



COMUNIDAD CREATIVA

SISTEMA COMUNICACIONAL PARA EL FORTALECIMIENTO DE
LOS VÍNCULOS ENTRE ESTUDIANTES, PROFESIONALES Y
EMPRESAS DE DISCIPLINAS CREATIVAS DE VALPARAÍSO

CARLOS OPAZO TAPIA

PROFESORES GUÍA

PILAR PANTOJA FERRONI

ANDREA ASPEÉ ZAMORA





Índice

Introducción

El mundo de los videojuegos

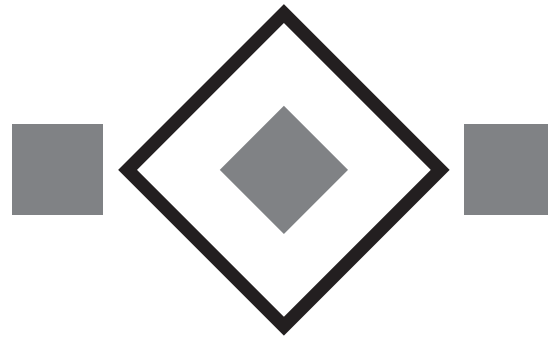
- 1.1.- ¿Que son los videojuegos?
- 1.2.- Plataformas donde se desarrollan
- 1.3.- Géneros de Videojuegos.
 - 1.3.1.- Más populares
 - 1.3.2.- ¿Por qué fracasan los videojuegos?
- 1.4.- Videojuegos en la redes sociales
- 1.5.- Videojuegos en Chile.
 - 1.5.1.- Pensamiento de la sociedad chilena
 - 1.5.2.- La industria criolla y lo más jugado en el país
 - 1.5.3.- Comunidades de videojugadores

Descubriendo las Redes Sociales

- 2.1.- La revolución de internet
- 2.2.- La creación de la Web
 - 2.2.1.- La web 2.0 y 3.0
- 2.3.- ¿Qué es una red social?
- 2.4.- Tipología de las redes sociales
- 2.5.- Las redes sociales más populares y las que fracasaron.
 - 2.5.1.-Nuevas redes sociales.
- 2.6.- Las redes sociales en Chile
 - 2.6.1.-Made in Chile: Redes sociales en nuestro país.
- 2.7.- Las redes sociales en el contexto laboral y profesional.

5	2.7.1.- Contexto nacional.	31
9	2.8.- Las redes sociales como herramienta para universitarios.	32
10	2.8.1.- Contexto nacional.	35
11		
11	Comunidades Creativas	37
12	3.1.- ¿En qué consiste?	38
12	3.2.- Comunidades creativas extranjeras	38
13	3.2.1.- Eventos asociados	39
14	3.2.2.- Entorno digital	40
14	3.3.- Comunidades creativas en Chile	42
15	3.3.1.- Eventos asociados	42
16	3.3.2.- Entorno Digital	43
17	3.4.- Comunidades dentro la Quinta Región (Valparaíso - Viña del Mar)	44
18	3.4.1.- Eventos realizados	44
19	3.4.2.- Comunidades existentes	45
20		
21	Metodología	47
22	Diseño de la Investigación	48
24	Presentación de Instrumentos y Análisis	49
24	Conclusiones	54
27		
28	Conceptualización	55
29	Fundamentos de la propuesta	56
30	Propuesta conceptual	56
	Problemática	56

Formulación de proyecto	57
Focalización Situacional	58
Nombre de Proyecto	58
Objetivo general	58
Objetivos específicos	58
Perfil de Usuario	59
Modelo comunicacional	61
Estructuración del proyecto	62
Desarrollo formal	63
Desarrollo de Marca	63
Definición de contenidos	68
Diagrama de flujo del sitio web	69
Tablero de contenido / Portafolio	70
Perfil / Currículum	71
Eventos	72
Ofertas de empleo	73
Diagramación interfaz del sitio	74
Desarrollo interfaz sitio web	76
Desarrollo interfaz aplicación móvil	88
Redes sociales	94
Sistema Producto	95
Bibliografía	96



INTRODUCCIÓN

RESUMEN DEL PROYECTO

Mi proyecto se enmarca en el área digital del diseño, específicamente en los medios de comunicación digital y redes sociales. Es necesario entender que para este proyecto la red social debe ser considerada como un potencial generador de redes de contactos laborales, que pueden abrir un sin fin de puertas para los usuarios de estas nuevas tecnologías digitales.

El proyecto consiste en diseñar una plataforma digital, que permita potenciar a las disciplinas creativas de la zona de Valparaíso y sea un aporte como instancia para unir a distintas comunidades que se desenvuelven en este entorno.

Así, se busca que esta plataforma de soporte permanente y continuo a estos usuarios que se reconocen como profesionales creativos o que se relacionan con alguna disciplina creativa (Ej: Diseño, Arquitectura, Publicidad, Artes entre otros) y que se encuentran en busca de nuevas instancias de encuentro en la zona, que les permitan establecer vínculos para compartir conocimientos, experiencias o generar nuevas oportunidades laborales.

MOTIVACIÓN PERSONAL

Uno de mis motivos para enfocarme en esta área, son las inquietudes que tengo con respecto a como el diseño se hace presente en la comunicación de comunidades de personas, y como esta ha ido evolucionando a los medios de comunicación digital llegando a las redes sociales.

También me llama mucho la atención como se desarrolla el diseño de interfaces de usuario, sobre todo en el ámbito web y desarrollo de aplicaciones, debo destacar que mi trabajo para obtener el grado de Licenciado en Diseño, abordo el tema de la evolución de las interfaces de las redes sociales y cómo estas se transformaban en referentes para otras, de ahí mi interés en saber más acerca de las interfaces web, de cómo han evolucionado y revolucionado las comunicaciones digitales con el paso de los años.

Otra de mis motivaciones, y creo que la más fuerte, es que me encuentro ante un escenario en la V Región de mi país, en la que encontrar trabajo con relación a mi carrera se ha

vuelto muy difícil últimamente, las ofertas laborales escasean, teniendo que siempre buscar fuera de la región, y no solo hablo por mí, también por muchos otros que se encuentran en una situación similar. Y esta escasez de oportunidades quizá también se deba al olvido de muchas instancias en las que las comunidades creativas de nuestra zona (por llamarlo de alguna forma) como Universidades, empresas u otras organizaciones se reunían y establecían contacto, compartiendo experiencias y conocimiento, afianzando relaciones y generando nuevas.

Es por esto que como futuro Diseñador, me veo en la necesidad de buscar una solución a esta situación en particular que no solo me afecta a mí, sino que a muchos otros que están y que vendrán.

FUNDAMENTO DEL PROYECTO

La importancia de este proyecto radica en la búsqueda de una instancia de acercamiento para estudiantes y profesionales de disciplinas creativas, que se de forma continua y permanente, llenando el vacío que han dejado las numerosas instancias que se han perdido a lo largo de los años en la zona de Valparaíso (ej: Valparaíso Zona Diseño), y que a su vez a los acerque a una nueva red de contactos laborales que les permita dar con nuevas oportunidades dentro de Valparaíso.

También se busca que estos usuarios puedan utilizar esta plataforma digital como una nueva ventana para mostrar sus talentos en el área que se desarrollan, pudiendo complementarse aun más con la crítica de otros creativos, que puedan servir como un referente más cercano a lo local, dejando un poco de lado la comparación y búsqueda de referentes de afuera y del extranjero.



EL MUNDO DE LOS VIDEOJUEGOS

1.1.- ¿QUÉ SON LOS VIDEOJUEGOS?

Empezando con esta investigación una de las áreas que me quise enfocar, por interés personal, es en los videojuegos, pero más allá del videojuego en sí, me quiero enfocar en 2 puntos que para mí son bastante importantes.

En primer lugar, está el cómo estos han evolucionado con el tiempo, en cómo estos llegan y pasan de moda, con la renovación de las tecnologías, y por otro lado en el cómo se articulan las comunidades que giran en torno a los videojuegos.

Pero para entender un poco más sobre esta área, creo que es necesario comprender algunas definiciones sobre lo que son los videojuegos y sus inicios en el mundo de la tecnología.

Entendemos a un videojuego como un juego electrónico donde una o más personas interactúan por medio de un controlador o mando, con dispositivo que posee imágenes de video. A este dispositivo lo conocemos como plataforma.



1.2.- PLATAFORMAS EN LAS QUE SE DESARROLLAN

En la actualidad los videojuegos están presentes en distintas plataformas con las que podemos interactuar, de las que podemos distinguir a tres grupos que son:

- Consolas
- Computadoras
- Dispositivos móviles

Dentro del grupo de consolas, podemos destacar a 3 grandes exponentes en el mundo de los videojuegos que son PlayStation, Xbox y Nintendo, quienes en los últimos años han dominado el mercado de los videojuegos.



1.3.- GÉNEROS DE VIDEOJUEGOS

También podemos dar cuenta de que cada videojuegos responde a una clasificación que se establece por la temática o la forma en la que estos se juegan, A esto lo denominamos "género", y acá podemos ver algunos de ellos:

- Arcade
- Disparos o Shooters
- Estrategia
- Rol
- Aventura
- Deportivos
- Simuladores
- Educativos
- Survival Horror



1.3.1.- MÁS POPULARES

En estos últimos años muchos de estos videojuegos han marcado la diferencia entre los jugadores y consumidores, obteniendo premios como mejores juegos del año de su lanzamiento y recaudando grandes cantidades de dinero para la industria de los videojuegos.

Tenemos por ejemplo a Grand Theft Auto 2013, que se volvió el juego más popular y vendido del año 2013, recaudando más de 1000 millones de dólares por ventas en el mundo, batiendo todos los records de ventas de videojuegos.

Mejores juegos de 2013

1. Grand Theft Auto 5
2. The Last of Us
3. Assassin's Creed IV
4. Crysis 3
5. Bioshock Infinite

Mejores Juegos de Estrategia

1. Age of Empires
2. Starcraft
3. Empire Earth
4. Warcraft
5. Command &

Mejores Juegos de Rol

1. World of Warcraft
2. Elder Scroll Skyrim
3. Diablo 3
4. Guild Wars 2
5. Dragon Age

1.3.2.- ¿POR QUÉ FRACASAN LOS VIDEOJUEGOS?

Si bien es cierto la industria del videojuego es muy exitosa, casi tanto que es comparable con la industria cinematográfica, existen muchos casos de videojuegos que fracasaron y que pasaron al olvido. Mucho de esto se debe a que estos juegos no logran penetrar en los jugadores por diversos factores, entre los cuales se destaca:

- Son repetitivos
- Otorgan muchas facilidades al jugador
- No dan alternativas en su jugabilidad
- Poseen malas historias

Los video jugadores, al igual que muchos usuarios de productos o servicios tecnológicos, están a la espera de nuevos retos y desafíos, por lo que para ellos se hace indispensable que exista una constante evolución y renovación en los videojuegos, que puedan tener un mayor dominio a sobre la jugabilidad, que exista un enganche que los mantenga activos y por sobre todo, lo que mayormente se busca en la actualidad es poder tener la opción de compartir con otros usuarios o amigos dentro del videojuego.



Grand Theft Auto V
Juego del año
1000 millones de dolares
ventas

1.4.- VIDEOJUEGOS EN LAS REDES SOCIALES

En la actualidad las redes sociales más grandes y populares como Facebook, otorgan muchas herramientas y aplicaciones dentro de la misma plataforma a sus usuarios, y una de estas características que ha tomado fuerza con los años ha sido dar la posibilidad al usuario de instalar juegos en la plataforma. Con esto, muchos usuarios pueden competir con sus amigos, compartir sus logros, puntuaciones, etc.

Los mejores juegos en los últimos 10 años.

1. Plantas vs Zombies
2. Candy Crush
3. Diamond Dash

Mejores Juegos en Facebook 2013

1. Criminal Case
2. Farm Heroes Saga
3. Bake Shop Drop
4. Jelly Splash
5. Heart of Vegas



1.5.- VIDEOJUEGOS EN CHILE.

Muchas actividades cotidianas como leer libros, o jugar al aire libre han sido desplazadas por enormes entornos virtuales, amigos detrás de una pantalla y batallas épicas en mundos digitales.

En esto, Chile no se queda atrás donde la industria del videojuego y el número de videojugadores ha tenido un gran incremento en los últimos años. No es menor decir que entre el año 2012 y 2013, según Burotto, C. (2013). la venta de consolas y videojuegos movió más de 133 millones de dólares, dando cuenta de que la sociedad chilena es un potente consumidor de esta clase de entretenimiento digital.

1.5.1.- PENSAMIENTO DE LA SOCIEDAD CHILENA

Existen muchas opiniones en la sociedad chilena con respecto al uso y al consumo de videojuegos, opiniones que actualmente les han ido otorgando un carácter más positivo, de cómo estos ayudan a las personas a desarrollar ciertas habilidades, agrupar a personas, familia, amigos, o como recursos educativos.

Según un estudio presentado por el Centro de Estudios Universitarios (CEU) de UNIACC y Adimark, en el contexto del foro "Videojuegos en Chile: Potencialidades del mercado y conductas de los usuarios", las personas chilenas que fueron analizadas han rescatado muchos aspectos como los ya mencionados, que resaltan a los videojuegos como elementos positivos y no tan nocivos como suele pensarse, por lo que se pudo destacar un incipiente cambio en la mentalidad de los jugadores y de la sociedad chilena.

¿Por qué juegan los chilenos?

Estudio UNIACC y Adimark

- ◆ Primera experiencia con los videojuegos a los 8 y 12 años **31%** Creen que es emocionante
- ◆ Tanto hombres y mujeres disfrutan de los videojuegos, rondando el 50 % **15%** Creen que es un deporte
- ◆ Edad promedio de un videojugador o gamer chileno es de 24 años **9%** Creen que les ayuda a desarrollar una destreza mental.

- 50%** Entretenimiento
- 29%** Adicción
- 29%** Nada Positivo
- 17%** Violencia
- 10%** Habilidad mental, educación y compartir
- 7%** Sedentarismo

1.5.2.- LA INDUSTRIA CRIOLLA Y LO MÁS JUGADO EN CHILE

En nuestro país la industria del videojuego tampoco se ha quedado atrás, si bien el mercado no es tan amplio como en el extranjero, existen muchos proyectos que han visto la luz y con una muy buena aprobación por parte de los usuarios. según Burotto C. (2013), en la actualidad ya existen más de 30 empresas dedicadas al desarrollo de videojuegos en diversas plataformas, con más de 30 juegos lanzados durante el año 2013, lo que ha podido generar más de 300 nuevos puestos de trabajo, esperándose que para este año 2014, se logren ventas por más de 15 millones de dólares.

Aunque estas cifras suenan alentadores para el futuro de nuestro país como un exponente de desarrollo en videojuegos, Pablo Lastra, presidente de VideoGamesChile, nuestra industria es aún muy inicial, pequeña y que se centra principalmente en emprendedores, y cree que esto se debe a la falta de profesionales del área.

A pesar de estas dificultades, Lastra (2014) la industria chilena es muy completa, existen una gran cantidad de juegos que son muy innovadores, y que destacan especialmente en los artístico, lo cual los hace más llamativos.

Estas son las preferencias de los jugadores chilenos en los últimos años:

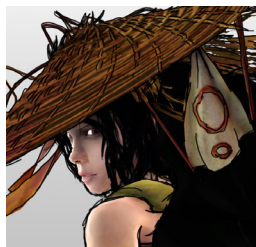
1. World of Warcraft
2. Call of Duty 4
3. Counter Strike
4. Los Sims 2
5. Lord of the Rings: Battle for Middle Earth II



Doritos Crash Course: Producido por Wanako Games el 2009, ha sido jugado por más de 6 millones de personas en la plataforma Xbox



Banana Kong: Lanzado por Gama en el 2013, este juego obtuvo más de 5 millones de descargas en 10 días.



