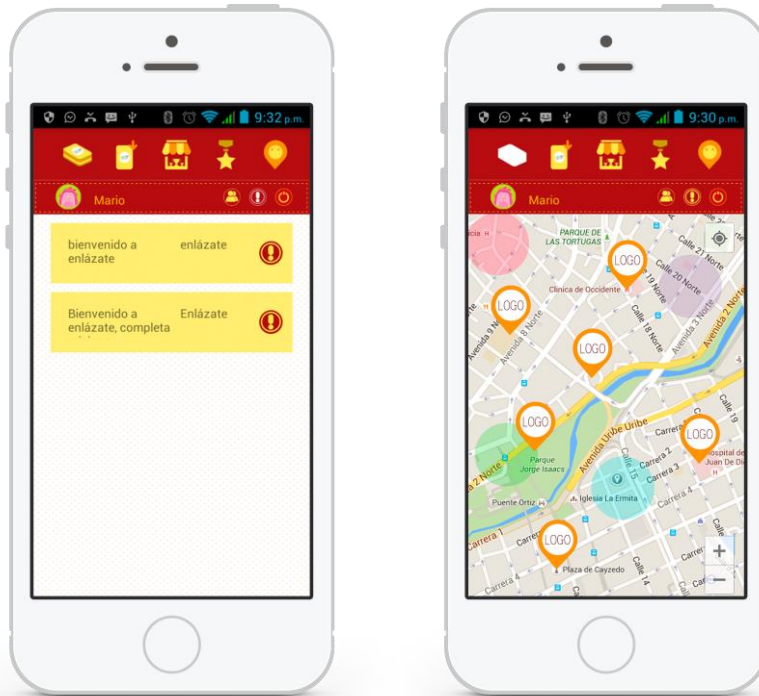


Para garantizar que existe una interacción con los puntos de dar y recibir, en la tienda se adquieren cupones que tienen valor de cuánto se requiere de dar y recibir, desde luego intercambiables en los negocios que ahí se muestran. En el inventario se almacenan los ítems adquiridos por el usuario.

12.6.6. Secuencia No.6: Mapa y Notificaciones

Notificaciones

Mapa



Para que los usuarios tengan conocimiento de que misión se ofrece en cada negocio, en esta interfaz se puede visualizar su indicación, así como también en qué punto de la ciudad se encuentra y que tanta cantidad de usuarios han realizado cada misión.

12.7. Factores de innovación del diseño

Enlázate propone una solución distinta a las maneras tradicionales de abordar problemáticas sociales complejas, ofreciendo mediante una estrategia gamificada, una oportunidad de generar experiencias reflexivas. Esto se logra mediante la sugerencia de interacciones que influyen en el comportamiento de las personas, sus percepciones sobre los demás, las diferentes prácticas y representaciones, que finalmente llevan a la identidad de lo que éstas por sus interacciones construyen como ciudad.

No constituye la clásica campaña de choque, sino que propone mediante la sutileza y vivencia personal, la concientización, interiorización y confrontación de estereotipos y acciones culturalmente aceptadas, o cuyo significado ya ha sido automatizado de manera divertida y satisfactoria.

Además, penetra en una población caracterizada como el futuro, en edades de aprendizaje y reflexión crítica sobre el entorno desde uno de los medios más efectivos para hacerlo, las aplicaciones móviles y las redes sociales.

12.8. Alcance

El alcance de esta propuesta está ligado a los siguientes puntos:

- **Cartas Físicas:** Interacción mano a mano, según las pruebas realizadas la vida útil de una carta en promedio se establece en 3 iteraciones, es decir que por cada carta física interactúan como mínimo 4 personas siguiendo la siguiente lógica, el primer sujeto comparte con el segundo (primera iteración), quien a su vez comparte con un tercero(segunda iteración) y finalmente este comparte con un cuarto (tercera iteración).
Por lo que el mensaje ya sea publicitario o social llegará a al menos 4 usuarios por ítem Físico, es decir potencialmente, 4 usuarios dirigidos a algún sitio por iteración física.
- Las Cartas físicas se pueden perder cuando llegan a manos de personas que carecen interés en las mismas, las cartas digitales sobrepasan esta barrera, además de que la dinámica digital está mucho más enfocada en personas con interés en la dinámica, de lo contrario no instalaría la aplicación.

- El componente digital (app) se desarrolla para dispositivos android, los cuales tienen a su alcance la descarga de aplicaciones en la Play Store de manera gratuita, en Colombia, la mayor parte de la población objetivo tiene acceso a smartphones con este sistema operativo por sus costos de mercado, con este punto se garantiza el acceso a cualquier persona que tenga la intención de hacerlo.
- La base de datos de Enlázate tiene una capacidad inicial de 1000 usuarios, pero se puede expandir según las necesidades de la aplicación para albergar una cantidad indefinida de los mismos.
- Las iteraciones desde la aplicación no tienen un límite lo cual permite llegar a un número indefinido de usuarios o el refuerzo del mensaje pues cada usuario puede recibir más de una vez la misma misión garantizando una gran cadena de los mismos, se toma el mismo promedio de iteraciones físicas para las que se realizan digitalmente, teniendo un alcance promedio de usuarios por carta de 4.
- Se planean bases para el futuro desarrollo en plataforma web, permitiendo así un mayor alcance de público de todas partes del mundo.
- Se planea una expansión de asociaciones clave para el futuro, generando fuerza al modelo de viabilidad económica, Enlázate debe iniciar con al menos 7 empresas afiliadas para que el modelo sea viable.
- Se plantean misiones con efecto bola de nieve, ajenas a la dinámica Digital, con el fin de promover buenas acciones a personas que probablemente no cuenten con el recurso de un smartphone, como regalarle ropa a quien no tiene, celebrarle el cumpleaños a un homeless entre otras, esto con el fin de dejar puertas abiertas a acciones de mayor impacto.

13. Viabilidad

13.1. Viabilidad Técnica

Se requieren conocimientos en arte final, ilustración, desarrollo de aplicaciones para android, mercadotecnia y sensibilidad social, traducido en el siguiente software:

- Adobe Photoshop
- Adobe Illustrator
- Android Studio
- Microsoft Office

13.1.1. Proceso de producción

El proceso de producción de Enlázate lleva los siguientes pasos:

Diseño y elaboración de cartas físicas: Proceso por el cual se diseñan las interacciones a proponer, ya sea de carácter social o para publicidad dirigida. Una vez se idea la interacción, esta se boceta con los personajes que mejor la representen para posteriormente ser escaneada, vectorizada y finalizada con el color en un software de edición de imagen en pixel, bajo el tamaño de impresión requerido y con la plantilla del tipo de misión que representa.

Impresión:

Este proceso consta de la organización de las diferentes cartas en un archivo por lotes para impresión y su posterior envío al socio clave encargado para obtener un producto físico, este proceso también cuenta con impresión y empaque de las mismas para dejarlas listas para su distribución.

