

Estrategia de comunicación para que estudiantes de educación media superior conozcan el concepto y el proceso de conformación de la huella digital, sus posibilidades y riesgos

¿QUÉ ES LA HUELLA DIGITAL?

Es la representación mediatizada que se construye de un usuario mediante la recolección de sus datos al navegar en internet. Los líderes de la industria como Google, Amazon, Facebook y Apple, entre otros, recolectan gran cantidad de información que constituye el núcleo de su modelo de negocio.

Es un retrato digital que puede revelar una identidad genuina debido a la complejidad y amplitud de los contenidos registrados (perfiles públicos conscientes, búsquedas, contenidos publicados voluntariamente, información recolectada mediante distintos sitios a través de cookies, direcciones IP, historial de actividad y navegación, ubicación GPS, listas de amigos, etcétera).



EL PROBLEMA

Esta investigación tiene un interés específico en aquellos canales, sitios y aplicaciones de internet que recolectan información personal y datos sobre la navegación del usuario a fin de comprender el proceso de conformación de la huella digital y su impacto.

OBJETIVO GENERAL

Elaborar una estrategia de comunicación que permita al usuario objetivo comprender las implicaciones y consecuencias relacionadas con la conformación de la huella digital y que contribuya al ejercicio de una ciudadanía más informada y reflexiva.

OBJETIVOS PARTICULARES

- Comprender el proceso de conformación de la huella digital.
- Investigar las prácticas cotidianas del usuario objetivo (manejo de información).
- Informar al usuario objetivo las implicaciones y consecuencias de lo anterior.