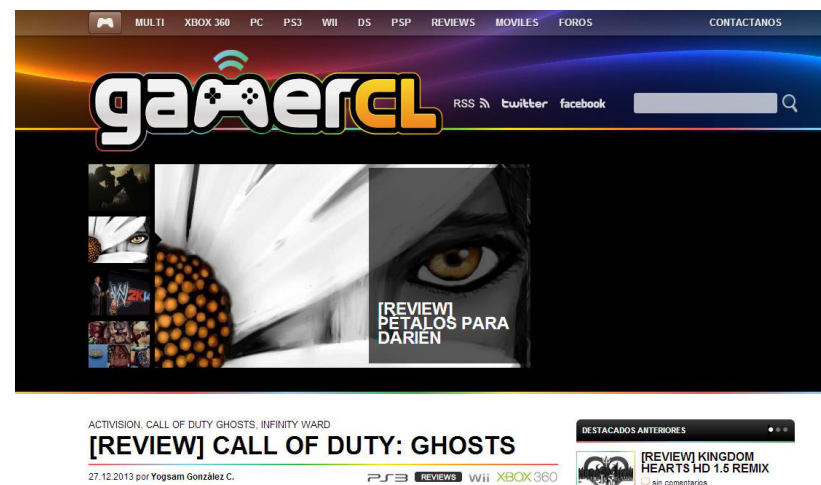
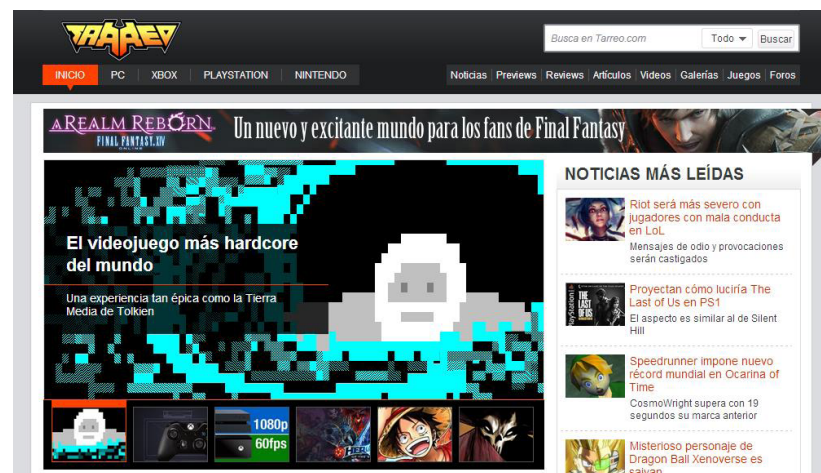
Zeno Clash: Desarrollado por ACE Team y lanzado el año 2009, obtuvo el puesto número 65 como uno de los mejores videojuegos de todos los tiempos.

1.5.3.- COMUNIDADES DE VIDEOJUGADORES

Dejando de lado el punto de vista más comercial, quiero centrarme en cómo se desenvuelve el videojugador como grupo de personas que poseen interés en común, el cómo se agrupan, como se comunican y comparten. Está claro que su medio más común es través del videojuego, sobre todo los videojuegos en línea, pero también poseen medios externos como las redes sociales, para comunicarse y compartir.

En su mayoría estas comunidades se albergan en sitios de internet, compartiendo el formato de foro donde comparten sus experiencias organizar campeonatos, revelar secretos y trucos, conocer nuevas técnicas, hacer consultas a los más experimentados, unirse a grupos o clanes, etc.

Algunos sitios como Tarreo.cl, Gamervip.cl y Gamer.cl, se han establecido en nuestro país como las grandes comunidades que alojan a miles de usuarios alrededor de nuestro país.





DESCUBRIENDO LAS REDES SOCIALES

2.1.- LA REVOLUCIÓN DE INTERNET

Para adentrarnos en este segundo capítulo sobre redes sociales en internet, debemos primero entender que es la Internet, como se origina y cuáles son los servicios que esta nos entrega.

Internet (International Network) nace como un proyecto de investigación desarrollado por el Departamento de Defensa de Estados Unidos que buscaba crear un medio de comunicación para los diferentes organismos del país. Bajo el nombre de ARPANET, se establece el primer punto de conexión entre tres universidades de California y una en Utah, Estados Unidos, en el año 1969. Si vamos a una definición más estricta, podemos establecer que la Internet es un conjunto descentralizado de redes de comunicación interconectadas, que se forma por la conexión directa entre computadores mediante un protocolo de comunicación específico.

En la actualidad son más de miles de millones de personas conectadas a una misma red global, y que ahora con la rapidez de su evolución, se encuentra al alcance de cualquier persona en el mundo, permitiéndoles acceso a una amplia y diversa cantidad de información que al día de hoy parece no tener límites.

2.2.- LA CREACIÓN DE LA WEB

Es necesario también entender que Internet y Web no son lo mismo. Internet hace referencia, en palabras más simples, a una red masiva de redes o bien dicho una “infraestructura de red”. Por su parte la Web, es una forma de acceso a la información que se encuentra en Internet, utilizando el protocolo http, uno de los tantos “idiomas” que se utilizan en Internet.

Podemos definir la Web o World Wide Web (WWW) como el conjunto de protocolos que permite de manera simple la consulta remota de archivos de hipertexto, ya sea texto, audio, imágenes o video a través de Internet. LA WWW tiene su origen entre los años 1989 y 1990, por el inglés Tim Berners-Lee y con la ayuda del belga Robert Cailliau.

En los inicios de la WWW, los sitios se enfocaban más que nada a informar, se puede decir que estas eran más estáticas, ya que la información que poseía un carácter unidireccional, por lo que los usuarios se dedicaban más a leer que a publicar artículos o realizar sitios web. A este tipo de Web se le denominó “Web 1.0” y se caracterizaba por ser solo de lectura y no permitía al usuario interactuar con el contenido, ya sea en forma de comentarios, respuestas, etc. A través de los años las personas comenzaron a crear más contenidos para Web, por lo que de un momento a otro había demasiada información sobre la red, por lo que se comenzó a utilizar la edición de los mismos contenidos, por lo que se empezó a utilizar el término “Web 2.0”.



2.2.1.- LA WEB 2.0 Y 3.0

Entendemos como Web 2.0 a todos los sitios que facilitan el compartir información, la interoperabilidad, el diseño centrado en el usuario y la colaboración en la Web. Es aquí donde se empiezan a generar a las primeras comunidades virtuales, ya que los sitios web 2.0 permitían a sus usuarios compartir entre ellos, colaborando en la creación de contenido, dejando de lado el rol pasivo de observador que tenían en la Web 1.0.

Foros, blogs, comentarios, y luego las redes sociales, todas estas herramientas vinieron con la llegada de la web 2.0 y mucho han mejorado la experiencia de los usuarios en cuanto a compartir información e interactuar con otras personas en la red.

Aunque aun nos encontramos dentro de lo que es definido como Web 2.0, ya se ha empezado a hablar y especular sobre la web 3.0, que vendría siendo una mejora de la conocida web 2.0, y que uno de los elementos que la destaca es el cambio de una web social (2.0) a una web semántica, que hace referencia al uso de un lenguaje más natural en la red. También la web 3.0 se encuentra ligada al concepto de personalización, adaptando el flujo de información, contenidos y publicidad adaptados a nuestros gustos y preferencias, evitando la inmensa cantidad de información irrelevante para

los usuarios.

Existen muchos elementos asociados a la web 3.0, que consisten en una nueva concepción del entorno web, como bien decía anteriormente, para un uso más natural por parte de los usuarios, como por ejemplo:

- Desaparición de la búsqueda por clave (que terminaría con muchos de los navegadores actuales), tratando de utilizar un lenguaje similar al que usamos en la vida cotidiana.
- Creación de una gran base de datos para dar nuevas posibilidades a los buscadores, enfocadas a Inteligencia Artificial, que hace referencia a l correcto funcionamiento de la web semántica).

En esta parte podríamos concluir que la web 3.0 está apuntando a mejorar la web ya existente (2.0) con el fin de mejorar la experiencia de usuario, pero que a diferencia de esta, que es gestionada por el propio usuario humano, la Web 3.0 estaría ligada a un sistema inteligente que conozca nuestros gusto e intereses, gestionada en una nube virtual que pueda ser ejecutada desde cualquier dispositivo con un alto grado de personalización.

2.3.- ¿QUÉ ES UNA RED SOCIAL?

Dentro de muchas de las herramientas que tuvieron origen con la web 2.0 se encuentran las famosas Redes Sociales, sitios que han permitido mejorar considerablemente la comunicación e interacción entre personas a través del mundo.

Existen muchas definiciones que giran en torno al concepto de Red Social, pero para la investigación de este proyecto es necesario remitirse a las que puedan darnos un entendimiento más claro del tema. Según Luis Castro (2011, Noviembre 18), las redes sociales son comunidades virtuales en donde los usuarios pueden interactuar con otras personas de todo el mundo y con quienes encuentran gustos o intereses en común. Además plantea que estas redes funcionan como plataformas de comunicaciones que permite conectar gente que se conoce o que desea conocerse , y que le permite centralizar recursos, como fotos, videos, lugares, de fácil acceso y administrada por ellos mismos.

Haciendo referencia a los “intereses” de los usuarios de estas es que podemos ver como estas redes han ido adquiriendo cierta relevancia, en cuanto al tema o finalidad que estas poseen. Si bien, en un principio estas no poseían una finalidad más allá del comunicar a personas, en la actualidad nos encontramos con diversas plataformas con distintos objetivos.



2.4.- TIPOLOGÍA DE LAS REDES SOCIALES

Como mencionaba anteriormente, hoy en día es posible encontrarse con diversas redes sociales que buscan objetivos mucho más complejos que el simple comunicar a las personas.

Todo esto debido al gran cambio que se generó con la aparición de la denominada Web 2.0, donde el usuario pasa a ser el protagonista como desarrollador de contenido en la red, dejando de lado su rol como simple observador. Según D.Lozano, J. (2011, Noviembre 24) las redes sociales se generan por diferentes motivos algunas se generan de forma espontánea en un entorno virtual para crear un grupo de amigos o conocidos con gustos y aficiones en común, éstas se denominan de filiación, así también hay otras que se basan en la mejora del conocimiento y en el proceso de compartir información y aumentar el aprendizaje.

Lozano también argumenta que estas redes sociales se pueden clasificar de diversas maneras. Una de ellas es utilizando la metodología de clasificación de portales web, pudiendo definirse como transversales u horizontales, o bien redes sectoriales o verticales.

- **Redes Horizontales:** Se basan en herramientas para la comunicación amplia de individuos, primando la comunicación privada sobre la pública (Ej.: Facebook, Google+)

- **Redes Verticales:** Dirigidas a grupos de individuos específicos o para generar un tipo de comunicación particular. (Ej.: Youtube, Blogs, Twitter)

Esta clasificación puede entenderse como el tipo de comunicación que las diferentes redes utilizan o buscan alcanzar, no obstante, estas redes también pueden clasificarse según la utilidad o funciones que prestan.

- **Redes sociales para nuestra vida privada ocio/amigos:** Son redes sociales generalistas, entre las que se encuentran Tuenti (en España con invitación), Facebook, Google+, MySpace, Bebo, Badoo, Bahu, Buzznet, Flickr, Flixster y otras como Vcontactt en Rusia o Orkut en Brasil.

- **Redes sociales profesionales:** En este tipo de redes, se priorizan los contactos de índole profesional y social desde las que pueden mejorarse las relaciones profesionales para

mejorar el nivel de empleabilidad del trabajador y el nivel de contactos de la organización en la que se desempeña la profesión. Las redes más conocidas en España son LinkedIn y Xing, otra digna de mención es Ecademy.

- **Comunidades de intereses específicos:** El objetivo de estos sitios es el de conectar a personas con intereses comunes, que comparten unos mismos objetivos o gustos, como el cine, la música clásica o juegos de azar. Estas redes tienen un menor número de contactos pero consiguen una mayor fidelización ya que tratan temas que vinculan y motivan a los usuarios. A medida que los usuarios van incrementando su participación en los foros y los blogs su reputación suele ir aumentando y su confianza.

- **Redes temáticas:** Es una de las actividades en las que las redes generalistas están realizando más foco, se debe a que a través de una red temática el administrador puede coordinar todos los pasos para que se genere un cauce de comunicación e interacción mucho más fuerte que en las redes generalistas. Otra ventaja que se tiene es el control de los cambios del entorno. Facebook, por ejemplo, hace que nunca sepas cuando va a cambiar un interfaz o un sistema de seguridad.

2.5.- LAS REDES SOCIALES MÁS POPULARES, Y LAS QUE FRACASARON.

Como hemos visto existen muchos tipos de redes sociales que han aparecido con a través de los años y con la evolución del usuario, quien toma con fuerza su nuevo rol protagonista en el mundo de la internet, siendo cada vez más los que se suman como desarrolladores de nuevo contenido y que siempre necesitan de constantes actualizaciones de las herramientas y plataformas a las que te tienen alcance. Por lo pronto, y para obtener más referencias al respecto, se hace necesario dar un vistazo rápido a cuales de están redes son, hoy en día, las más populares y utilizadas por los usuarios alrededor del globo, y conocer también un poco de su historia y utilidades.

1. Facebook: es la red social más exitosa, conocida y popular de internet. Es una herramienta social para conectar personas, descubrir y crear nuevas amistades, subir fotos y compartir vínculos se paginas externas y videos. Para registrarse en Facebook solo se necesita una dirección de email válida.

2. Qzone: la red social de China creada en el año 2005 por Tencent, esta permite a sus usuarios mantener diarios, enviar fotos a tus amigos, escuchar música, y también escribir blogs. Qzone es la red social más grande del país Asiático, y es que a partir de enero del 2009, Qzone ya contaba con 200 millones de usuarios, y en septiembre de 2012 se calcula que esta red social ya disponía de aproximadamente 600 millones de usuarios.



3. Twitter: es un servicio de microblogging pero de igual manera es considerado como una red social, a causa de que posee todas las características de una. Fue creada en el 2006 y desde que su lanzamiento, ha ganado mucha popularidad, principalmente por ofrecer un servicio completamente distinto e innovador, a lo que habitualmente estábamos acostumbrados en las redes sociales y se estima que tiene más de 500 millones de usuarios registrados. (abril de 2012).

4. Google+: fue lanzada a finales de junio de 2011. El único requisito para entrar es tener una edad mínima de 13 años, y a pesar de solo tener 3 años de vida, esta red social se ha convertido rápidamente en la tercera más popular del mundo, con unos 500 millones de usuarios registrados, en donde más del 65% de estos son activos, y está traducida a más de 40 idiomas.

5. Youtube: es un sitio de almacenaje gratuito en la red, donde es posible subir para compartir, ver, comentar, buscar y descargar videos. Es uno más de los varios servicios que ofrece Google. Es muy popular gracias a la posibilidad de alojar videos personales de forma sencilla. Posee una gran variedad de clips de películas, programas de televisión y videos musicales.

6. LinkedIn: red orientada a los negocios y para compartir en el ámbito profesional. Están representadas en ella la gran mayoría de las empresas de más de 200 países. Indispensable para la promoción profesional y muy útil para buscar y compartir información técnica y científica.

7. Tumblr: plataforma de publicación de microblogging o sea blogs cortos. Se caracteriza por su sencillez y rapidez para publicar. Es posible crear entradas entrando al servicio, desde otras páginas usando un marcador en el navegador o hasta por el correo electrónico. Los post creados pueden contener texto, imágenes, videos, enlaces, citas y audio. Es la plataforma ideal para publicar desde el celular o tableta.

8. Instagram: es una aplicación muy popular para dispositivos móviles, permite editar, retocar y agregarle efectos a las fotos tomadas con los celulares, facilita compartirlas en las redes sociales y desde el momento que es posible navegar y explorar las fotos de otros usuarios registrados, se considera una red social. La usan más de 150 millones de usuarios.

Así también existen otras redes que si bien, tuvieron su tiempo de gloria, ahora cuentan con muy pocos usuarios activos o simplemente fueron cerradas y absorbidas por otras. En este caso, también se hace necesario poder esclarecer y entender el por qué de su fracaso.

1. Hi5: En 2007, esta red social para conocer gente tenía más de 70 millones de usuarios registrados. En 2011, fue vendida a Tagged, otra red social, rival y competidora que mantiene las mismas expectativas.