Distribución:

Proceso por el cual se realiza la logística necesaria para que las cartas lleguen a su lugar de comercialización o distribución.

Planificación y ejecución de aplicación:

La base de la aplicación es elaborada una sola vez de manera que sus componentes gráficos sean fácilmente personalizables y sus componentes lógicos relacionados con el modelo de negocio, como agregar carta, ítem, notificación entre otras sean de fácil manipulación, este proceso requiere de una fase inicial de planos técnicos para su posterior implementación y una constante retroalimentación en sus diferentes fases para obtener un resultado lo más acorde posible al usuario foco.

Actualizaciones de la aplicación:

Proceso por el cual se suben las cartas nuevas, se actualizan las promociones, se actualizan los logros y se mandan alertas dirigidas a los diferentes usuarios.

13.1.2. Tiempos de ejecución

- **Diseño carta:** 2 horas
- **Elaboración Carta:** 2 horas

- **Planificación de aplicación:** 20 horas.
- **Impresión:** 6 horas.
- **Distribución:** 6 horas.
- **Desarrollo aplicación:** 160 horas.
- **Iteraciones de la aplicación y cambios:** 80 horas.
- **Planeación de actualización:** 4 horas.
- **Actualización:** Tiempo promedio 2 minutos por ítem.

13.1.3. Equipo de trabajo

- **Diseñador:** Persona encargada de la Ilustración, el Arte final y el Diseño de las diferentes Cartas.
- **Mercaderista:** Persona encargada del área de ventas y servicio al cliente y de la conceptualización de cartas asociadas a los paquetes ofrecidos para las empresas, buscando que el cliente se sienta cómodo con las mismas.
- **Desarrollador:** Persona encargada de realizar el software, así como de su mantenimiento y actualización para un correcto funcionamiento.

13.2. Viabilidad Económica

Enlázate ofrece mediante sus interacciones, el servicio de publicidad dirigida mediante recomendaciones y sugerencias a sus usuarios. Además, beneficia a los mismos con bonos o cupones acordados con las empresas que hacen parte de su red para motivar a los mismos a ejecutar las misiones propuestas, es decir, ofrece una publicidad dirigida con un plus de movilización con motivaciones sociales.

13.2.1. Costos de producción

Los costos de producción se dividirán en 3 grupos, los relacionados con la actividad física, los relacionados con la actividad digital y los que son comunes a ambos:

13.2.2. Modelo Canvas



13.2.3. Usuarios finales

Enlázate no pretende cerrar sus horizontes a ningún tipo de usuario, sin embargo, se encuentra enfocada en los jóvenes en rango de edad de 15 a 25 años, en la ciudad de Cali, que se encuentran en procesos de educación.

Como se especificó anteriormente, Enlázate puede ser usada por cualquier persona, pues su lenguaje y acceso al producto está disponible sin ninguna restricción y es apto para todo público, además, la dinámica propuesta puede resultar interesante y ser aceptada en diferentes tipos de público.

13.2.4. Tamaño del mercado

La inversión en publicidad con medios digitales en Colombia para 2015 representó \$ 278.216'000.000, además, presenta una tendencia al crecimiento mantenida al menos desde el año 2011. Adicional a esto, 2/3 de las pymes del país invierten en publicidad entre el 5 y el 7% de su facturación, y las empresas invierten cerca del 2.5% en proyectos sociales.

13.2.5. Estrategia de mercadeo

Enlázate es una forma creativa, diferente y social de realizar publicidad, capaz de llegar por el medio más efectivo de comunicación, el mano a mano. Para que este conducto logre ser eficaz, como para que potenciales clientes se interesen en el producto, se debe tener cobertura de la mayor cantidad de usuarios posible, para poder ofrecer paquetes tentativos, es por esto que pretende implementar una estrategia de posicionamiento, pues lo importante de nuestro producto es el beneficio que ofrece y la marca que hace referencia al mismo, por medio de la creación de un espacio en la mente de nuestros consumidores y potenciales clientes, respecto a otras posibles opciones de publicidad es la mejor forma de ingresar al mercado.

14. Pruebas de Usuario

14.1. Pruebas de usuario preliminares

1. Prueba de Navegación

Objetivo: Evaluar la navegabilidad de la aplicación enlázate.

Total muestra: 10 personas.

Muestra: Muestra de estudio aplicada a 10 estudiantes de la Universidad Icesi, de múltiples carreras, en un rango de edad de 15 a 25.

Descripción: Con un prototipo de baja fidelidad donde únicamente funciona la navegabilidad de la aplicación, se le pidió a **10 voluntarios** que lo probasen explicándoles con antelación de qué trataba la aplicación y qué debería hacer, se les pidió que navegaban libremente tratando de ir a todas las ubicaciones mencionadas en la explicación.

Resultados y Conclusiones:



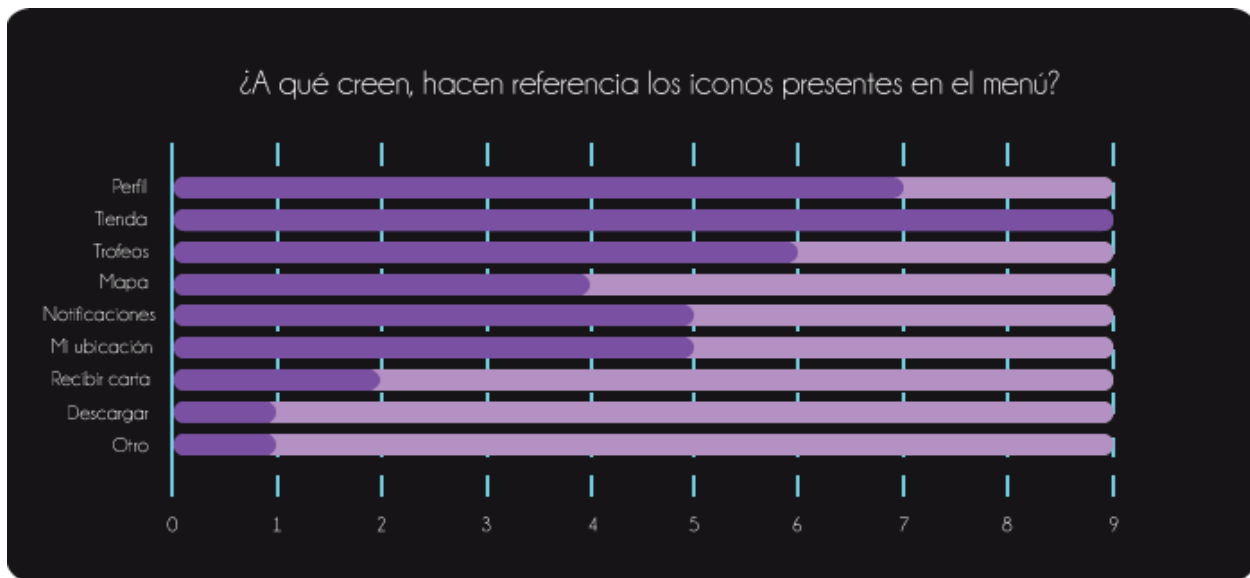
Aunque no existió dificultad para la navegación en la aplicación, un 40% calificó la aplicación con una facilidad normal para manejar, lo que se debe mejorar en la prueba de usabilidad, tratando de que este margen sea cada vez menor, pues a pesar de no ser negativo, se esperaría que la navegabilidad resultase más que normal intuitiva y fácil.