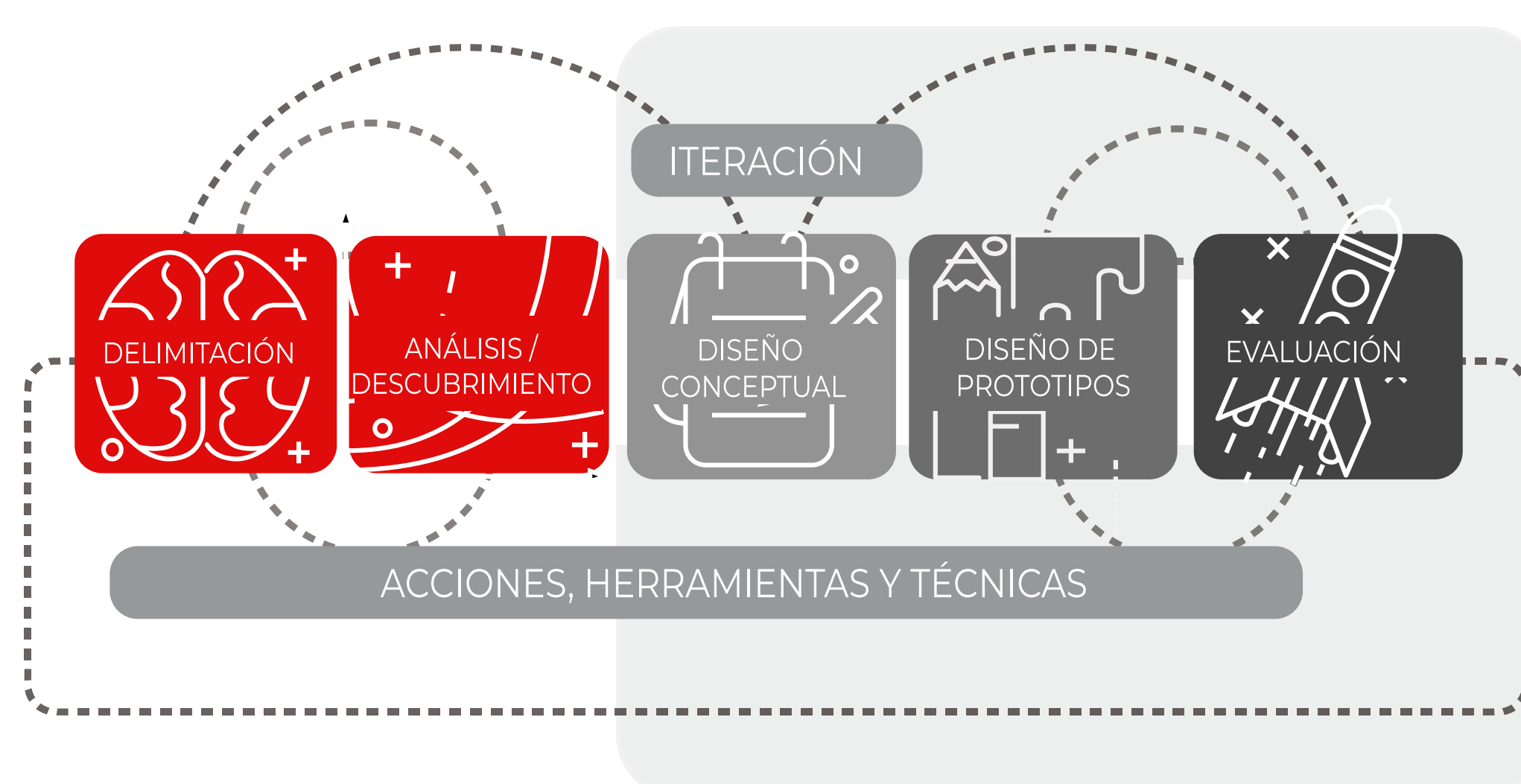
HIPÓTESIS

La estrategia de comunicación implementada para la transmisión de las posibilidades y riesgos de la conformación de la huella digital contribuirá a que los jóvenes estén adecuadamente informados y, debido a esto, puedan ejercer una ciudadanía digital reflexiva

CREACIÓN DE UNA METODOLOGÍA MIXTA

La presente investigación se fundamenta en el intercambio de saberes con la comunidad como vía para recopilar el conocimiento específico de los usuarios sobre la temática para concebir y desarrollar un producto comunicativo pertinente de forma multidisciplinaria.

Se eligió utilizar una metodología mixta, que se compone de conceptos y técnicas de disciplinas como Design Thinking, Investigación acción participativa (IAP) y del Diseño centrado en el usuario (DCU).



EL TRABAJO DE CAMPO Y LOS HALLAZGOS

EL IEMS CUAJIMALPA Y LOS JÓVENES DE LA COMUNIDAD

- Son Jóvenes entre 15 y 20 años.
- En promedio se conectan 7 horas diarias en internet
- Todos tienen teléfono inteligente.
- Los contenidos más atractivos para ellos son los videos, los memes y los tutoriales.
- Usan el Internet para buscar de información, como fuente de entretenimiento y como principal medio de comunicación.

¿CÓMO SON LOS JÓVENES DE LA COMUNIDAD DEL IEMS?

Los estudiantes del IEMS Cuajimalpa son vulnerables

La difusión del proceso de conformación de la huella digital es poca

Las formas narrativas tradicionales no son atractivas para nuestros usuarios

LA INTERDISCIPLINA

La línea de diseño de la interacción ha planteado desarrollar sistemas interactivos que muestren al adolescente cómo se da el proceso informático de recolección de datos.

La línea de estrategias de comunicación perfilará la propuesta pertinente para cumplir los objetivos planteados.

La línea de diseño de información creará los elementos visuales que permitan comunicar de manera atractiva el concepto propuesto.

Las tres disciplinas se han conjugado para desarrollar un trabajo holístico que permita visualizar la complejidad del fenómeno de la huella digital de manera comprensible.



Asesores:

Dra. Deyanira Bedolla Pereda
Dr. Erick de Jesús López Ornelas
Dr. Raúl Roydeen García Aguilar

Maestrandos:

Alejandra Mateos Gómez
Griselda Velázquez Villar
Berenice Sánchez Hernández
Jesús Manuel Campiña Roldán