2. MySpace: De 2005 a 2008, MySpace fue la red social más visitada en el mundo, y en junio del 2006 sobrepasó a Google como el sitio más visitado en la red en los EEUU. Luego cayó en un pozo del que ahora en 2013, tanto su departamento de marketing y diseño como su cabeza visible, Justin Timberlake, quieren hacerla salir. En gran parte, su fracaso, se debió a que otras redes sociales como Facebook ofreció a sus usuarios una mayor innovación y un servicio más amistoso, además de permitir a sus usuarios conectar con gente real, no solo con bandas o celebridades.

3. Friendster: La idea es buena: una red social para buscar amigos con los que habías perdido el contacto y curiosear en sus perfiles y mandar mensajes y fotos. O sea un Facebook pero con fecha de creación en 2002 y con aproximadamente un 90% de tráfico procedente del sudeste asiático. En 2009, la empresa fue adquirida por MOL Global y hasta ahí se supo.

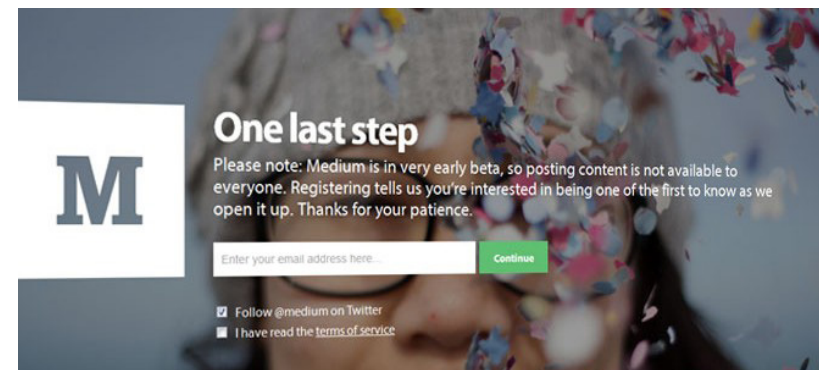
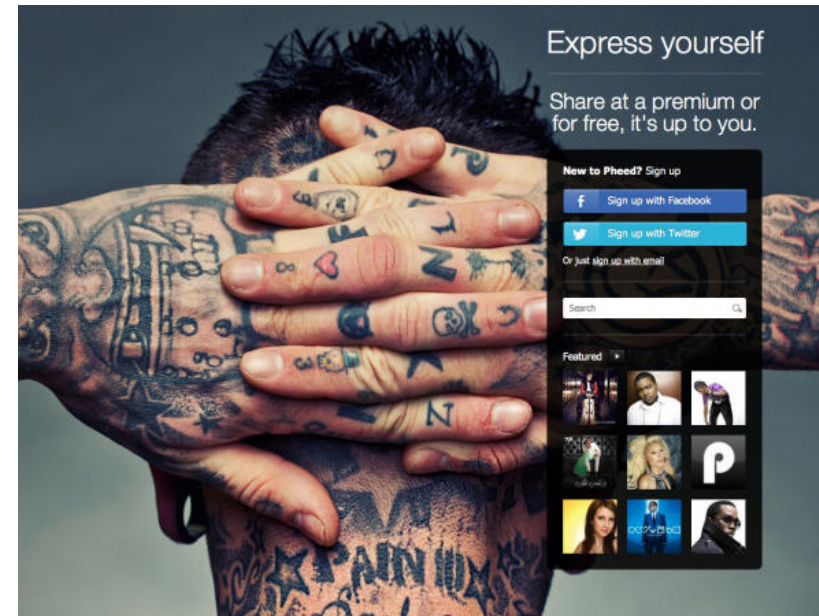
Es el caso que muchas de estas redes que fracasaron con el tiempo, se vieron minimizadas por nuevas redes sociales que supieron ofrecer un mejor servicio, más confiable y más eficiente. Estas redes no pudieron adaptarse a las nuevas necesidades de los usuarios, mientras que las que se popularizaron y que hoy en día alcanzan el éxito, han sabido mantenerse, y no tan solo ellos, sino que también a sus usuarios, con constantes actualizaciones, mejoras y la entrega de nuevas herramientas para las personas.

The logo for hi5, featuring the lowercase letters 'hi' in blue and '5' in orange, with a small blue star above the 'i'.

2.5.1.- LAS NUEVAS REDES SOCIALES

El mundo de las redes sociales ya tiene a sus grandes exponentes, dominando el mercado, cada vez luchando entre ellos por ofrecer el mejor servicio y herramientas para sus usuarios, pero cabe preguntarse ¿cuánto podrán seguir manteniéndose así? ¿aparecerá un nuevo Facebook que revolucionara el mundo de las redes sociales? Nos encontramos en mundo donde la tecnología avanza a pasos agigantados por lo que no es de extrañarse que esto pudiese suceder en un futuro no muy lejano, por lo que es preciso poder dar un vistazo a las nuevas redes sociales que se están abriendo camino en el mundo digital.

- Keek: Se trata de una aplicación que permite a sus usuarios interactuar entre ellos, buscando y compartiendo contenido o personas.
- Highlight: Esta aplicación permite conocer mejor a amigos de otras redes sociales o interactuar con personas cercanas que aun no conoces.
- Pheed: Aplicación que permite compartir fotos, videos o texto, e incluso notas de voz.
- Medium: Aplicación que permite compartir y ver contenidos de manera fácil y rápida, pero por sobre todo lo hace de forma concreta.



2.6.- LAS REDES SOCIALES EN CHILE

En un artículo publicado por Emol, donde se hace referencia a un estudio realizado por la consultora Everis junto al IESE Business School de la Universidad de Navarra, demostró que Chile es el país con mayor penetración de las redes sociales a nivel mundial. Dicha investigación pudo demostrar que en nuestro país existen 497 usuarios activos de Facebook por cada mil habitantes, lo que muestra un aumento del 22.8% con respecto al 2010, dejando atrás a E.E.U.U y Reino Unido.

Dada esta enorme entrada de las redes sociales en la sociedad chilena, existen algunos aspectos no menores que también es importante tener en cuenta. Cuanto pasamos en las redes sociales, cada cuanto revisamos nuestro perfil en Facebook o el de otros, son datos que definen al chileno como un potente usuario de las redes sociales.

Otro aspecto importante a la hora de definirnos como usuarios de redes sociales, es el manejo y el control que tenemos sobre la información que compartimos en nuestros perfiles, tanto privada como de conocimiento público.

Uso de Redes Sociales en Chile

94% De los Chilenos tiene al menos una cuenta en Facebook, Twitter o ambas.	4 Años Promedio de antigüedad de las cuentas de los chilenos
2% Tuvo una cuenta y la cerró.	8,5 Horas Promedio de chilenos que pasan en redes sociales al mes
1% No tiene ninguna cuenta.	
497 Usuarios activos por cada mil habitantes	92% De los chilenos revisa su cuenta todos los días

Privacidad de los Chilenos

89% Muestra información básica	37% Permite solo a sus amigos
38% Información Avanzada	82% Usa su nombre completo
42% Publica fotos visibles para todos	66% Solo agrega gente que conoce

2.6.1.- MADE IN CHILE: REDES SOCIALES EN NUESTRO PAÍS

En el capítulo anterior veíamos como la industria chilena de los videojuegos cada vez más está tomando fuerza ampliando sus horizontes, también podemos hacer referencia a como el desarrollo de redes sociales en Chile también esta posicionándose a un gran nivel.

- Checkout: Aplicación que permite avisar a tus amigos que estas disponible para salir con un solo toque.
- Fainder: Aplicación que permite a sus usuarios encontrar fiestas o recitales que estén próximos a su ubicación.
- Huntcha: Red Social que permite a sus usuarios la posibilidad de encontrar pareja entre las personas que conocen y las que les gustan.
- Willing.com: Enfocada a mujeres conectadas y jóvenes entre 15 y 30 años. Permite compartir intereses a través de imágenes.



2.7.- LAS REDES SOCIALES EN EL CONTEXTO LABORAL Y PROFESIONAL

Como veíamos anteriormente, existen diversos tipos de redes sociales, las cuales se enfocan en distintos públicos con intereses específicos. Dentro de estos grupos encontramos redes que se especializan en el mundo laboral o profesional, permitiendo a sus usuarios compartir información, antecedentes o portafolios, y facilitándoles el buscar trabajo. Según un artículo de Kioskea.net (2014), no hay que estar en las redes sociales profesionales simplemente por estar allí, y afirma que es importante la credibilidad y la calidad de sus contactos y su participación.

También se señala que es indispensable la participación y la noción de intercambio para que estas redes puedan ser realmente efectivas, por lo que se recomienda ser activos en el uso, ya sea dando recomendaciones, consejos, etc. (grupos de discusión).

Es importante también poder revisar las redes ya existentes, ya que si bien todas se enfocan al ámbito profesional, no todas tienen objetivos comunes.

- LinkedIn: Permite que los usuarios registrados puedan mantener una lista con información de contactos de las personas con quienes tienen algún nivel de relación, llamado Conexión. Los usuarios pueden invitar a cualquier persona (ya sea un usuario del sitio o no) para unirse a dicha conexión.

- Viadeo: Permite entablar contactos entre los individuos en una esfera profesional, con el fin de hacer negocios, reclutar personal o encontrar un empleo, según los perfiles del usuario.

- Xing: Su principal utilidad es la de gestionar contactos y establecer nuevas conexiones entre profesionales de cualquier sector. Una de las funciones principales que tiene es la opción de visualizar la red de contactos; por ejemplo, un usuario puede ver a través de cuántos intermediarios está conectado con otros, usando el principio de los seis grados de separación*.

2.7.1.- CONTEXTO NACIONAL

Contando ya con más de 7 millones de cuentas en Facebook, más de 300 mil en Twitter y otras 500 mil en LinkedIn, podemos dar cuenta de cómo los chilenos han incorporado las redes sociales en la mayor parte de sus rutinas cotidianas, y una de ellas es buscar trabajo. Con el avance de las tecnologías, quedaron atrás los viejos métodos de búsqueda de trabajo, ahora enfocados completamente en el uso de plataformas virtuales que facilitan esta tarea. Según el sitio chileno, Laborum .cl, una de cada nueve empresas en Chile y en el mundo, usa Facebook, Twitter y LinkedIn (por nombrar solo las más populares) para atraer nuevos talentos.

Según un estudio de Robert Half International, citado en Laborum.cl (2012), en Chile el 92% de los ejecutivos de recursos humanos señala que usa las redes sociales para realizar la búsqueda de personal y, entre ellos, el 38% manifiesta que recurre a Facebook y LinkedIn para comunicarse con el candidato. A esto también se suma Marcelo Solís, Jefe corporativo del BCI (2012), quien cuenta que las redes sociales permiten hacer una segmentación de los potenciales candidatos a un empleo.

Entonces, en base a lo anterior, es posible entender un poco más la enorme influencia que están teniendo las redes sociales como herramientas para los profesionales de hoy, quienes ya empiezan utilizar estas plataformas con finalidades que van más allá de la entretención.



Empresas en Chile con más personas en LinkedIn

- Ingeniero Comercial 32.351
- Ingeniero General 18.314
- Abogados 8.143
- Ingeniero en Minas 1.573
- Ingeniero Civil Industrial 16.940
- MBA 13.044
- Constructor Civil 3.183



Profesionales chilenos en LinkedIn

- Entel 2.692
- Lan 2.688
- Banco Chile 2.465
- Codelco 2.253
- Banco Santander 2.147
- Cencosud 2.688
- Lan 2.120
- BCI 1.883
- Claro Chile 1.504
- Movistar 1.451
- VTR Global 1.376

2.8.- LAS REDES SOCIALES COMO HERRAMIENTA PARA UNIVERSITARIOS

Como bien sabemos, en la actualidad las redes sociales han tenido una fuerte penetración en los usuarios de internet, sobre todo en los más jóvenes, quienes son los que más recurren a estas plataformas para comunicarse y compartir información. Ya hemos dado cuenta del uso de estos sitios para generar contactos que les permitan tener una llegada al mundo laboral, por lo que precisan de mantener un perfil adecuado y actualizado para estos fines.

Entonces, se hace necesario poder dar un vistazo a como utilizan las redes sociales los usuarios que se preparan para entrar el mundo laboral, los universitarios.

Según un artículo del sitio español Universia.es (2013) En España el 75% de los internautas utiliza las redes sociales, convirtiéndonos en el 5º país del mundo que más las utiliza, superando a Francia y Alemania. También asegura, a través de un estudio realizado por la Universitat Jaume I, que el 77,4% de los jóvenes acude a las redes sociales en busca de información. A nivel universitario, los alumnos utilizan las redes para mantenerse conectados con sus compañeros y amigos, crear nuevos conceptos y planear eventos.

Siguiendo con esto, es adecuado hacer referencia a un estudio realizado por Marisol Gómez, Sergio Roses y Pedro Farías (2011) llamado “El uso académico de las redes sociales en universitarios” revela algunos aspectos importantes sobre este tema.

Este estudio fue aplicado a una muestra representativa de estudiantes de la Universidad de Málaga(938 alumnos), y en el resultados un tanto paradójicos, ya que por un lado los estudiantes hacen uso intensivo de las redes sociales, como parte de su vida y tareas cotidianas, y por otro lado la aplicación de estas en lo académico es escasa, así como también el contacto con algún profesor dentro de las redes.

También se destaca que el uso de las redes para fines académicos siempre se daba por la iniciativa de los alumnos más que de los profesores. por lo que hacen énfasis en el poco valor educativo que se les da a las relaciones interpersonales y al limitado impacto que tienen en la enseñanza formal actual. Otro punto que también establecen que perjudica a las redes sociales como soporte en la educación, es el gran desfase generacional entre los alumnos (nativos digitales) y profesores (inmigrantes digitales), por lo que creen



que es vital que los docentes adquieran formación y destreza en el uso de las redes sociales, y que logren adaptarse a estos entornos.

Por último se destaca la actitud positiva de los estudiantes en utilizar las redes sociales con fines educativos, ya que según ellos, esto no les supone un esfuerzo adicional, sino que por el contrario, descubren en ellas múltiples ventajas para compartir información, realizar trabajos, interactuar entre ellos y profesores.

Todos estos puntos revelan a las redes sociales como una potente herramienta de comunicación educativa, no solo por el hecho de las herramientas que estas entregan, sino por la motivación que tienen los estudiantes por utilizar estos medios para mejorar su aprendizaje, sin embargo no existe de

Por esto también se hace necesario revisar cuales plataformas se especializan en esta área, ya que si bien Facebook o Twitter pueden cumplir la función, no son redes que se enfoquen a mejorar la educación, por lo que pudiesen entorpecer el proceso.

- Cramster.com: Ahora llamada Chegg Study, es una plataforma que proporciona ayuda para las tareas y trabajos de estudiantes universitarios y de secundaria, en diversas asignaturas.
- Box.net: Plataforma que permite a estudiantes o grupos de estudiantes y organizaciones subir archivos y mantener una base de datos para cualquier miembro del grupo. También permite editar documentos, mantener discusiones de grupo y enviar mensajes.
- Evernote: Plataforma que permite a los estudiantes capturar información a la que pueden tener acceso después, desde cualquier computadora, ya sea páginas web, fotos, materias de asignaturas, páginas de un libro, registros de voz, etc.

- Friends and Job: Es un plataforma para universitarios graduados y empresa. Pretende que los jóvenes puedan hacer contactos profesionales y que accedan a ofertas de empleo.

- The Student Ranking: Es un sitio que hace se asienta como una clasificación de estudiantes. Estos, reciben una puntuación de acuerdo a sus logros académicos tanto en secundaria como en universidad, idiomas, otros conocimientos que pudiesen poseer, experiencia de prácticas e incluso laboral si es que la tuviesen. Con esta puntuación se genera un ranking mundial de alumnos.



2.8.1.- CONTEXTO NACIONAL

Chile no se queda atrás en el uso de las redes sociales, como bien los veíamos anteriormente, y ya ha quedado claro que son los jóvenes los que más frecuentan estas plataformas.

En un estudio realizado por Lucía Castellón y Oscar Jaramillo (2013), docentes del Instituto de Comunicación y Nuevas Tecnologías de la U. Mayor, se pudo revelar que el 78% de los estudiantes universitarios utiliza redes sociales como Whatsapp o Skype para ponerse en contacto con sus compañeros para la realización de actividades académicas.