En cuanto a los procesos de dar y recibir que constituyen el centro de la aplicación solo el 20% en ambos casos no llegó hasta allá en su prueba, mientras que el 80% si lo hizo de este porcentaje una gran mayoría entendió y puntuó correctamente el proceso.



Un 90% calificó la navegación como normal o más satisfactoria, lo que nos permite continuar por el camino a la hora de implementar el desarrollo gráfico.



Las observaciones realizadas por los usuarios se tuvieron en cuenta y se implementaron cambios en los bocetos de los gráficos para ser posteriormente evaluados en la prueba de Usabilidad de usuario.

2. Prueba de Intencionalidad

Objetivo: Medir el posible impacto de las cartas en el medio donde serán introducidas, evalúa la intención de potenciales usuarios de ser parte de la dinámica, la percepción sobre la implementación gráfica y percepción sobre el proyecto.

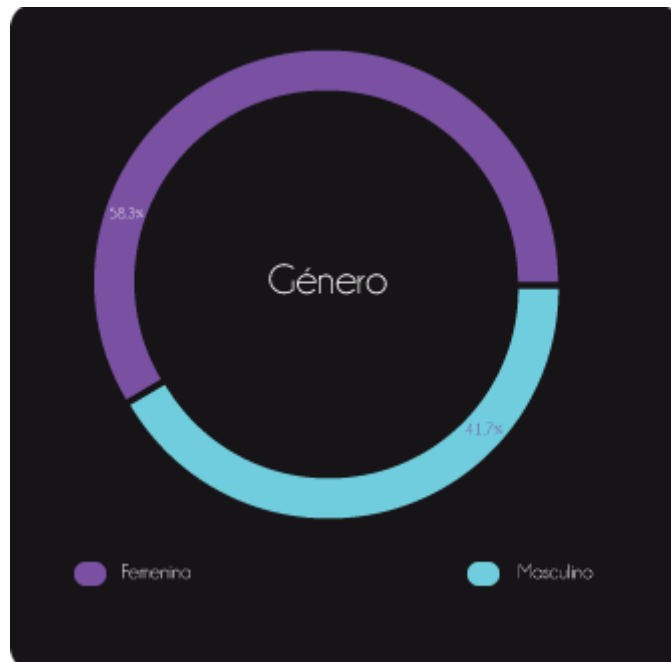
Total muestra: 14 personas.

Muestra: Muestra de estudio aplicada a 14 estudiantes de la Universidad Icesi, en un rango de edad de 15 a 25.

Descripción: Para esta prueba se le pidió a 14 sujetos que voluntariamente colaboraran, una vez aceptaban eran parte de una simulación de dar carta, es decir se le acercaba un miembro del equipo entregando una carta simulando una situación real, la carta utilizada varió según el sujeto.

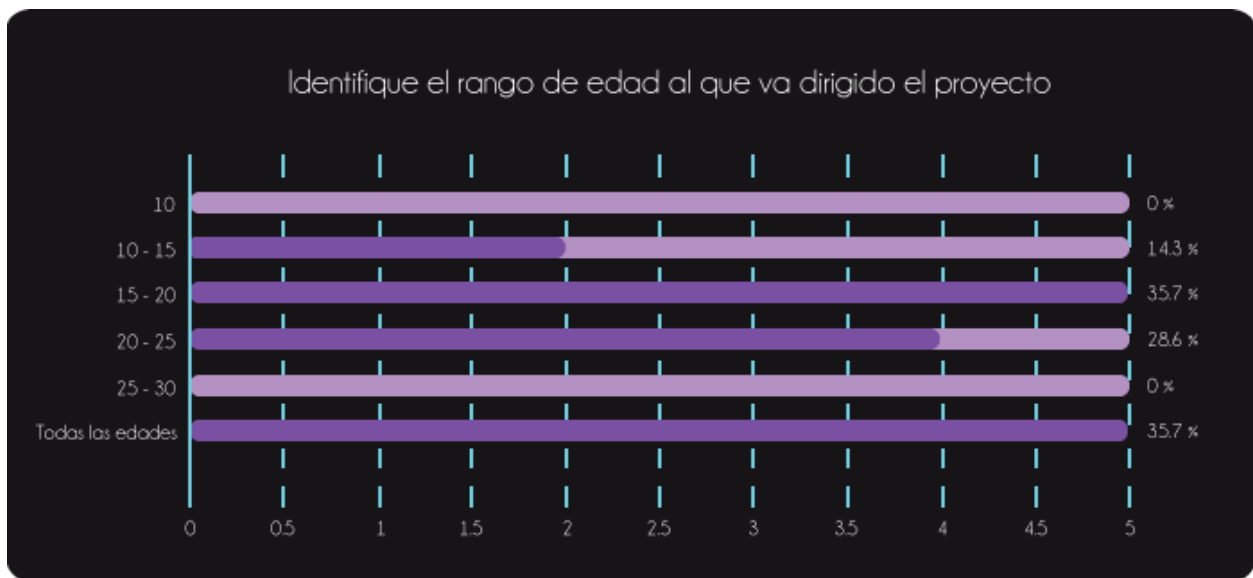
Una vez se le presentaba la carta y la dinámica se les pedía que con imparcialidad y de manera anónima llenaran una encuesta que preguntaba sobre aspectos de Diseño, Intención de pasar la carta, su posible interés en la dinámica y su percepción del proyecto.

Resultados y Conclusiones:



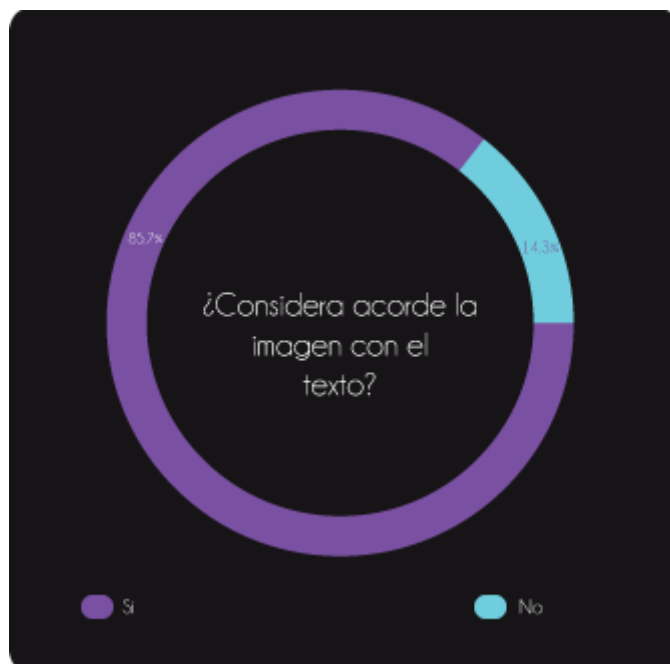


Visto que la Calidad gráfica de la propuesta no tiene calificaciones inferiores a 4, inferimos que es la adecuada para el proyecto.

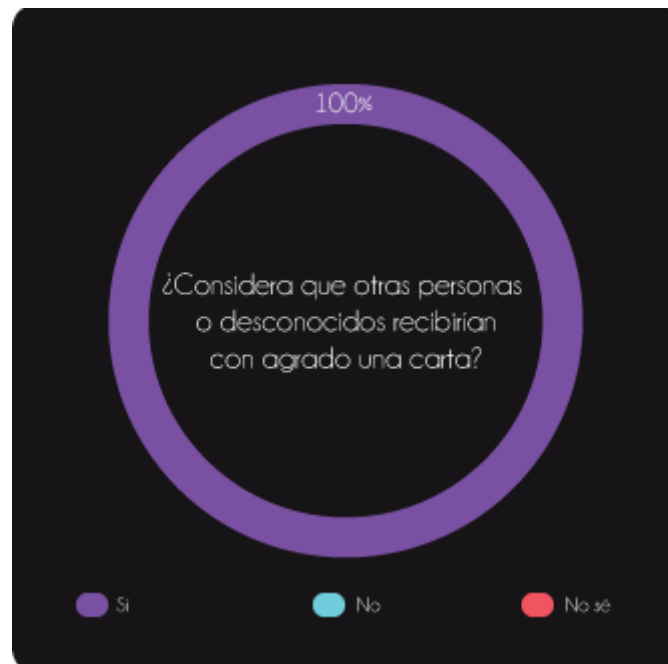


Además de que en cuanto al margen de edades de nuestro público objetivo, las personas encuestadas respondieron en más de un 50% que el proyecto se ubica en el rango, mientras que

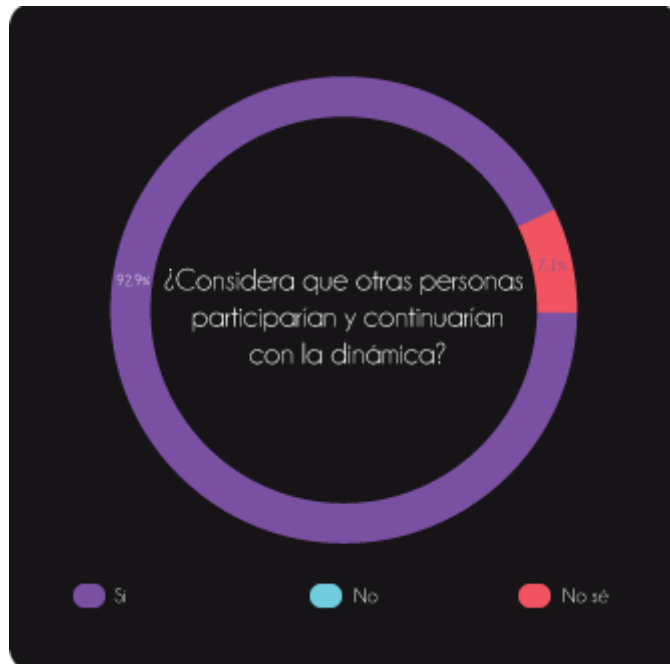
un 37% especificó que se podía implementar en todas las edades, por lo que también damos por cumplido el objetivo de la realización de una propuesta gráfica acorde al público al que nos dirigimos y cause impacto en el mismo.



En cuanto a la intención de los posibles usuarios a ser parte de la dinámica, se ve con los resultados obtenidos que la gente estaría dispuesta a compartir las cartas y piensa que los demás estarían dispuestos a recibirlos.



Además de que en ambos casos se realizaría con agrado las estadísticas se acercan al 100% de respuestas positivas en las preguntas correspondientes, lo que nos da un gran panorama, además de las experiencias a la hora de realizar las pruebas, pues los sujetos se encontraban muy animados con la dinámica de compartir cartas sociales, lo que nos lleva a concluir que en efecto la dinámica puede llegar a ser muy exitosa y que es la manera correcta de generar interacciones sociales, demuestran su agrado al participar de la actividad y según los comentarios podemos también influir que se ven motivados e interesados por la misma dinámica.



Finalmente en relación a la percepción de la iniciativa, esta tiende a ser recibida muy abiertamente y a ser del agrado de los usuarios, quienes demostraron interés y deseo por ser parte de la misma, lo cual nos indica que es viable socialmente.

14.2. Pruebas de usuario finales

1. Prueba de Experiencia de Usuario

Objetivo: Evaluar el nivel de satisfacción de la experiencia tanto en un sujeto que cumple con la dinámica de dar así como la percepción que tiene de quien recibe.

Total muestra: 11 personas.

Muestra: Muestra de estudio aplicada a 11 estudiantes de la Universidad Icesi, de múltiples carreras profesionales, en un rango de edad de 15 a 25, donde cada uno recibió 2 cartas.

Descripción: Se reparten cartas a voluntarios quienes se comprometen a ejecutar la dinámica sin presiones y a llenar una encuesta cuando la hayan ejecutado, la encuesta pregunta sobre cómo fue la experiencia personal, interiorizando en los aspectos de facilidad para cumplir la misión, el componente situado, dinámico, holístico y subjetivo de la experiencia y sobre la percepción en la persona que la recibió.

Resultados y Conclusiones:





Esta prueba nos demuestra que existe un interés por el tipo de dinámica propuesta, el recibir una carta por primera vez genera expectativa pues no es algo que se haga todos los días, también brinda un buen panorama para el componente del traspaso mano a mano, pues la

temática de la carta y las emociones que estas generan dan la impresión de que la acción será replicada, aunque encontramos pequeña diferencia con la segunda iteración, esas diferencias se pueden deber, según los resultados de los comentarios de los voluntarios a las diferentes personalidades con las que se toparon y se mantiene la emoción, en cuanto a la intencionalidad que puedan encontrar en el nuevo sujeto de continuar la dinámica, esta es variante y genera incertidumbre.

Lo anterior nos demuestra que las cartas son bien recibidas, y que hay que hacer un esfuerzo con el componente de incertidumbre buscando estrategias para que la dinámica pueda replicarse y la experiencia continúe con la misma tendencia que marcan estos resultados.

2. Prueba de Dinámica

Objetivo: Evaluar si las cartas son compartidas en condiciones reales.

Total muestra: 40 Personas.

Muestra: Muestra de estudio aplicada a 40 estudiantes del Colegio Gimnasio la Colina en edades entre 15 -17 años.