Por otro lado un 62% aseguró hacer más de una cosa a la vez al momento de estudiar, como chatear o navegar, y un 72% prefiere ver una película o video antes que un libro como material de estudio. En base a esto Jaramillo (2013) afirma que esto es una señal de alerta para aquellos que “satinizan” a la TV o al celular como acompañantes en el estudio, que eso es algo de épocas pasadas, ya que los cerebros de los estudiantes están adaptados para la multitarea. Por su parte, Castellón (2013) asegura que es un reto también para los profesores, que deben encontrar nuevas formas de enseñar a grupos que son más activos, participativos y menos lineales.

Esto queda demostrado en su estudio, revelando que el 56% de los alumnos reconoce participar en marchas a favor de diversas causas; el 66% ha creado o participado en campañas a través de redes sociales y el 71% da a conocer su opinión en estas instancias.

Con esto podemos reafirmar la situación que se vive tanto a nivel mundial como en nuestro país, los nativos digitales están en busca de nuevas formas de aprendizaje y las redes sociales son la herramienta principal para potenciar las prácticas académicas.

Existiendo redes que se enfocan en este ámbito, Chile tampoco se queda atrás en lo que el desarrollo de redes sociales para universitarios.

- Campus Móvil: Red Social que pretende aumentar la conectividad dentro de las universidades, y entregar a los estudiantes de estar informados y comunicados en todo momento. Su objetivo es poder aprovechar el tiempo cuando uno no tiene acceso a un computador, como cuando viaja o los minutos que quedan entre clases, para seguir interactuando con la comunidad universitaria, tanto a nivel de servicios como de gestión del conocimiento con usos académicos.

- Universitarios.cl: Esta plataforma funciona como una comunidad para universitarios que alberga diversas herramientas como foros de debate, información de carreras, detalles sobre la PSU, eventos, fiestas y también a otras comunidades.





COMUNIDADES CREATIVAS

3.1.- COMUNIDADES CREATIVAS

Ahora quiero hacer referencia a las distintas comunidades de diseño, arte u otra carreras que se definan como “carreras creativas” que se han gestado durante los últimos años, y buscan acercar tanto a estudiantes como profesionales de estas áreas, incentivando una comunicación fluida, generando espacios de diálogo y discusión, y organizando eventos que congregan a los miembros participes de estas comunidades.

3.2.- COMUNIDADES CREATIVAS EN EL MUNDO

Es fundamental dentro de esta investigación, observar que es lo que se está haciendo referente a las comunidades creativas, como lo defino, comunidades centradas en el diseño y las artes, o cualquier otra disciplina que pueda expresarse a través de lo visual.

En este sentido es importante definir el cómo se articulan estas redes o comunidades, como se comunican, donde se reúnen y como se complementan entre unas y otras.



3.2.1.- EVENTOS ASOCIADOS

Existen muchos eventos, ferias, exposiciones que están vinculados a disciplinas visuales alrededor del mundo. Estos eventos tienen la característica de poder generar vínculos entre los profesionales y estudiantes de manera real o física.

- DesignFest: Festival Internacional de Diseño realizado en México y ya va por su Séptima versión. Presenta conferencias y talleres con diseñadores íconos de la disciplina.
- Design Miami / Basel: Una de las más grandes y reconocidas ferias de arte y diseño en el mundo. Reúne a los máximos exponentes de diseño de mueble y decoración.
- Barcelona Design Week: Encuentro internacional que convoca a empresas, diseñadores, emprendedores y otros agentes del ámbito empresarial, la innovación y las industrias creativas.



3.2.2.- ENTORNOS DIGITALES

Como ya hemos visto, muchos grupos y comunidades de personas se comunican a través de internet, generando comunidades virtuales donde pueden comunicarse, generar discusiones y compartir información. Las comunidades que se enfocan en disciplinas creativas por lo general suelen establecerse con el objetivo de compartir sus trabajos, aprender nuevas técnicas o hacer contactos. Por esto también es importante dar cuenta de lo que se está llevando a cabo en la red.

- TalentyArt: Es una comunidad de arte que se centra en potenciar a artistas, permitiéndoles publicar sus exposiciones, trabajos y contenidos. También mantiene informados a sus usuarios acerca de eventos y actividades.
- Forrst: Es una comunidad bastante amigable que está abierta al público en general. La comunidad está enfocada a los desarrolladores y diseñadores web, un lugar en donde poder compartir y aprender acerca de gran variedad de temas o donde encontrar tutoriales tremendamente útiles. También cuenta con una sección más enfocada al diseño de productos gráficos, como logotipos, banners y plantillas, en la cual podrás compartir imágenes y recibir retroalimentación conforme avanzas en tu proyecto.



- Behance: es una red de personas vinculadas a actividades o proyectos visuales, plataforma con la cual se puede compartir el trabajo gráfico realizado, a través de la creación de portafolios, conectarse con otras personas de la comunidad y además, chequear periódicas oportunidades de trabajo que van apareciendo

- Dribbble: Es una comunidad está especializada en el mundo del diseño gráfico, que permite explorar libremente el material publicado, contactar con otros usuarios y “coleccionar” los diseños que se prefieran.

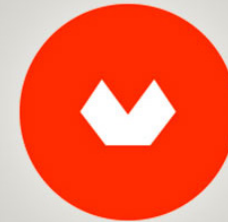
- Artwork Project: Es una red abierta a todas las disciplinas relacionadas con la expresión artística, cuya finalidad es el aumento de la colaboración entre ellas. Permite a sus usuarios publicar sus portafolios, crear blogs y compartir ideas en los foros.

- Pamamo: es una red social de artistas noveles en la que las personas que lo deseen pueden dar a conocer aquella disciplina en la que destaquen.

- Domestika: Red social para diseñadores de habla hispana que permite cargar trabajos y mostrarlos en la red. También mantiene informados a los usuarios sobre nuevos empleos.



Behance



CREA. COMPARTE. APRENDE.



Forrst

3.3.- COMUNIDADES CREATIVAS EN CHILE

Ya teniendo un panorama general de cómo se organizan las comunidades creativas alrededor del mundo, también es necesario saber en qué se encuentran estas comunidades a nivel nacional, sobre todo como se vinculan profesionales y estudiantes de estas áreas.

3.3.1.- EVENTOS ASOCIADOS

- Bienal de Diseño: Es un evento que buscó valorar la Imagen País mediante una selección de proyectos y emprendimientos personales de fuerte impacto cultural, social y económico. Dentro de su esquema incluyó muestras profesionales y académicas, charlas, talleres, invitados internacionales y una retrospectiva del diseño nacional.
- Sudala: Es un evento nacional de diseño que nace el año 2008 con la misión de ser un lugar donde se mezclaran distintas visiones del diseño y donde las experiencias de otros sirvieran para crear conciencia del valor del diseño.
- Emedi: Es un encuentro de Escuelas de Diseño a nivel nacional que se realiza cada año y cuyo fin es poder acercar a los estudiantes de Diseño de todo Chile.



3.3.2.- ENTORNOS DIGITALES

- ChileDiseño: Tiene por objetivo reunir a las más importantes empresas de diseño nacionales en una red de colaboración.
- MMUG Chile: Es una comunidad enfocada a orientar y ayudar en el uso de herramientas de desarrollo multimedial de Adobe y programas complementarios, a usuarios de Chile y habla hispana, generando espacios para compartir conocimiento y experiencia.
- Redesign Republic: Es una comunidad para diseñadores, desarrolladores, publicistas comunicadores que entrega información acerca de lo que se realiza tanto en Chile como en otros países. También permite a sus usuarios publicar acerca de eventos o nuevos empleos relacionados a esta área.

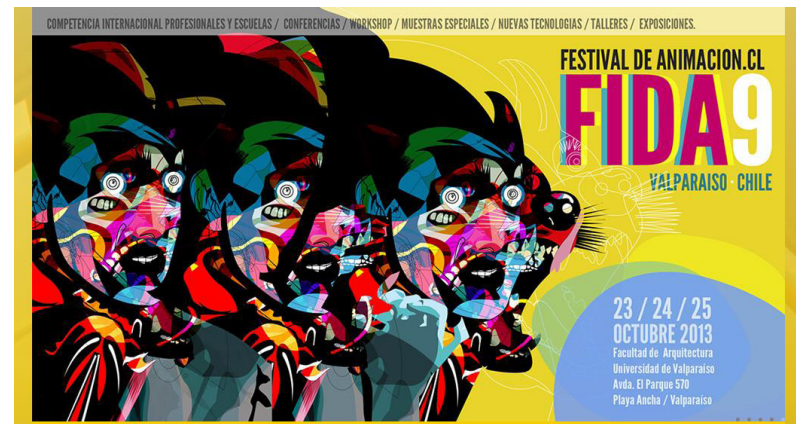


3.4.- COMUNIDADES DENTRO LA QUINTA REGIÓN

Ya teniendo un panorama general de cómo se organizan las comunidades creativas alrededor del mundo, también es necesario saber en qué se encuentran estas comunidades a nivel nacional, sobre todo como se vinculan profesionales y estudiantes de estas áreas.

3.4.1.- EVENTOS ASOCIADOS

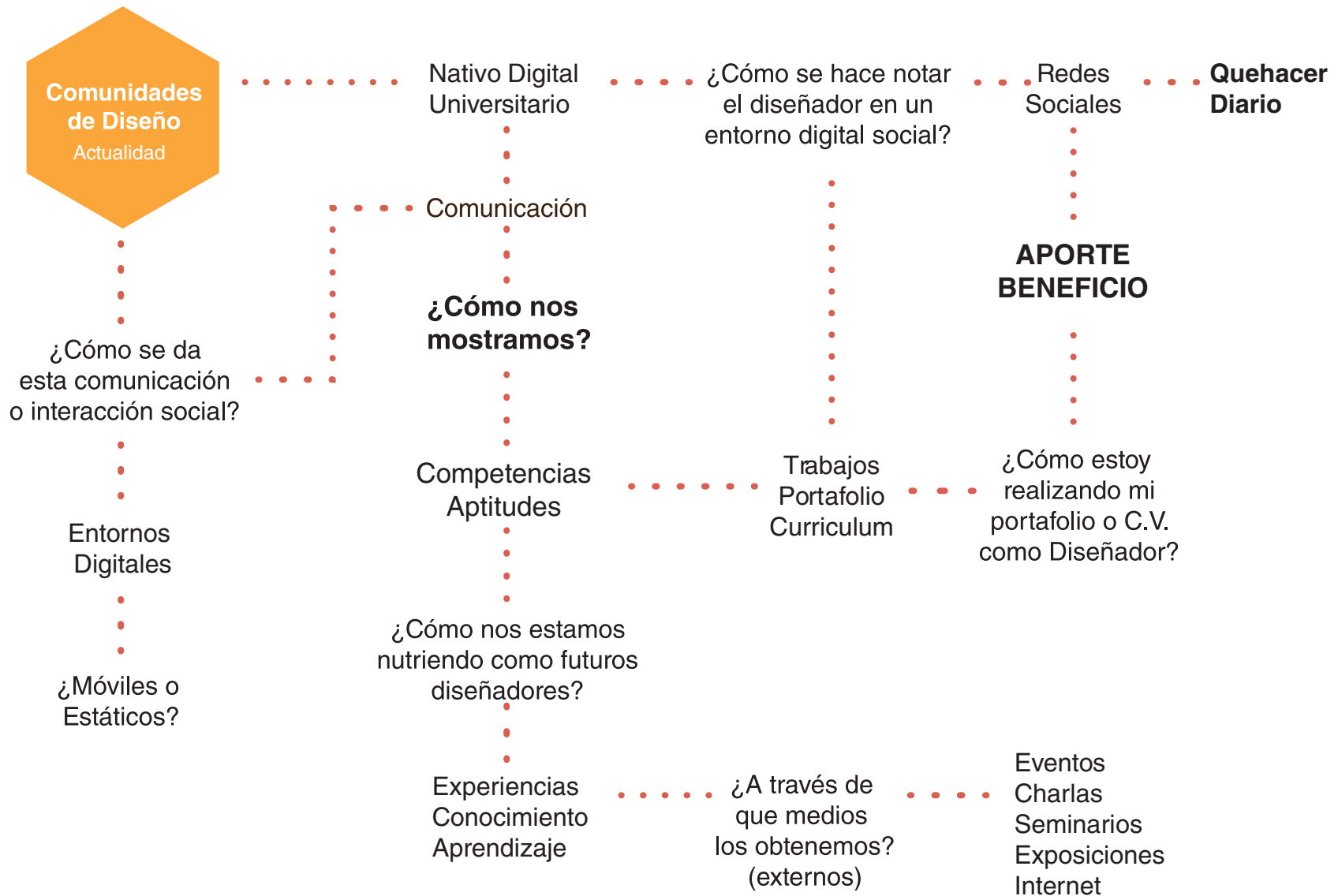
- FIDA: Es festival internacional de animación organizado por la Escuela de Diseño de la Universidad de Valparaíso, donde cada año se congregan a distintas escuelas de Diseño de la zona, donde también se realizan taller de animación, muestras y charlas.
- Jornadas Internacionales de Diseño y Publicidad: Evento organizado por Inacap, en el cual se realizan charlas y talleres con expertos del área, y que busca generar una instancia de dialogo y aprendizaje para estudiantes y profesionales de la disciplina.



3.4.2.- COMUNIDADES EXISTENTES:

- X Agencias: Es una asociación gremial de Agencias de Publicidad y Diseño de la V Región y está compuesta por diversas empresas regionales del área de las industrias creativas. Su objetivo es generar instancias de reunión y dialogo entre diferentes agencias de publicidad y diseño.
- Valparaíso Zona Diseño: En el año 2003 se formo un consorcio de Escuelas para realizar una muestra “Valparaíso: Zona de Diseño, actividad que formó parte de un plan de mayor alcance que tenía como objetivo posicionar a Valparaíso como referente del diseño en Chile.







METODOLOGÍA

DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

El método utilizado para la investigación fue la observación tanto de las comunidades creativas como de las instancias que se generan entorno a las disciplinas creativas, por lo que para ello, es necesario tener en cuenta algunos datos que permiten obtener algunas conclusiones preliminares.

Entonces, se debe considerar:

- Año de Lanzamiento / Inicio
- Cantidad de Miembros (Activos o Pasivos)
- Función y Herramientas que entregan
- Fecha de últimas Actividades.

En esta parte, se hace necesaria la construcción de un instrumento que permita poder organizar la información recopilada y así poder comparar la información acerca de las comunidades y eventos existentes o que alguna vez existieron, con el fin de poder obtener conclusiones acerca de los resultados de cada observación.

Esbozo de instrumento

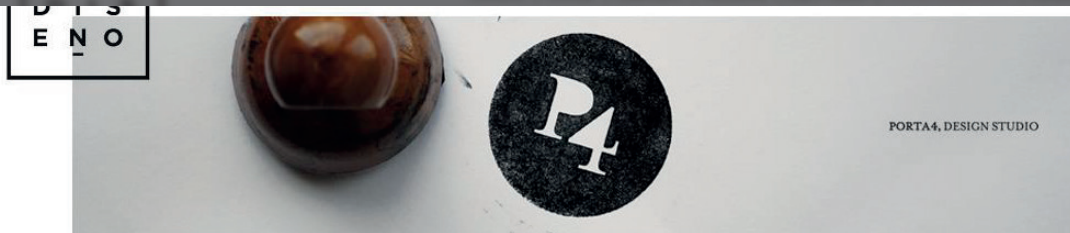
Nombre de Comunidad +Plataforma Web		
Imagen Referencial 1	Imagen Referencial 2	Información

PRESENTACIÓN INSTRUMENTO Y ANÁLISIS



*Este instrumento contempla a aquellas comunidades y/o eventos que utilizan los medios digitales o redes sociales como medio de comunicación entre sus usuarios.

Asociación Chilena de Diseño



BUSCAR

Comentarios Recientes

Chile Diseño: Hola, la verdad es que la información se refiere a Entrada Liberada, de todas formas siempre recomendamos llamar o escribir un correo, en este caso a ...

romina: es necesario inscribirse?...

Chile Diseño: Hola, debes llamar al teléfono de contacto que está en la información. Saludos!...