Descripción: Se emplearon cartas en cuyo reverso se encontraban líneas para escribir, se le pidió a un grupo de **40 voluntarios** que las repartieran dando las siguientes instrucciones: al repartirla deben escribir su correo en el reverso y cuando todas las líneas habilitadas para escribir del mismo estuvieran llenas, debían dejarlo en la portería del colegio en donde se encontraría un

buzón para su almacenamiento, se les ofreció el sorteo de entradas al parque de diversiones local, la dinámica hace alusión al mano a mano con recompensas que se plantea tanto digital como física, se dejaron durante un periodo de dos semanas, se seleccionan misiones cuyos requerimientos no requieran de dinero, mucho tiempo o dificultad elevada.

Resultados y Conclusiones:



Al cabo de dos semanas se recolecta un total de doce(12) cartas de las 40 que fueron repartidas, lo cual, representa el 30% de las cartas, si se tiene en cuenta que probablemente la recompensa no es motivante para todas las personas y que durante las iteraciones las cartas pueden terminar en usuarios no interesados en las mismas, además, la dinámica propuesta no cuenta con la presencia de los elementos para la motivación para el usuario tales como el sistema de rangos, logros, perfiles, los puntos, y las recompensas para todo tipo de público que son propios de la aplicación ni la integración con la misma los resultados resultan ser bastante

positivos, pues demuestran que una tercera parte de las personas a las que puede llegar se encuentran interesadas en continuar el efecto bola de nieve per se y que este porcentaje puede aumentar con los elementos motivacionales, por lo que se ve que la dinámica es efectiva y que en efectos si se puede sensibilizar de una manera sutil a un gran número de usuarios, estableciendo interacciones que les calen y que pueden llegar a generar el espacio de reflexión que se plantea como sensibilización.

Una vez demostrado que las cartas si iteran en condiciones reales, la experiencia del grupo que realizó la prueba presenta limitantes muy importantes, como que las cartas, según sus características tienden a tener diferentes tiempos para su cumplimiento, según la exigencia de la misma factor que se debe considerar detenidamente a la hora de la creación de futuros ejemplares, además de que nos presenta un panorama de la vida útil de las cartas físicas, otro factor importante es que tiene que existir recompensas variadas para poder motivar diferentes usuarios con gustos, personalidades y exigencias diferentes.

3. Prueba de de Usabilidad Enlázate

Objetivos:

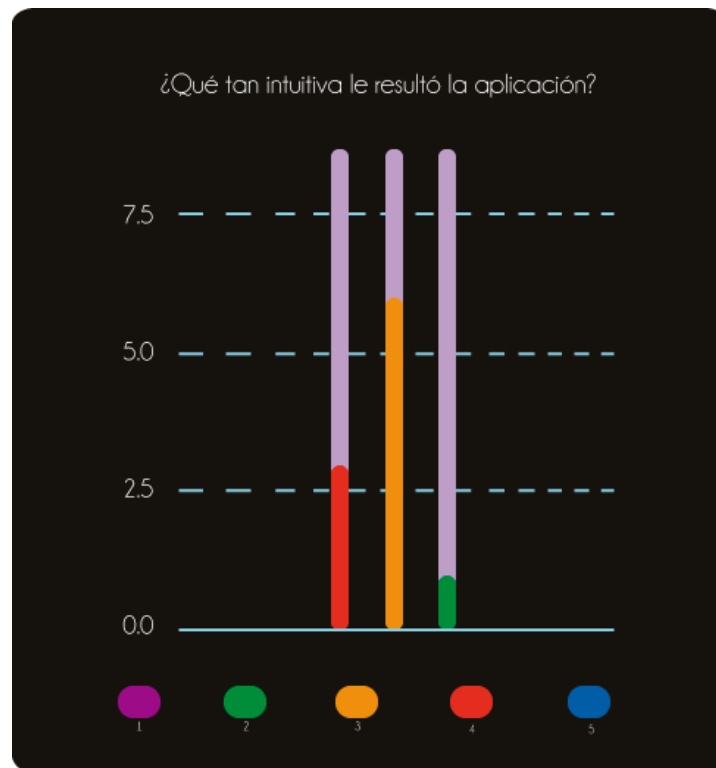
- Evaluar la usabilidad de la aplicación enlázate.
- Evaluar la interfaz de usuario.

Total muestra: 10 personas.

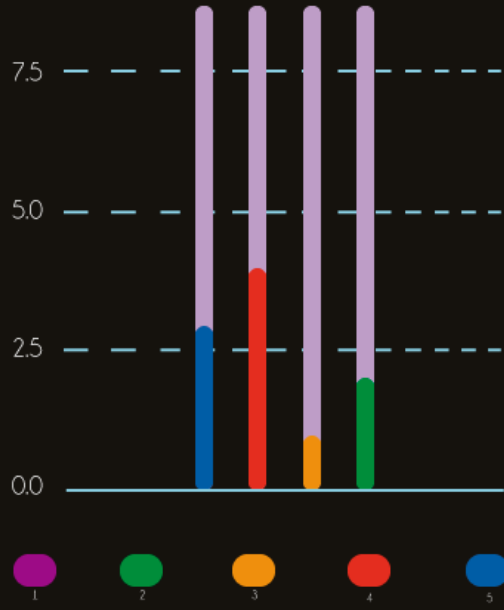
Muestra: Muestra de estudio aplicada a 10 estudiantes de la Universidad Icesi, en un rango de edad de 15 a 25.

Descripción: Se explica a **10 voluntarios** de qué trata la aplicación y se pide a los sujetos que la utilicen libremente un tiempo, y que posteriormente se se dirijan a las diferentes secciones y completen los procesos.

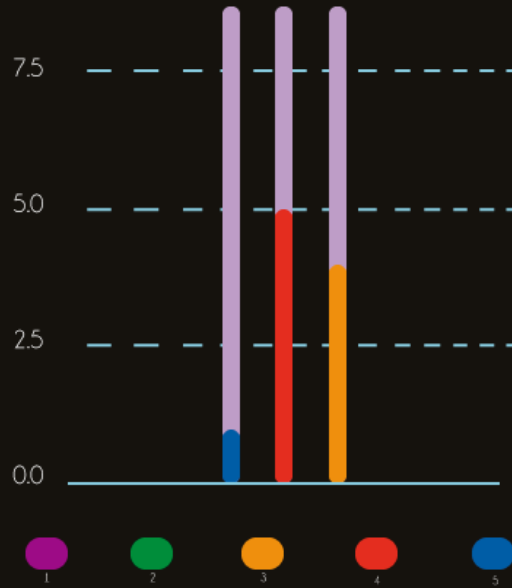
Resultados y Conclusiones:



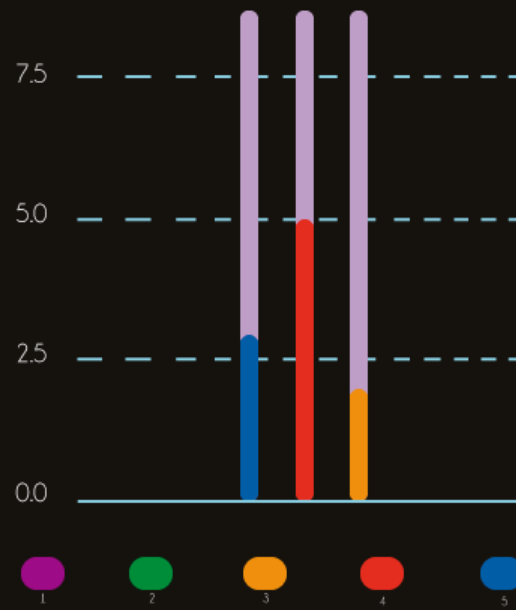
¿Qué tan adecuada es la interfaz?