Lusana: ¿Hola, como me inscribo?? Saludos!! :)...

Benjamin Jiménez: Perfecto...

Chile Diseño



14 julio, 2014 (0)

Charla "El rol del diseño en la innovación de servicios de salud".

El pasado Jueves 10 de Julio, se realizó la Charla "El rol del diseño en la innovación de servicios de salud". Manuela Aguirre, diseñadora de la escuela de arquitectura de Osio (AHO) expuso su tesis de doctorado que presentó en la (AHO) de noruega, que trata de diseño sistémico y service design. Además presentó varios [...]



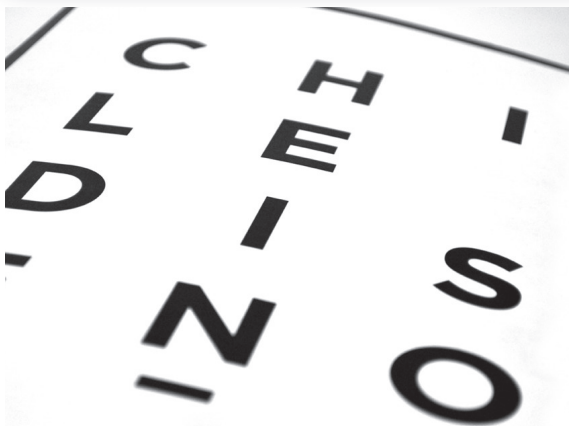
1 julio, 2014 (0)

D-DAY "HABLEMOS DE LUCAS"

El pasado Jueves 26 de Junio Chile Diseño junto a gran parte de sus asociados se reunieron para compartir un delicioso almuerzo, su temática estuvo enfocada a el costo de los servicios de distintas empresas, tal como lo indicaba el Titulo de lo que fue la convocatoria "Hablemos de Lucas". Durante el almuerzo se discutió [...]

Esta asociación se enfoca en reunir a distintas empresas de diseño nacionales para generar una red de colaboración, por lo que se puede extraer que no se hace una inclusión fuerte hacia el área universitaria o estudiantes, sino que es una comunidad de carácter más profesional.

Se puede ver también que otra de sus utilidades es la entrega de contenidos e información a la comunidad acerca de eventos, noticias o publicaciones mediante su plataforma web.



Santiago, 1994



40 Miembros: Agencias y Miembros Honorarios



Noticias y Eventos



Julio 2014

Valparaíso Zona Diseño

Home

Quienes somos

Login

Q buscar..



Vuelve la Zona Diseño

Valparaíso Zona Diseño (VZD) es un colectivo de escuelas de diseño de la Región de Valparaíso, cuyo objetivo es potenciar el diseño y al territorio de Valparaíso. Su plataforma web permite conocer de que se trata esta iniciativa, pero no existe más interacción que esa.

Por otro lado, se potencia a través de otras redes sociales que hoy en día están en desuso.



Valparaíso, 2003



Escuelas de Diseño de la Región



Noticias, Eventos



Junio 2014

Redesign Republic

ESP 0
CHI 2
18/6/2014

MEJORES MOMENTOS DE LA COPA DEL MUNDO BRASIL 2014

No han pasado muchos días desde que terminó la Copa Mundial Fifa Brasil 2014, y recordar los mejores momentos de este hermoso evento deportivo es un agrado, pero cuando estos momentos son retratados en ilustraciones son mucho mas emotivas. Te presento el trabajo de Dipanjan, ilustrador de la India que se tomó parte de su preciado y talentoso tiempo para recrear algunos de los mejores momentos de la Copa...

17/07/2014
Paul Berthelon
0 Comentarios
Design

Like 4
Tweet
+1 0

PODCAST REPUBLIC

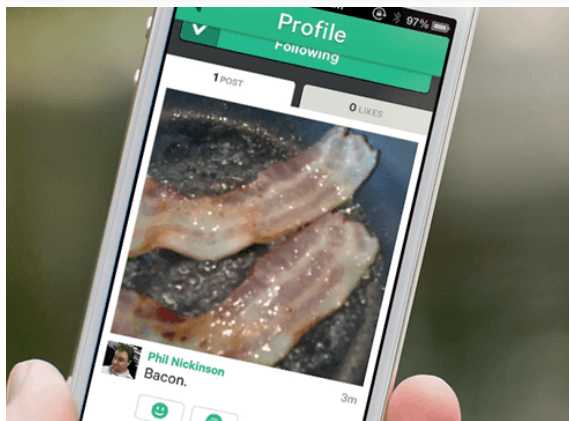
Redesign Rep...
El mundo de...

TRABAJOS

Alice Agencia Digital
Diseñador en practi
Diseño Grafico
Alice Agencia Digital

Redesign Republic trabaja como una comunidad para diseñadores, y que se enfoca en la publicación de noticias, eventos, datos de empleo y material de otros diseñadores

En su plataforma los mismos usuarios tienen la oportunidad de hacer publicaciones, siendo este un medio que genera una instancia de colaboración y opinión entre diseñadores.



- Santiago, 2013
- Más de 7000 seguidores
- Miembros Activos
- Ultima Fecha Actividad

X Agencias

ASOCIADOS

Comunidad que busca generar instancias de acercamiento y dialogo entre empresas regionales (V Región) del rubro del diseño.

Esta comunidad apunta a un sector mayormente profesional, ya que busca unificar y representar a la industria creativa de la zona.



Viña del Mar, 2007

11 Agencias

Noticias, Eventos

Julio 2014

CONCLUSIONES

A través de la observación realizada al entorno en el cual se desenvuelve el estudiante de carreras creativas, tanto de la zona local (Quinta Región) como en el resto del país, y de su perfil como nativo digital potencial, se pudo determinar lo siguiente:

- Existe una hermetización de las escuelas y de la carreras, a lo largo del país, debido a esto no hay interacción entre ellas, o es muy escasa.
- La poca interacción que existe, se da en un contexto de instancias específicas, ya sea exposiciones, charlas, bienales, etc. No se dan de forma lineal y no perduran en el tiempo, ya que con los años han perdido fuerza.
- En su mayoría, los estudiantes en la actualidad recurren a sitios web para la búsqueda de referentes en su disciplina, información o tutoriales acerca de las técnicas que emplean.
- Así también utilizan las redes sociales como medio de comunicación y organización al momento de buscar instancias de encuentro y acercamiento.
- Interés por parte de los estudiantes de establecer una conexión temprana hacia un entorno laboral.



CONCEPTUALIZACIÓN

FUNDAMENTO

Existe una falencia relacionada a la poca comunicación y al desgaste de los vínculos entre estudiantes de carreras creativas en la zona. A su vez, tampoco existe una retroalimentación que permanezca constante entre los estudiantes de estas carreras, ya que este solo se da en instancias específicas como eventos, charlas, exposiciones, quedando solo para los que tienen alguna iniciativa y motivación mayor para la asistencia a estos eventos.

Es preciso también aclarar que estas instancias han perdido su fuerza con el paso de los años, quedando pocas en la actualidad, instancias donde se puedan establecer vínculos perdurables y que no se conviertan en sucesos exclusivos para las escuelas organizadoras o para un grupo selecto de participantes.

Si consideramos las redes sociales (la nueva forma de comunicación revolucionaria de la época) dentro de este ámbito, es preciso aprovechar las herramientas y las oportunidades que éstas nos ofrecen para el fortalecimiento de la comunicación entre estudiantes, y a través de ellas dar paso a la creación de nuevas instancias de acercamiento, participación, colaboración y retroalimentación.

PROPUESTA CONCEPTUAL

Comunidad virtual establecida a modo de plataforma digital de contenido autovalente generado por los usuarios, la cual genera una comunicación permanente y un feedback continuo, en un contexto de disciplinas creativas.

PROBLEMÁTICA

- Poca comunicación y desgaste de los vínculos entre estudiantes de carreras creativas en Valparaíso.
- Hermetización de las escuelas y carreras en la zona.
- Pérdida de instancias de interacción y comunicación entre comunidades.



FORMULACIÓN DE PROYECTO

FOCALIZACIÓN SITUACIONAL

El proyecto aborda el contexto de los medios digitales como herramientas de comunicación para insertar a usuarios dentro de una red de contactos laborales.

NOMBRE DEL PROYECTO

El nombre que da identidad a esta comunidad virtual nace de la unión entre los conceptos “creatividad” y “valpo” (de la ciudad de Valparaíso) asociados directamente al propósito y contexto del proyecto.

CREATIVIDAD

+

VALPO

**(abreviación de
Valparaíso)**

La idea era poder crear una marca simple que hiciera referencia al contexto local del proyecto, y que sus usuarios pudiesen reconocer en seguida.

OBJETIVO GENERAL

- Poner en valor las disciplinas creativas que surgen en Valparaíso a través de una plataforma comunicacional, permitiendo un feedback continuo y permanente entre sus usuarios.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Establecer una comunicación permanente entre estudiantes, profesionales y empresas de disciplinas creativas en Valparaíso.
- Identificar los perfiles de los actores del proyecto y sus lenguajes de comunicación.

PERFIL DE USUARIO

Este proyecto apunta a dos tipos de usuarios, uno es el Nativo Digital, estudiante universitario o profesional de una carrera o disciplina creativa.

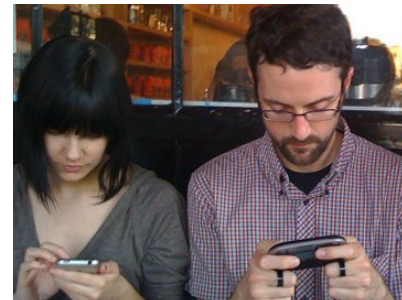
Definimos al Nativo Digital como las personas nacidas desde el año 1990, cuando ya se encontraba una tecnología digital bastante desarrollada y que estaba al alcance de muchos.

Son personas que se destacan por realizar distintas tareas al mismo tiempo (multitarea), prefieren lo gráfico antes que lo textual (multimedia), y su medio de comunicación y de intercambio de información son las redes sociales.

Este usuario recurre a las redes sociales para establecer contactos con posibles referentes para nuevos proyectos, así como también mostrar sus trabajos y proyectos realizados.

- Estudiantes universitarios y profesionales entre 20 y 30 años.
- Usuarios de tecnologías contemporáneas (Smartphones, Tablets, Ordenadores).
- Comunicación a través de redes sociales digitales.
- Búsqueda de referentes en sitios web, por lo general extranjeros.

El segundo usuario se definiría como entidades, empresas u organizaciones que están en busca de nuevos talentos para sus proyectos o que necesitan de algún servicio de creativos.



Nativo Digital
Inmigrante Digital

Comunicación
Interacción Social

Contexto
Universitario

Escuelas

Comunidades

**Redes
Sociales**

Aporte hacia
alumnos o
profesionales

Interacción
entre alumnos.
Interescuelas.

¿Cómo se
desenvuelve
el estudiante
en las R.S.?

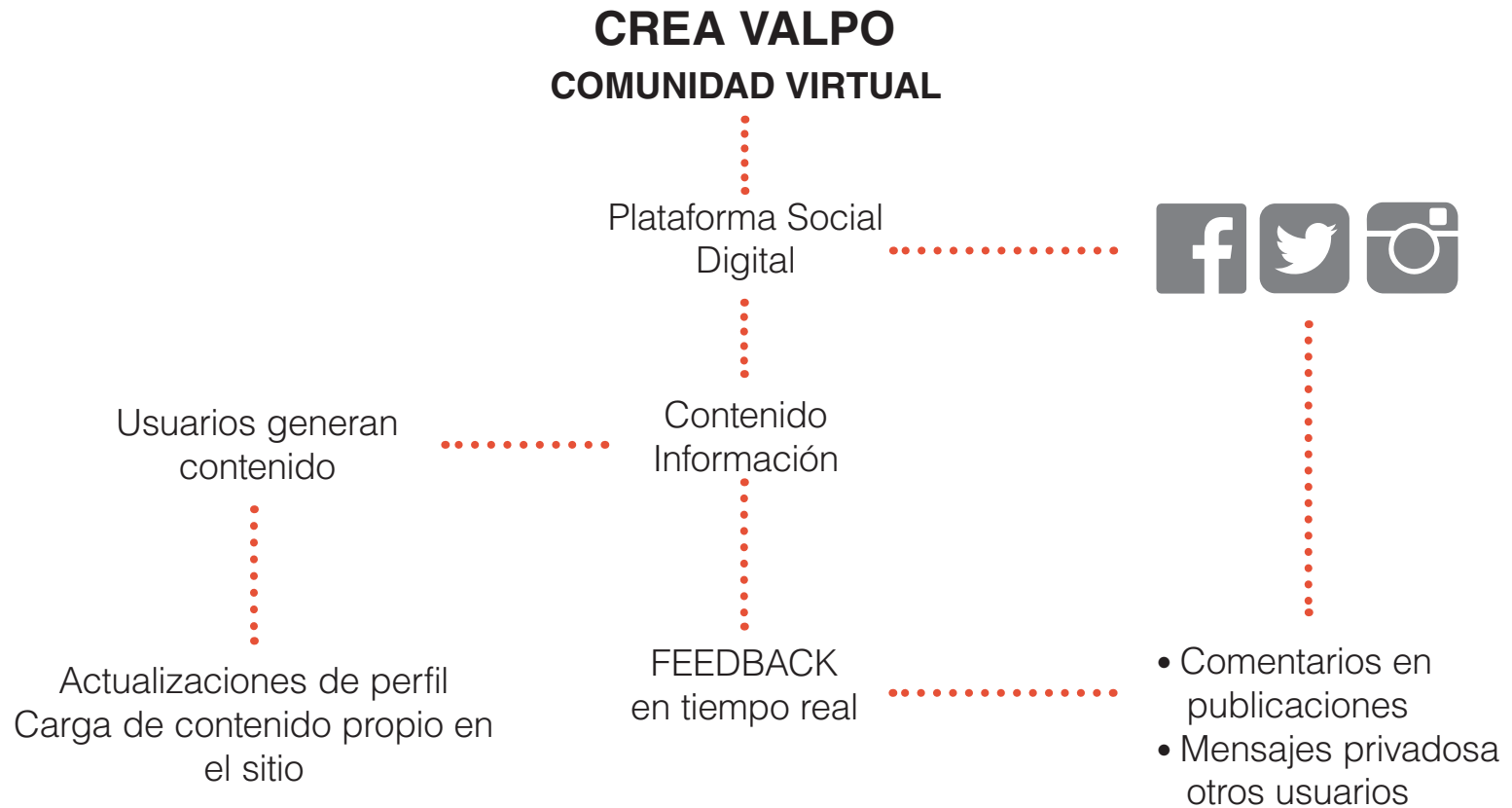
¿Cómo se
fortalecen las
relaciones entre
estudiantes?

Contactos

¿Qué busca
en las R.S.?

**Oportunidades
Laborales**

MODELO COMUNICACIONAL



ESTRUCTURACIÓN DEL PROYECTO

El proyecto se articula en distintas etapas que permitan su desarrollo.

Etapas 1: Desarrollo de imagen de marca
Desarrollo de contenidos del sitio
Diagramas de Flujo de Sitio web y Herramientas

Etapas 2: Desarrollo de primeras maquetas de interfaz
Desarrollo de la arquitectura y estructura del sitio web

Etapas 3: Se ajustan detalles del sitio web en su totalidad, mientras se lanza un sitio web informativo, que habla de las características de esta nueva comunidad y de las herramientas disponibles para los usuarios. Primera suscripción de usuarios via email para recibir noticias y novedades del sitio.

Etapas 4: Se ajustan detalles del sitio web en su totalidad, mientras se lanza un sitio web informativo, que habla de las características de esta nueva comunidad y de las herramientas disponibles para los usuarios. Primera suscripción de usuarios via email para recibir noticias y novedades del sitio.

Etapas 5: Se inicia la fase de Beta Cerrada del sitio. Se envían invitaciones para realizar las primeras pruebas con usuarios reales que testearan el sitio, entregando un feedback para realizar correcciones, añadir o eliminar características. Se trabaja en la versión móvil del sitio.

Etapas 6: Se inicia la fase de Beta Abierta, donde cualquier persona con un email pueda acceder a registrarse en el sitio. Se lanza la versión beta para móviles.