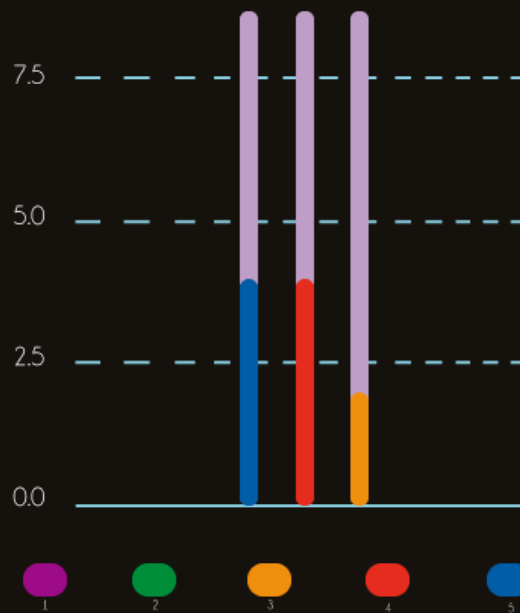
¿Qué tan fácil fué navegar por la aplicación?

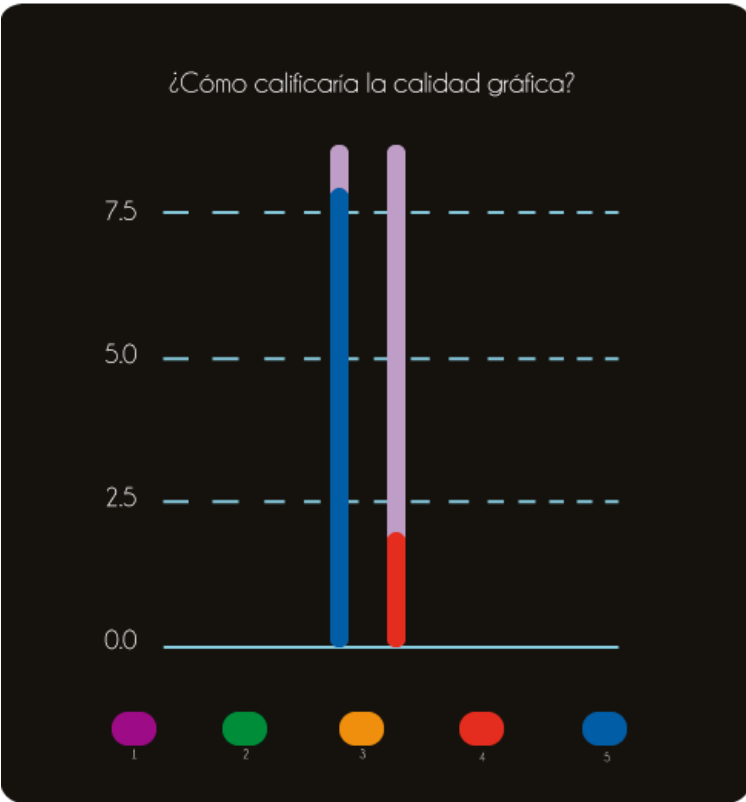
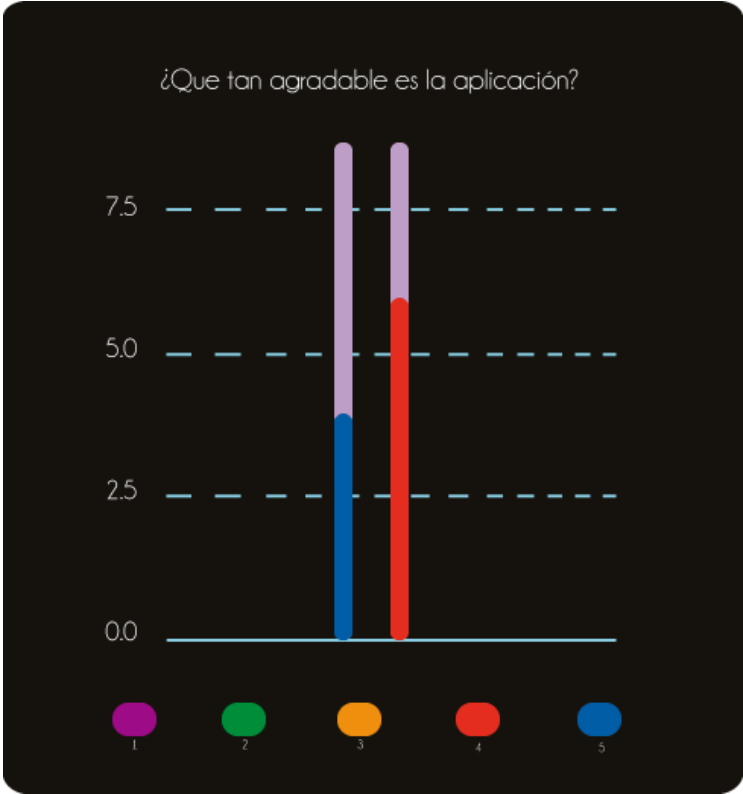


¿Qué tan adecuados son los gráficos de la interfaz?

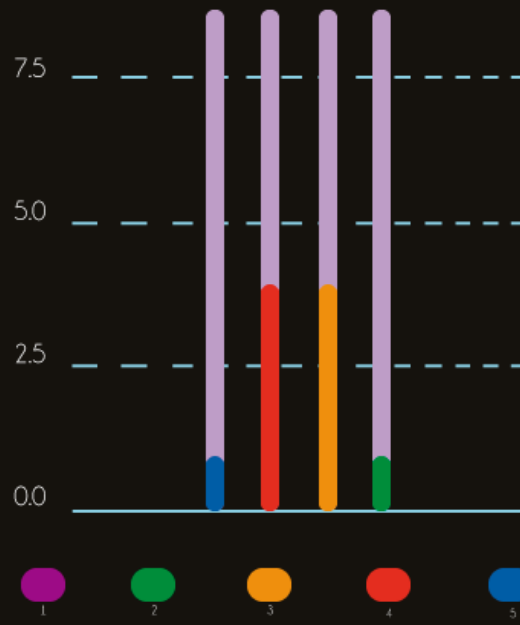


¿Qué tan claros son los iconos de la interfaz?