Etapas 7: Evento de lanzamiento oficial de la Comunidad, su sitio y aplicación móvil.



DESARROLLO FORMAL

DESAROLLO DE MARCA

Para el desarrollo de marca se trabajaron distintas tipografías, probando combinaciones entre ellas a modo de lograr el mejor resultado acorde a la identidad antes mencionada.

CreaValpo

Fuente Ventography

CreaValpo

Fuente Lobster

CreaValpo

Fuente Mastoc

creavalpo

Fuente MF Queen
Leela

CREAVALPO

Fuente Basic title

CREA VALPO

Fuente Bebas Neue

Luego del trabajo tipográfico, se escogieron aquellas que cumplían de mejor manera con los conceptos asociados al nombre de la comunidad, logrando una marca tipográfica definitiva.

A ésta selección se le añade un elemento gráfico que hace mención a lo creativo y lo artístico, conceptos ligados al área en la que desenvolverían los usuarios dentro de la plataforma virtual, junto con una prueba de color y composición.



Basic title + MF Queen Leela



Posteriormente se realiza una prueba de color de marca, hasta llegar a los resultados que se verán incluidos dentro del diseño de interface de la plataforma y su respectiva aplicación móvil.

El color seleccionado correspondiente a la gama del naranja, color que según la sicología del color, se encuentra ligado a la creatividad y otorga mas cercanía hacia un público joven.

Color web Seleccionado



#C14732





DEFINICIÓN DE CONTENIDOS DEL SITIO

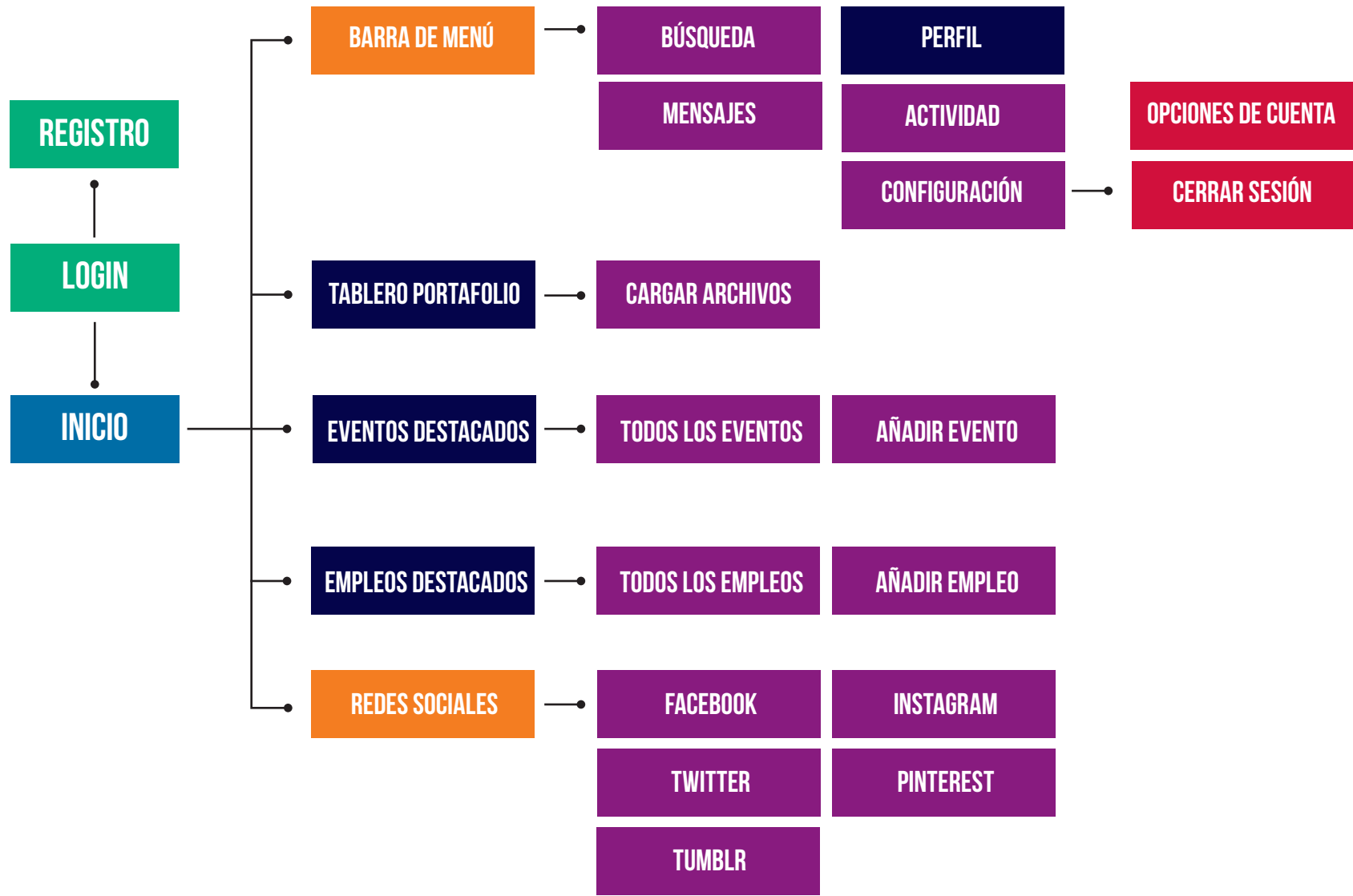
Los contenidos del sitio se definen como la información que estará al alcance del usuario, que a su vez es la misma que ellos subirán al sitio y que podrá ser visible para el resto de los usuarios.

Dentro de este contenido se consideran las herramientas y acciones que el usuario tendrá a su disposición en la plataforma.

Estos contenidos se dividen en 3 secciones características dentro de un sitio web que son la Barra de menú, el área de contenido y la barra lateral. Este esquema muestra la estructura que posea la información en la plataforma web.



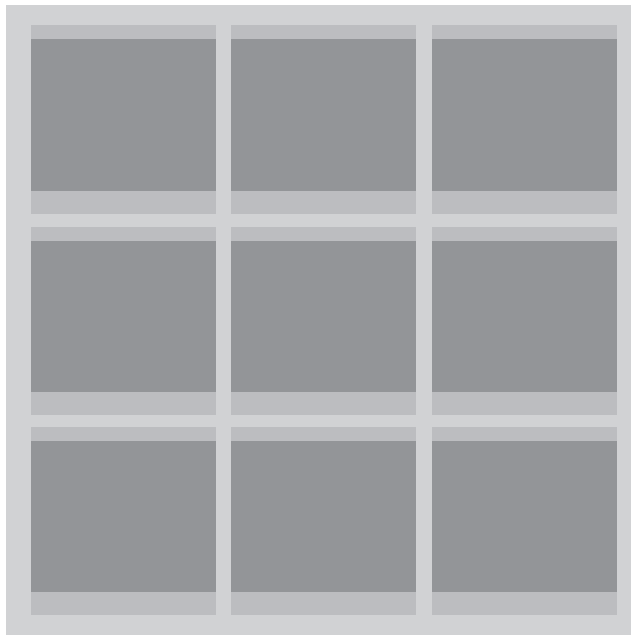
DIAGRAMA DE FLUJO DEL SITIO



TABLERO DE CONTENIDO/ PORTAFOLIO

El tablero de contenido o portafolio, es la sección en la que se visualizan los contenidos subidos por los usuarios en sus cuentas y que se definen como los proyectos, trabajos u obras que formaran parte del portafolio del usuario en su cuenta.

Esta sección abarca el mayor tamaño de la interfaz del sitio, ya que es el contenido más relevante y de mayor importancia visual. También esta sección es la que abarca la mayor parte de la interacción de los usuarios, ya que podrán cargar sus archivos, visualizar el contenido de otros usuarios, comentarlo y compartirlo fuera del sitio.



PERFIL Y CURRICULUM

Aquí se actualizarán los datos sobre nosotros que podrán ser visibles para otros usuarios. La información básica solo se compondrá de lo siguiente:

- Nombre completo
- Email
- Lugar de residencia
- Ocupación

Además de esto se establecerá una sección para añadir una imagen de perfil que identifique al usuario, que no necesariamente será una fotografía de la persona propietaria de la cuenta.

Luego, está la sección de Curriculum, en la que el usuario podrá añadir información con respecto a los siguientes 3 ítems.

- Estudios: Lugares y años donde el usuario ha cursado su enseñanza básica, media o superior.
- Experiencia Laboral: Lugares, años y cargos en los que se ha desempeñado laboralmente.
- Aptitudes o Habilidades: Como bien lo dice es el manejo del usuario con ciertas técnicas, programas, idiomas u otros que el considere pertinente añadir a su Curriculum.

The image shows a mockup of a user profile form. It is divided into several sections:

- INFORMACIÓN PERSONAL:** This section contains five input fields for 'Nombre', 'Nombre de Usuario', 'E-mail', 'Residencia', and 'Ocupación'. To the right of these fields is a large, empty rectangular area for a profile picture. Below this area is a button labeled 'Editar Imagen de Perfil' with a camera icon.
- ESTUDIOS:** A section header with a book icon.
- EXPERIENCIA:** A section header with a calendar icon.
- APTITUDES:** A section header with a gear icon.

EVENTOS

Aquí los usuarios podrán visualizar los eventos que se publiquen a través del sitio, así como también ellos podrán publicar sus eventos.

Para crear un evento, será necesario añadir los siguientes campos de información:

- Nombre del evento
- Lugar
- Fecha
- Hora comienzo - Hora de termino.
- Imagen Referencial (Opcional)

Todos los eventos seran automáticamente publicados en el sitio. Los eventos ingresados más recientemente se destacarán en la barra lateral de la página de Inicio, y a través de esta se podrá acceder a ver el resto de los eventos publicados.

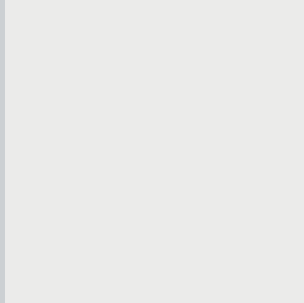


NOMBRE EVENTO

📅 Fecha

🕒 Hora

📍 Lugar / Dirección



NOMBRE EVENTO

📅 Fecha

🕒 Hora

📍 Lugar / Dirección

Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua.

Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua.

OFERTAS DE EMPLEO

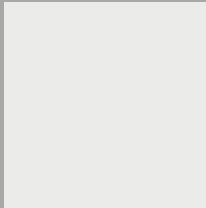
Similar a los eventos, acá se podrán visualizar las ofertas de empleos publicadas a través el sitio, así como se podrá añadir nuevas ofertas de empleo.

Para crear nuevas ofertas, también se consideraran ciertos datos obligatorios:

- Cargo que se necesita (Ej: Se busca Diseñador)
- Empresa u Organización
- Lugar, Ciudad o Región
- Sueldo
- Imagen referencial (opcional)

Estos datos serán un resumen de la publicación, si el usuario se interesa podrá acceder a la publicación completa en la sección de Empleos. En esta parte se podrá visualizar una pequeña reseña sobre la oferta publicada con los requisitos y otros detalles de esta.

Si el usuario se interesa en la oferta de empleo podrá postular mediante la misma publicación, por lo que quedara su perfil y portafolio registrados, notificando al propietario de la publicación de dicha postulación, pudiendo este poder revisar el perfil y portafolio el postulante de manera inmediata.



SE BUSCA “CARGO”

- 🏢 Empresa, empleador
- 📍 Lugar / Dirección
- 💰 Salario



NUEVO EMPLEO

- 🏢 Empresa, empleador
- 📍 Lugar / Dirección
- 💰 Salario

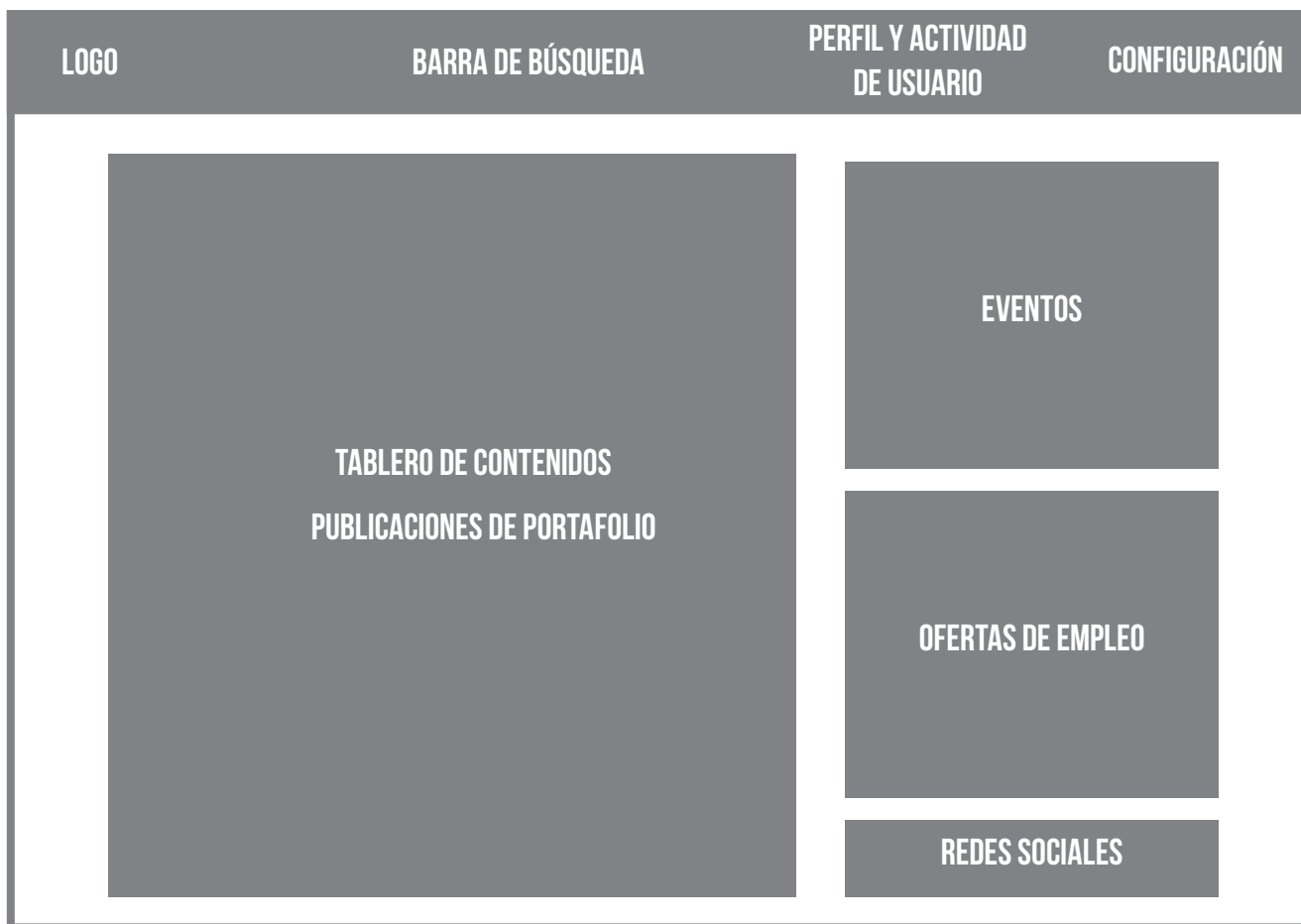
Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua.

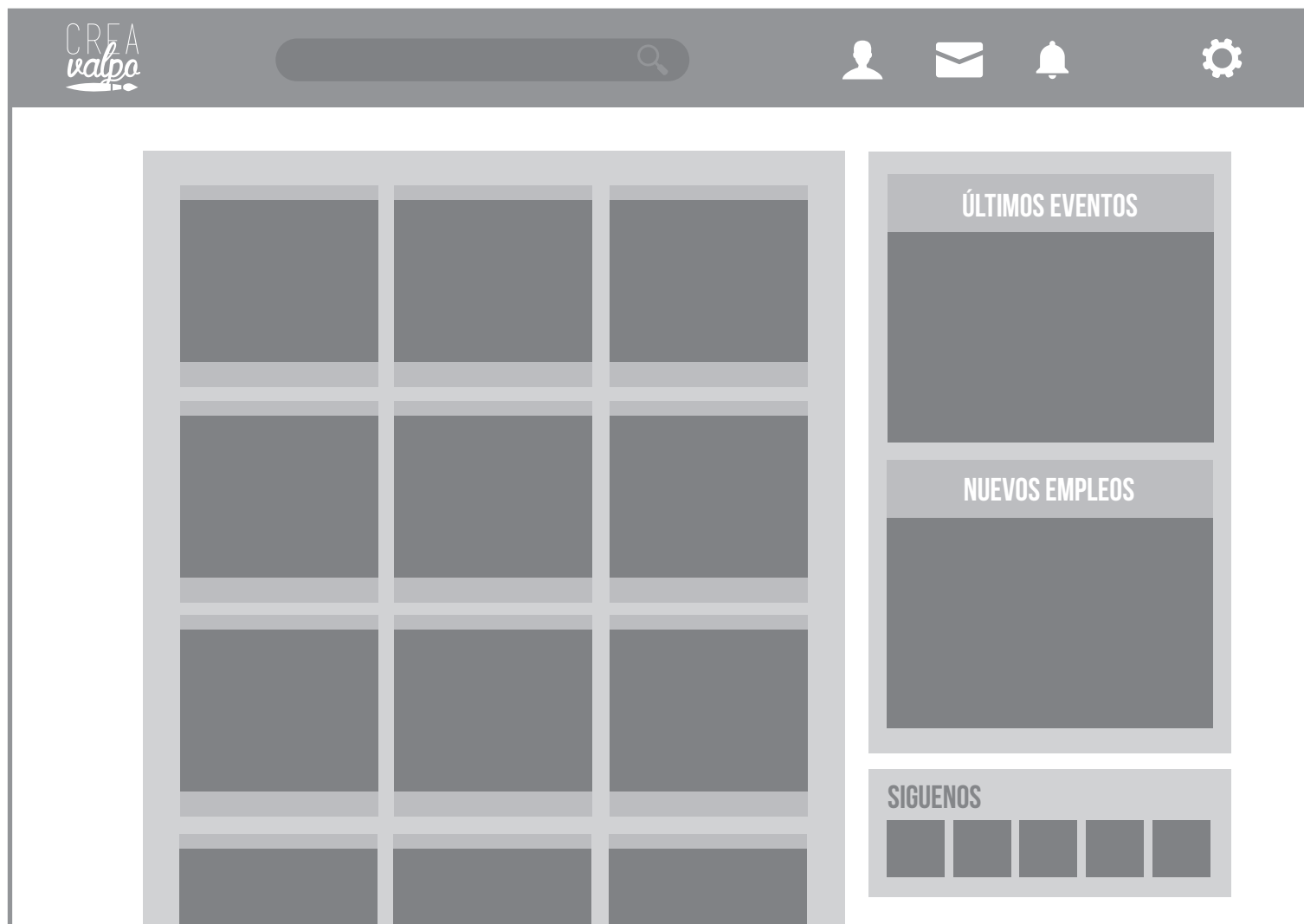
Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua.

✓ **POSTULAR**

DIAGRAMACIÓN DE LA INTERFAZ

Ya teniendo en cuenta los contenidos y herramientas que formaran el sitio, se establecera la disposición de estos elementos en la interfaz del sitio, dando forma a su estructura.





DESARROLLO DE INTERFAZ

En la primera pantalla de interfaz, se encuentra el login del sitio web, donde se puede encontrar información con respecto al sitio web y donde se pueden usar los datos de cuenta para ingresar, o en su defecto, ir a la página de registro para crear un cuenta de usuario nueva.





COMUNIDAD CREATIVA

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua.

INICIO DE SESIÓN

CORREO ELECTRÓNICO

CONTRASEÑA

[Ingresar](#)

[Registrarse](#)

REGISTRO

En la página de registro, los usuarios que desean crear nuevas cuentas tendrán que llenar un formulario de inscripción con los siguientes datos

Nombre Completo
Nombre de Usuario
Email
Contraseña

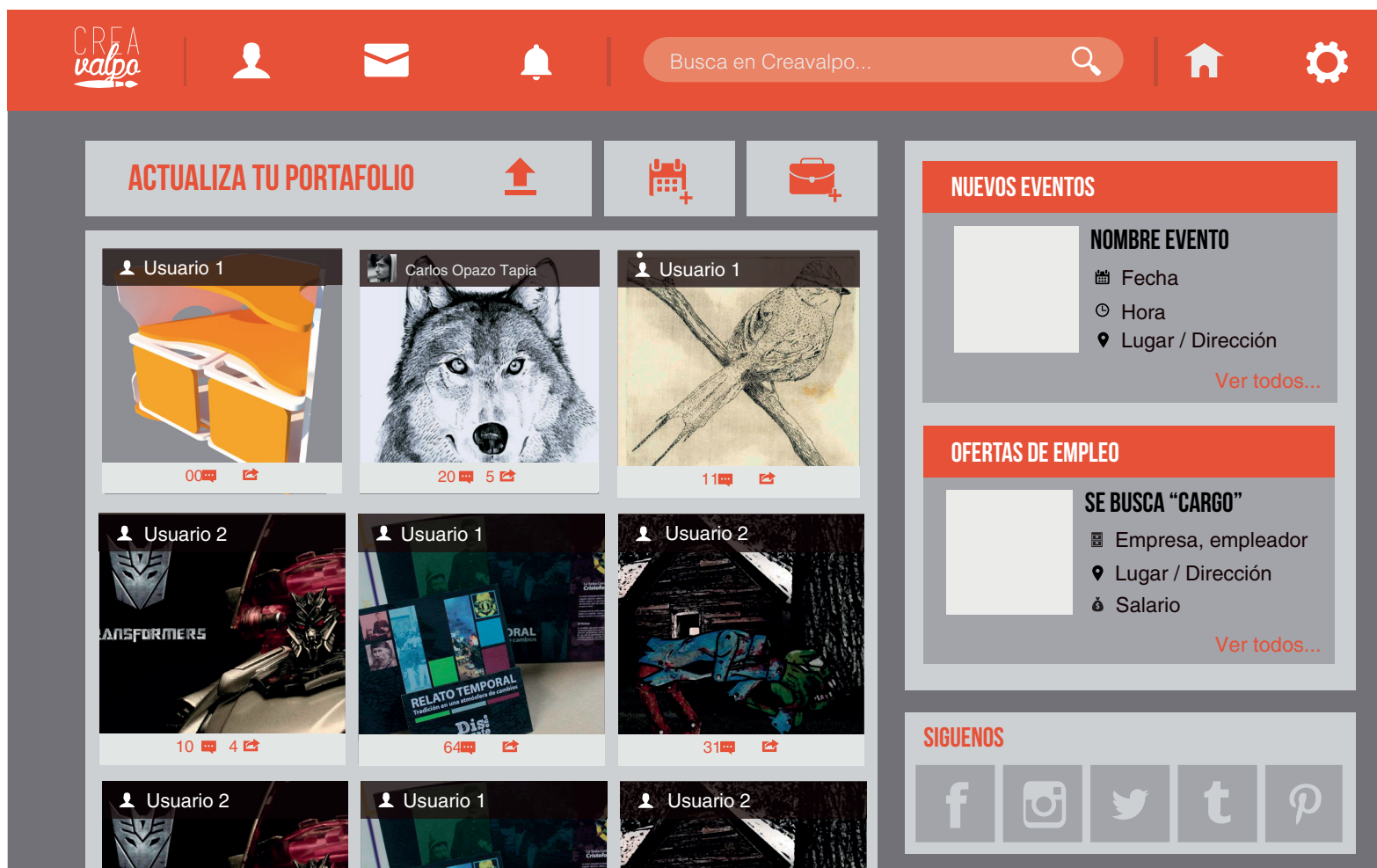
Estos datos aparecerán dentro del perfil y serán visibles para otros usuarios. El nombre de usuario y el email podrán ser modificados en cualquier momento.



The image shows a registration form overlaid on a dark background. On the left, there is a circular logo with the text 'CREA valpa' and a stylized red brushstroke below it. Below the logo, the text 'COMUNIDAD CREATIVA' is displayed, followed by a paragraph of placeholder text: 'Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua.' The registration form itself has a dark background with a red header bar containing the text 'REGISTRO DE CUENTA'. It contains five input fields with labels: 'Nombre completo', 'Correo electrónico', 'Nombre de usuario', 'Contraseña', and 'Confirmar contraseña'. At the bottom of the form is a red button labeled 'Registrarse'.

PÁGINA DE INICIO/HOME

Aca se podrá ver todo el contenido y herramientas del sitio, las ultimas actualizaciones de portafolios, eventos y ofertas de empleos, también se podra acceder a la barra de menú y a las redes sociales del sitio.



PÁGINA DE PERFIL, VISUALIZACIÓN DE CURRÍCULUM

CREA valpo | | | | Busca en Creavalpo... | |

INFORMACIÓN PERSONAL

Nombre
Carlos Felipe Opazo Tapia

Nombre de Usuario
copazot1

E-mail
cfot22@gmail.com

Residencia
Limache, Valparaíso

Ocupación
Diseñador Gráfico

Editar Imagen de Perfil

ESTUDIOS

Educación Básico Instituto Santa María, Limache
1996 - 2003

Educación Media Institutio Rafael Ariztía, Quillota
2004-2007

Diseño Diurno, Universidad de Valparaíso, Valpo.
2008-2015

[+ Añadir Nuevo](#)

EXPERIENCIA

NUEVOS EVENTOS

NOMBRE EVENTO

- Fecha
- Hora
- Lugar / Dirección

[Ver todos...](#)

OFERTAS DE EMPLEO

SE BUSCA "CARGO"

- Empresa, empleador
- Lugar / Dirección
- Salario

[Ver todos...](#)

SIGUENOS

PÁGINA DE PERFIL, VISUALIZACIÓN DE PORTAFOLIO

CREA valpo

Busca en Creavalpo...

INFORMACIÓN PERSONAL

Nombre
Carlos Felipe Opazo Tapia ✓

Nombre de Usuario
copazot1 ✓

E-mail
cft22@gmail.com ✓

Residencia
Limache, Valparaíso ✓

Ocupación
Diseñador Gráfico ✓

Editar Imagen de Perfil

NUEVOS EVENTOS

NOMBRE EVENTO

- Fecha
- Hora
- Lugar / Dirección

Ver todos...

OFERTAS DE EMPLEO

SE BUSCA "CARGO"

- Empresa, empleador
- Lugar / Dirección
- Salario

Ver todos...

SIGUENOS

f i t p

00

20 5

11

PÁGINA DE VISUALIZACIÓN EVENTOS

CREA valpo

Busca en Creavalpo...

+ AÑADIR NUEVO EVENTO

NOMBRE EVENTO
📅 Fecha
🕒 Hora
📍 Lugar / Dirección [+ Más info](#)

NOMBRE EVENTO
📅 Fecha
🕒 Hora
📍 Lugar / Dirección [+ Más info](#)

NOMBRE EVENTO
📅 Fecha
🕒 Hora
📍 Lugar / Dirección [+ Más info](#)

NUEVOS EVENTOS

NOMBRE EVENTO
📅 Fecha
🕒 Hora
📍 Lugar / Dirección [Ver todos...](#)

OFERTAS DE EMPLEO

SE BUSCA "CARGO"
🏢 Empresa, empleador
📍 Lugar / Dirección
💰 Salario [Ver todos...](#)

SIGUENOS

f i t p

PÁGINA DE EVENTOS DETALLADOS

The mockup shows a website interface with a red header. On the left, the 'CREA valpo' logo is displayed. The header contains navigation icons for profile, mail, and notifications, a search bar with the text 'Busca en Creavalpo...', and icons for home and settings. The main content area is divided into three sections. The first section, titled 'NOMBRE EVENTO', features a large placeholder image on the left and a list of details on the right: 'Fecha' (with a calendar icon), 'Hora' (with a clock icon), and 'Lugar / Dirección' (with a location pin icon). Below this is a text block with two paragraphs of placeholder text. The second section, titled 'NUEVOS EVENTOS', has a smaller placeholder image and a list of details: 'Fecha', 'Hora', and 'Lugar / Dirección', followed by a 'Ver todos...' link. The third section, titled 'OFERTAS DE EMPLEO', has a placeholder image and a list of details: 'SE BUSCA "CARGO"', 'Empresa, empleador', 'Lugar / Dirección', and 'Salario', followed by a 'Ver todos...' link. At the bottom, a 'SIGUENOS' section contains social media icons for Facebook, Instagram, Twitter, Tumblr, and Pinterest.

PÁGINA DE VISUALIZACIÓN OFERTAS DE EMPLEO



PÁGINA DE EMPLEOS DETALLADOS Y POSTULACIÓN

The screenshot shows a user interface for job listings. At the top is a red navigation bar with the 'CREA valpo' logo, a profile icon, an envelope icon, a bell icon, a search bar containing 'Busca en Creavalpo...', a home icon, and a settings gear icon. The main content area is divided into two columns. The left column features a large placeholder image for a job listing, followed by the title 'NUEVO EMPLEO' in red. Below the title are three key details: 'Empresa, empleador' with a building icon, 'Lugar / Dirección' with a location pin icon, and 'Salario' with a dollar sign icon. Two paragraphs of placeholder text (Lorem ipsum) are provided. At the bottom of this section is a dark grey button with a white checkmark and the text 'POSTULAR'. The right column contains three sections: 'NUEVOS EVENTOS' with a red header, a placeholder image, and details for 'NOMBRE EVENTO', 'Fecha', 'Hora', and 'Lugar / Dirección', ending with a 'Ver todos...' link; 'OFERTAS DE EMPLEO' with a red header, a placeholder image, and details for 'SE BUSCA "CARGO"', 'Empresa, empleador', 'Lugar / Dirección', and 'Salario', also ending with a 'Ver todos...' link; and 'SIGUENOS' with a red header and five social media icons (Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, and Pinterest).

INTERFAZ DE HERRAMIENTAS Y ACCIONES

The image shows a web interface for 'CREA valpo'. At the top is a red navigation bar containing the logo, a user profile icon, an envelope icon, a bell icon, a search bar with the text 'Busca en Creavalpo...', a home icon, and a settings gear icon.

The main content area is divided into two columns. The left column is titled 'MENSAJES PRIVADOS' and contains three message cards. Each card has a placeholder image, a subject line, and a body of text. The subjects are 'Asunto: Postulación a cargo', 'Asunto: Saludos', and 'Asunto: Bienvenida!'. The right column contains three sections: 'NUEVOS EVENTOS', 'OFERTAS DE EMPLEO', and 'SIGUENOS'. Each section has a placeholder image and a list of details. The 'SIGUENOS' section features social media icons for Facebook, Instagram, Twitter, Tumblr, and Pinterest.

MENSAJES PRIVADOS

Asunto: Postulación a cargo
Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua.

Asunto: Saludos
Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua.

Asunto: Bienvenida!
Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua.

NUEVOS EVENTOS

NOMBRE EVENTO
📅 Fecha
🕒 Hora
📍 Lugar / Dirección
[Ver todos...](#)

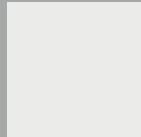
OFERTAS DE EMPLEO

SE BUSCA "CARGO"
🏢 Empresa, empleador
📍 Lugar / Dirección
💰 Salario
[Ver todos...](#)

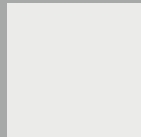
SIGUENOS

f Instagram Twitter t p

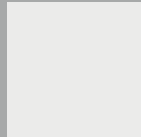
ACTIVIDAD RECIENTE



usuario123 comentó tu trabajo hace 1 hora.

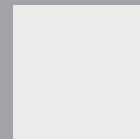


usuario123 postulo a tu oferta de empleo. Mira [aquí](#) su perfil.



usuario123, copazot, y 3 más compartieron tu trabajo en **Facebook**.