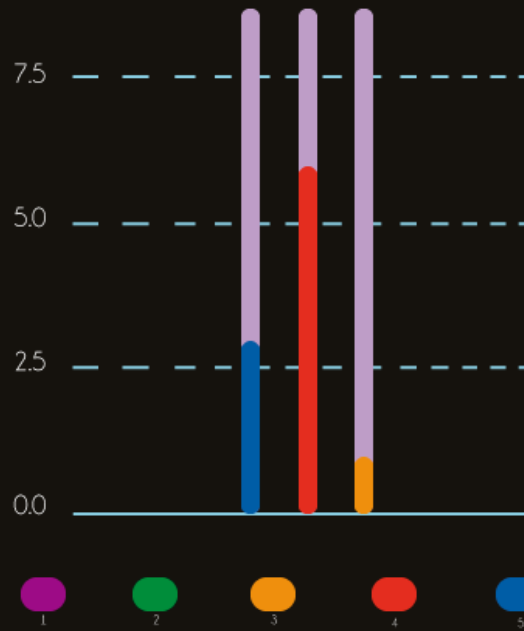




¿Que tan fácil le resultó usar la aplicación?



¿Cómo calificaría la calidad de la aplicación?



En relación a la usabilidad (Facilidad, Intuición, Navegación y claridad), realmente no existen puntuaciones por debajo de 3 (evaluado de 1 a 5) que cuenten con un porcentaje considerable como para ser tenidas en cuenta, si existen campos como lo referente a lo intuitivo que puede resultar la aplicación en el que la moda es 3, por lo que no es del todo intuitiva para la mayoría de usuarios, o el de facilidad que tiene también una cantidad de respuestas considerable en 3, por lo que se puede inferir que existe una curva de aprendizaje para la aplicación y que para una futura versión, se debe implementar un tutorial que guíe al usuario por la misma. En cuanto a calidad gráfica, los usuarios coinciden en que es clara, y tiene un nivel óptimo, adecuado y coherente.

4. Prueba de Rendimiento de Software

Objetivo: Establecer los requisitos técnicos mínimos para el funcionamiento de la aplicación.

Descripción: Se monitorea la aplicación en un smartphone con las características mínimas encontradas actualmente en los principales almacenes de cadena, durante dos semanas con un software especializado que recolecta la información de su desempeño en el tiempo.

Características Smartphone de prueba:

RAM:512MB

CPU: Dual Core 1.3hz

Android 4.2 - Jelly Bean

Almacenamiento interno 4GB.

Resultados y Conclusiones

Nombre: Enlázate App

Uso de Memoria: 47MB

Uso de CPU: 8%

Espacio de Almacenamiento: 24Mb

Uso de datos: 35Kb/min

Batería: 1189mW

Permisos Requeridos:

MAPS_RECEIVE

INTERNET

ACCESS_NETWORK_STATE

WRITE_EXTERNAL_STORAGE

READ_GSERVICES

ACCESS_COARSE_LOCATION

ACCESS_FINE_LOCATION

WAKE_LOCK

C2D_MESSAGE

READ_EXTERNAL_STORAGE

Min SDK: 17 - Android 4.2 Jelly Bean

La aplicación presenta un rendimiento normal y adecuado para un celular con las características mínimas encontrado actualmente en el mercado, por lo cual, cualquier smartphone podrá usarla.

15. Conclusiones generales

La discriminación e intolerancia en Santiago de Cali se ha interiorizado en los comportamientos que son culturalmente aceptados, y para influir en estos, no basta con campañas tradicionales, cuyos métodos causan muy poco impacto. Los problemas son conocidos, pero no identificados, lo que ratifica la necesidad de un actuar diferente.

Por medio de los diversos estudios realizados para esta investigación, se pudo identificar que las iniciativas que conllevan a generar interacciones sociales no tradicionales, generan una expectativa y motivación en los usuarios, lo que constituye una fuerte herramienta para sugerir acciones capaces de generar cambios, es decir, para la generación de ambientes de reflexión en los mismos a partir de su propia experiencia bajo la guía sutil e imperceptible de las misiones descritas en las cartas, aunque contamos con la limitante de que la carta llegue a alguien sin interés en la misma. Esto se ve sobrepasado por el funcionamiento de la aplicación, cuyas misiones nunca se pierden.

La sensibilización que se puede alcanzar por este proyecto es sutil y no inmediata, es un proceso lento, por lo que los resultados de la misma podrían ser revisados a largo plazo o permanecer en la subjetividad de los usuarios, pues, la constitución de estas misiones propician la posibilidad más no obliga a crear circunstancias para el diálogo en respeto e igualdad, y es de cada uno de los implicados, la reflexión en torno a la diferencia, los estereotipos y demás barreras mentales posibles para cada misión.

La solución propuesta demuestra ser efectiva y tener un efecto sensibilizador al establecer interacciones que les calan per se y que al verse reforzadas por elementos motivacionales pueden llegar a un gran número de usuarios dentro y fuera de la población objetivo estableciendo

espacios que permiten la reflexión sobre la interacción con el otro, la apertura de barreras mentales y la posibilidad de conocer y compartir cosas más allá de los intereses y gustos propios, reduciendo la barrera de la diferencia y el individualismo y fomentando la tolerancia a lo diferente.

Aunque intervenir en este problema es palpar fibras sensibles de la cultura urbana de la ciudad, hacerlo también constituye un punto de inicio para desescalar el odio y la intolerancia, el crear buenas acciones que se repliquen, por más que sean pocas siempre habrá quienes pasen la voz y mejoren nuestra percepción intercultural.

16 Referencias Bibliográficas

Alcaldía de Santiago de Cali. Secretaría de Desarrollo Territorial y Bienestar Social.

Mujer. Cali.gov.co. Recuperado de: http://www.cali.gov.co/publicaciones/mujer_pub

Alcaldía de Santiago de Cali. Secretaría de Desarrollo Territorial y Bienestar Social.

Poblaciones. Cali.gov.co. Recuperado de:

http://www.cali.gov.co/publicaciones/poblacioness_pub

Bordignon. Antonio. Nelson. Revista Lasallista de Investigación - Vol.2 No.2. *El desarrollo*

psicosocial de Erik Erikson. El diagrama epigenético del adulto. Recuperado de:
http://repository.lasallista.edu.co/dspace/bitstream/10567/384/1/p50-63_ARTICULO%20ERICK%20ERICKSON.pdf

Centro de Relevo, Tecnologías para la Inclusión. Recuperado de:
<http://www.centroderelevo.gov.co/>

Delgado. Manuel. (Barcelona , 1999). *El animal Público*. Editorial anagrama.

Eljach. Sonia. Plan International. Unicef. *Violencia escolar en América Latina y el Caribe: Superficie y fondo.* Recuperado de: http://www.unicef.org/lac/violencia_escolar_OK.pdf

Friedheim. Helde. (Marzo, 2015). (2011). *Why User Experience Cannot Be Designed*. Smashing Magazine. Recuperado de: <http://www.smashingmagazine.com/2011/03/why-user-experience-cannot-be-designed/>

Gaviria, Trujillo, César Augusto. Presidente liberal de Colombia. (1991).