NUEVOS EVENTOS

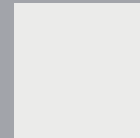


NOMBRE EVENTO

- Fecha
- Hora
- Lugar / Dirección

[Ver todos...](#)

OFERTAS DE EMPLEO



SE BUSCA "CARGO"

- Empresa, empleador
- Lugar / Dirección
- Salario

[Ver todos...](#)

SIGUENOS



DESARROLLO INTERFAZ APLICACIÓN MÓVIL

Como se plantea en el proyecto, se hace necesario trasladar la plataforma web hacia dispositivos móviles, con el fin de que los usuarios puedan acceder a esta en cualquier momento y lugar, de manera inmediata.

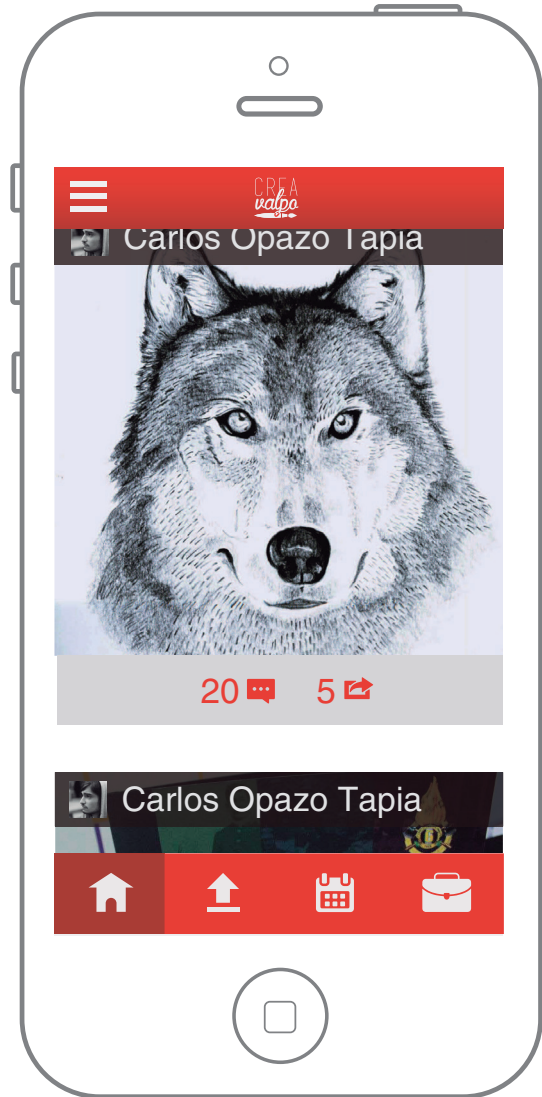
En su construcción, la aplicación muestra un lenguaje visual similar al del sitio web y cuenta con las mismas herramientas para que en el cambio de dispositivo no existan problemas de comunicación.



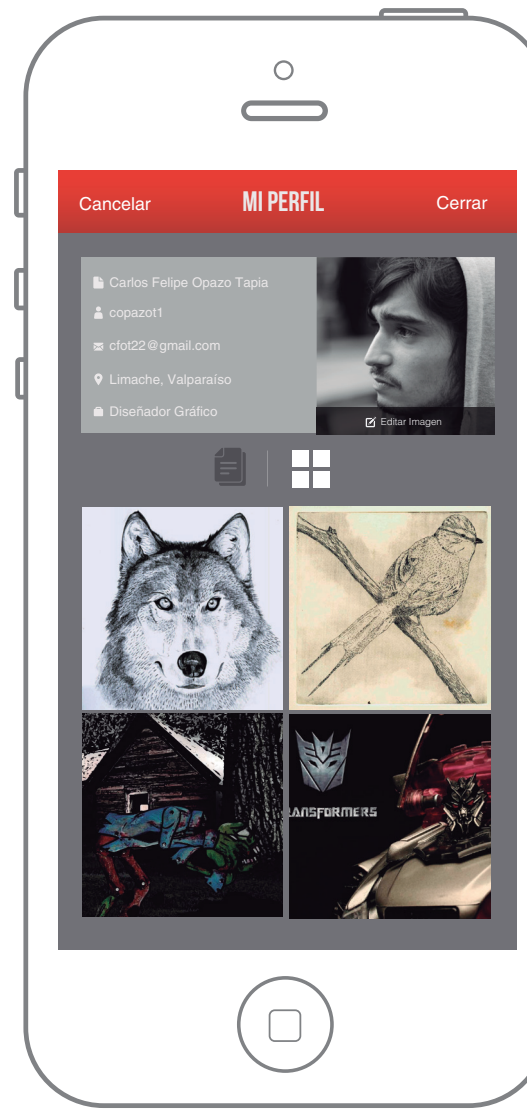
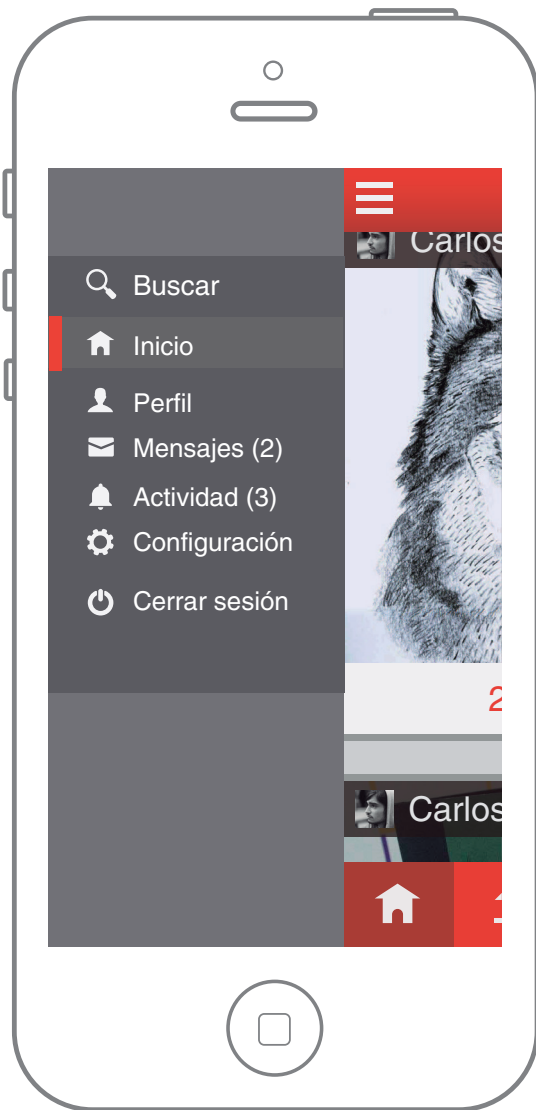


PRIMEROS ACERCAMIENTOS DE DISEÑO

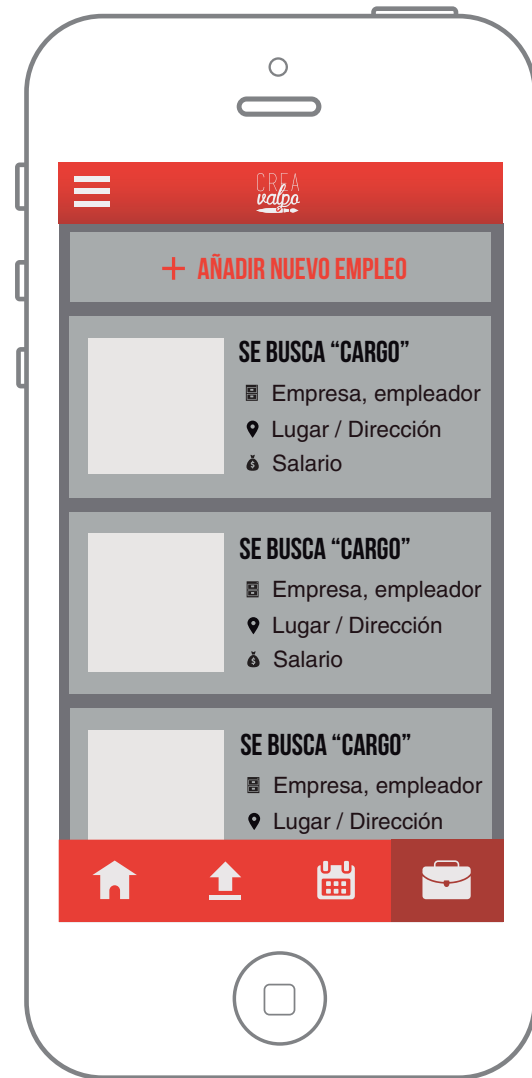
INTERFAZ LOGIN E INICIO



INTERFAZ MENÚ Y PERFIL



INTERFAZ CARGA DE ARCHIVOS, EVENTOS Y EMPLEOS



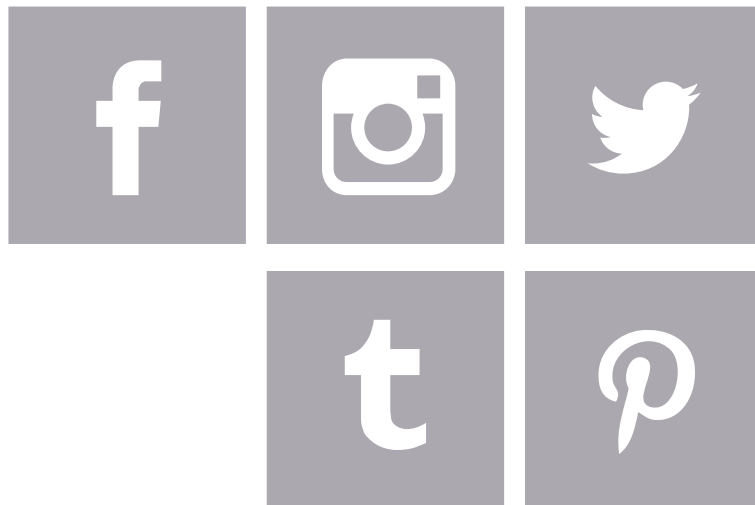
INTERFAZ MENSAJES Y ACTIVIDAD DE CUENTA



REDES SOCIALES

Una forma de difundir el sitio es por medio de las redes sociales, las cuales serán fundamentales al momento de dar a conocer el sitio a los usuarios.

Las redes trabajarán mediante publicaciones diarias de contenido, noticias sobre la comunidad, novedades del sitio entre otros. Los usuarios también tendrán la posibilidad de poder hacer aportes a través de estas, dar sugerencias o reportar algún problema.



ESQUEMA SISTEMA PRODUCTO



PRODUCTO



PLATAFORMA DIGITAL

Sitio que permite la comunicación permanente entre estudiantes, profesionales y empresas, compartiendo ideas, portafolios, oportunidades de trabajo, etc.

SERVICIO

SOPORTES COMUNICACIONALES
Vínculo directo con el usuario



Web



Aplicación Móvil

+ EVENTO DE LANZAMIENTO

ALIANZA ESTRATÉGICA

- Universidades y escuelas de Diseño, Arquitectura, Publicidad y otras
- Agencias
- Trabajadores independientes.
- Valparaíso Zona Diseño

COMUNICACIÓN



IMAGEN DE MARCA CORPORATIVA



SOPORTES GRÁFICOS

Aplicación de imagen corporativa dentro de la interfaz digital.



PUBLICIDAD

Invitaciones Digitales, Banners, Redes Sociales.

BIBLIOGRAFÍA

¿Como usamos las redes sociales en Chile? (s.f.). Recuperado el 11 de abril de 2014, de Comparaonline.com: http://www.comparaonline.cl/otras_comparaciones/redes-sociales-chile

Burotto, C. (11 de Octubre de 2013). ¿En qué está la industria de videojuegos chilenos? Recuperado el 27 de Julio de 2014, de El Definido: http://www.eldefinido.cl/movil/actualidad/pais/1353/En_que_esta_la_industria_de_videojuegos_chilenos/

Castro, L. (18 de noviembre de 2011). ¿Qué es una red social? Recuperado el 01 de julio de 2014, de About.com: <http://aprenderinternet.about.com/od/RedesSociales/g/Que-Es-Una-Red-Social.htm>

Universia Chile (31 de diciembre de 2013). 78% de los universitarios chilenos utiliza las redes sociales para estudiar. Recuperado el 10 de julio de 2014, de Universia: <http://noticias.universia.cl/en-portada/noticia/2013/12/31/1072341/78-universitarios-chilenos-utiliza-redes-sociales-estudiar.html>

Emol. (13 de noviembre de 2009). Presentan en Chile red social móvil especialmente orientada a los universitarios. Recuperado el 10 de julio de 2014, de Emol.com: <http://www.emol.com/noticias/tecnologia/2009/11/13/384852/presentan-en-chile-red-social-movil-especialmente-orientada-a-los-universitarios.html>

García, A. (05 de junio de 2013). Siete redes sociales para que universitarios y recién graduados busquen empleo. Recuperado el 10 de julio de 2014, de Eroski Consumer: <http://www.consumer.es/web/es/educacion/universidad/2013/06/05/216945.php>

Gómez, M., Roses, S., & Farias, P. (2012). El uso académico de las redes sociales en universitarios. Revista Comunicar , 2,6,7.

ISOCIALWEB. (29 de julio de 2013). 6 redes sociales para artistas. Recuperado el 12 de julio de 2014, de ISOCIALWEB: <http://isocialweb.com/6-redes-sociales-para-artistas/>

NorfiPC. (s.f.). Las redes sociales más populares y exitosas de internet. Recuperado el 05 de mayo de 2014, de NorfiPC: <http://norfipc.com/internet/redes-sociales-mas-populares-exitosas-internet.html>

Las redes sociales se afianzan como herramientas de selección. (22 de julio de 2012). Recuperado el 30 de junio de 2014, de Laborum.com: http://www.laborum.cl/portal_prensa/escenario_laboral/escenario_laboral/1683.html

Lozano, J. D. (24 de noviembre de 2011). La Web 2.0 y tipos de redes sociales. Recuperado el 01 de julio de 2014, de Microsoft: <http://www.microsoft.com/business/es-es/content/paginas/article.aspx?cbcid=503>

Neeser, C. (20 de febrero de 2013). Top 10 Failed Social Media Sites. Recuperado el 20 de junio de 2014, de My Life: <http://www.mylife.com/blog/failed-social-media-sites/>

News, U. (08 de agosto de 2011). 5 comunidades interesantes para diseñadores y creativos. Recuperado el 12 de julio de 2014, de Under News: <http://www.undernews.com/2011/08/08/5-comunidades-interesantes-para-disenadores-y-creativos/>

NorfiPC. (s.f.). Las redes sociales más populares y exitosas de internet. Recuperado el 05 de mayo de 2014, de NorfiPC: <http://norfipc.com/internet/redes-sociales-mas-populares-exitosas-internet.html>

Oliver, B. (s.f.). ¿Qué es la Web 3.0 o Web Semántica? Recuperado el 01 de julio de 2014, de About.com: <http://tendenciasweb.about.com/od/nociones-basicas/a/Que-Es-La-Web-3-0-O-Web-Semantica.htm>

Presentan estudio conductual sobre videojuegos en Chile. (30 de Mayo de 2011). Recuperado el 04 de Abril de 2014, de La Tercera Mouse: <http://www.mouse.cl/contenido/noticias/2011/05/2-1172-9-presentan-estudio-conductual-sobre-videojuegos-en-chile.shtml>

Revisa los videojuegos más vendidos en Chile durante los últimos días. (05 de septiembre de 2008). Recuperado el 04 de Abril de 2014, de La Tercera: http://www.latercera.com/contenido/27_47219_9.shtml

Terra.cl. (04 de febrero de 2014). Los juegos más populares de Facebook en 10 años. Recuperado el 11 de abril de 2014, de Terra.cl: <http://noticias.terra.cl/tecnologia/los-juegos-mas-populares-de-facebook-en-10-anos,e-5447930c6af3410VgnVCM5000009ccceb0aRCRD.html>

Universia España. (30 de septiembre de 2013). ¿Qué uso le dan los universitarios a las redes sociales? Recuperado el 05 de julio de 2014, de Universia: <http://noticias.universia.es/en-portada/noticia/2013/09/30/1052595/que-uso-dan-universitarios-redes-sociales.html>

Verdugo, C. (20 de agosto de 2006). Comunidades de “gamers” más que un juego. Recuperado el 08 de mayo de 2014, de El Observatodo: <http://www.elobservatodo.cl/admin/render/noticia/4687>

CREA
valpa