Constitución Política de Colombia Título I de los Principios Fundamentales,

Constitución Política de Colombia 1991 (Artículo 7). Santafé de Bogotá: Jacobo Pérez

Escobar, Secretario General, Asamblea Nacional Constituyente (1991).

Gamewright. Sneaky Cards. Play it forward. Recuperado de: <http://sneakycards.com/>

Gómez. Dueñas. Maria. Catalina. (24, 10, 12). *Sexualidad y violencia. Crímenes por prejuicio*

sexual en Cali. 1980 - 2000. Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales -FLACSO.
Universidad del Valle.

Gómez. Etayo. Patricia. (2011). *De la violencia social a la violencia escolar: narrativas de jóvenes escolarizados en Cali 2013 - 2015.* 2° Simposio Internacional de Postgrados en temas y problemas de investigación en educación. Retos y desafíos de la educación en la época de la inclusión y la Interculturalidad.

<http://soda.ustadistancia.edu.co/enlinea/botonesweb/PONENCIAS%20PARA%20SUBIR/G%F3mez%20Etayo%20Patricia%20DE%20LA%20VIOLENCIA%20SOCIAL%20A%20LA%20VIOLENCIA%20ESCOLAR.pdf>

Hassenzahl. Marc. (2010). *Experience Design: Technology for All the Right Reasons.* Editorial Morgan & Claypool.

Hassenzahl, Marc (2003): “*The Thing and I: Understanding the Relationship Between User and Product.*” Funology: From Usability to Enjoyment. Springer Books.

Leder. Mimi. (2000). Pelicula *Cadena de Favores.* Productora (Warner Bros. Pictures / Bel-Air Entertainment present a Tapestry Films Production). Recuperado de:

<http://www.sipeliculas.com/cadena-de-favores>

Ley estatutaria 1622 de 2013. (Abril 29). *Estatuto de ciudadanía juvenil. Artículo 2:*

Finalidades. Recuperado de:

<http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Normal.jsp?i=52971>

Loyola Marymount. División de Asuntos Interculturales(University Hall, Suite 4826).

Interculturalismo. Recuperado de:

<http://academics.lmu.edu/media/lmuacademics/diversity/images/Intercultural%20Framework%20in%20Spanish.pdf>

McCann. Dumb Ways to die. Recuperado de: <http://mccann.com.au/project/dumb-ways-to-die/>

Organización de Naciones Unidas ONU. *Carta de las Naciones Unidas.* Recuperado de:

<http://www.un.org/es/documents/charter/chapter1.shtml>

Pérez. Alegría. Fardy Yamith. (2013). *La Violencia estudiantil en Santiago de Cali “Estudio de Caso Institución Educativa Eustaquio Palacios entre los años 2007 - 2010”*. Universidad del Valle. Instituto de Educación y Pedagogía. Estudios Políticos y Resolución de Conflictos. Santiago de Cali. Recuperado de:

<http://bibliotecadigital.univalle.edu.co/bitstream/10893/4793/1/CB-0478957.pdf>

Personería Municipal Santiago de Cali, Velamos por vos. *El bullying o la violencia escolar un fenómeno presente en los colegios de Cali.*

http://www.personeriacali.gov.co/actualidad/noticias/1475-el-bullying-o-la-violencia-escolar-un-fenomeno-presente-en-los-colegios-de-cali#.VdoXIPI_Okp

Quiñonez. Salcedo. Maria. Elena. *Plan Decenal de Cultura de Santiago de Cali*. Secretaria de Cultura y Turismo de Santiago de Cali. Recuperado de:

<http://www.cali.gov.co/publicaciones/plan-decenal-de-cultura-de-santiago-de-cali-pub>

Redacción de El Espectador. (2009, 03, 13). Homofobia y transfobia en Cali. El Espectador.com.

Recuperado de: <http://www.elespectador.com/articulo127188-homofobia-y-transfobia-cali>

Redacción de El Tiempo. (2009, 03, 21). *Alerta por homofobia en Cali desata asesinato de activista de la causa LGBT*. El Tiempo.com.co. Recuperado de:

<http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-4892933>

Redacción de El País. (2011, 09, 01). *Cali no es ajena a la discriminación racial, sexual y étnica*. El País.com.co. Recuperado de:

<http://www.elpais.com.co/elpais/cali/cali-ajena-discriminacion-racial-sexual-y-etnica>

Redacción de El País. (2012, 02, 24). *Intolerancia, la principal causa causa de las peleas en Cali*. El país.com.co. Recuperado de:

<http://www.elpais.com.co/elpais/cali/noticias/intolerancia-principal-causa-peleas-en-cali>

Redacción de El País. (2014, 11, 09). *Intolerancia, una “epidemia” que ha causado decenas de*

homicidios en Cali. El País.com.co. Recuperado de:

<http://www.elpais.com.co/elpais/judicial/noticias/intolerancia-epidemia-ha-causado-decenas-homicidios-cali>

Rojas. Axel. Castillo. Elizabeth. *Multiculturalismo y políticas educativas en Colombia*

¿Interculturalizar la educación?. Recuperado de:

<http://aprendeonline.udea.edu.co/revistas/index.php/revistaeyp/article/viewFile/6651/6094>

Ruiz. Alvarez. Aleida. (México 2014). *Interculturalidad: Concepto, Alcance y Derecho, Mesa*

Directiva de la Cámara de Diputados del Congreso de la Unión. LXII Legislatura.

Sanders. Elizabeth. &. Stappers. Jan. Pieter. (2008). *Co-creation and the new landscapes of*

design. Recuperado de:

http://www.maketools.com/articles-papers/CoCreation_Sanders_Stappers_08_preprint.pdf

Sanders . Elizabeth. (2002). *From User-Centered to Participatory Design Approaches*.

Recuperado de:

http://www.maketools.com/articles-papers/FromUsercenteredtoParticipatory_Sanders_%2002.pdf

Tromp. Nynke. (2013). *Social Design: How products and services can help us act in ways that*

benefit society.

.Escrito y producido por Nynke Tromp.

Unesco. *Oficina de la Unesco en México*. Recuperado de:

<http://www.unesco.org/new/es/mexico/work-areas/culture/>

UNESCO. (1982). *Conferencia Mundial sobre las Políticas Culturales*.

Vive digital Colombia. *Cine para Todos*. Recuperado de:

<http://mintic.gov.co/portal/vivedigital/612/w3-propertyvalue-7036.html>

Walsh. Catherine. *La interculturalidad en la educación*. Ministerio de Educación 2005,
República de Perú 2005.

Walsh. Catherine. (La Paz, 9-11 de marzo de 2009). “*Interculturalidad crítica y educación intercultural*”. Seminario “*Interculturalidad y Educación. Intercultural*”, organizado por el Instituto Internacional de Integración del Convenio Andrés Bello.