



CYBERBULLYING

IMPACTO DE LAS REDES SOCIALES EN LA GENERACIÓN Z



Memoria para optar al Título Profesional de Diseño
Mención: Gráfico

JAVIERA CONSTANZA TRINCADO RIVAS

Profesor guía: Bernardo Sebastián Pagueguy Fenner

Santiago, Chile

2020

Índice

I. Introducción.....	4
I.I. Pregunta de Investigación.....	6
I.II. Objetivo principal.....	6
I.III. Objetivos secundarios.....	6
I.IV. Metodología.....	6
I.V. Instrumentos.....	7
I.VI. Glosario.....	8
ETAPA INVESTIGATIVA	
II. Generaciones.....	12
II.I. Generación X.....	15
II.II. Generación Y o Millennials.....	17
II.III. Generación Z.....	20
III. Redes sociales.....	24
III.I. Estructura de los medios.....	25
III.II. Contenido de medios.....	27
III.III. Línea de tiempo.....	28
IV. Impacto.....	34
IV.I. Riesgos.....	34
IV.II. Oportunidades.....	40
V. Contenido de consumo.....	46
V.I. Plataformas, marcas y publicidad...	46
V.II. Influencers.....	48
VI. Cyberbullying.....	54
VI.I. Impacto.....	54
VI.II. Cyberbullying en Chile.....	56
VI.III. Medidas.....	58
VII. Conclusiones (etapa investigativa).....	62

ETAPA PROYECTUAL

VIII. Acercamiento al diseño.....	68
VIII.I. Público objetivo.....	68
VIII.II. Referentes.....	69
VIII.III. Interpretación.....	69
IX. Proceso.....	72
IX.I. CCC.....	72
IX.II. Estructura.....	73
IX.III. Libreto.....	73
IX.IV. Storyboard y animatic.....	80
IX.V. Cuadros de estilo.....	82
IX.VI. Guión técnico.....	84
IX.VII. Animación.....	94
IX.VIII. Post-producción.....	96
X. Testeo.....	98
X.I. Grupos.....	98
X.II. Focus-group.....	100
X.III. Entrevistas.....	103
XI. Conclusiones (etapa proyectual).....	110
XI.I. Resultados.....	110
XI.II. Proyecciones.....	112
XII. Bibliografía.....	114
XIII. Anexo.....	122

I. Introducción

Vivimos en la época de la conectividad.

Una época en la que el desarrollo digital se ve en constante evolución y al alcance de la mano; una época en donde la conectividad no es sólo la norma, sino uno de los medios más populares —sino el más popular— para acceder a fuentes de información y contenido, vehiculado por la masificación digital. Vivimos en una época con herramientas de conexión inmediata y escasos límites para adentrarse en ella; una época donde tenemos acceso a todos, y todos tienen acceso a nosotros.

Este ambiente digital (coloquialmente llamado 'mundo virtual') es compartido activamente por miembros de al menos cuatro generaciones, influenciando notablemente en el segundo grupo generacional más joven: los Centennials o Generación Z. Este grupo se encuentra actualmente en su adolescencia y preadolescencia, y es el primero que no recordará un mundo sin conexión digital; un mundo en que la conectividad no es sólo parte recreativa de su crecimiento, sino una herramienta de formación y educación a lo largo de su vida.

Considerándose un impacto impulsado originalmente por la generación Millennial, nos encontramos en una realidad donde el mundo digital comienza a tomar importancia crucial para los jóvenes entre 5 a 24 años, de acuerdo a las cifras entregadas en la IX encuesta sobre Acceso y uso de Internet de la Subsecretaría de Telecomunicaciones (2017), 94% de ellos en Chile admiten tener alguna forma de conexión a internet. Con aristas positivas y negativas, la conectividad trajo consigo distintas plataformas que permiten hasta el día de hoy la navegación simultánea entre individuos, creando una conexión inmediata, que se presume 'permanente'. Estas platafor-

mas corresponden a lo que conocemos como redes sociales.

Si bien las redes sociales son compartidas por un catastro etéreo amplio, son finalmente las últimas generaciones quienes disponen de ella en su uso diario, siendo principales usuarios y generadores de información retroactiva. Las redes sociales (RRSS o SNS) corresponden no sólo a un medio concurrido, sino también a un ambiente con escasa moderación, dejando como consecuencia que dichas plataformas puedan prestarse tanto a modo de herramienta habilitadora de oportunidades, como para un comportamiento de carácter abusivo, como lo es el acoso, aislamiento, trastornos de ansiedad, entre otros. Una ramificación de estos riesgos que mantiene alarma en la actualidad es el cyberbullying (ciberacoso o acoso cibernético).

Este riesgo ha sido mediado por distintas entidades en los últimos años, desde agrupaciones gubernamentales hasta los mismos padres de las víctimas de acoso; sin embargo, como se menciona en el artículo *Cyberbullying: un problema real en el mundo virtual*: "Quiénes elaboran estas reglas, son principalmente adultos que, a veces, tienen una comprensión parcial de las dinámicas del mundo digital donde "habitan" sus estudiantes y no siempre son usuarios de las mismas herramientas que ellos, razón por la cual, tienen experiencias digitales completamente diferentes." (Garcés, 2018) volviéndolo un problema no sólo de mediación, sino de desinformación entre generaciones.

La investigación presente no sólo pretende abarcar los posibles efectos sociales y psicológicos que las redes sociales pueden provocar en los jóvenes nacidos entre 1995 y 2010, sino que detalla información sobre el funcionamiento detrás del llamado cyberbullying, en las distintas plataformas en las que se desenvuelven, y sus potenciales soluciones sugeridas por distintas entidades que han pretendido abordar el tema.

A través de este análisis será posible, en primera instancia, estudiar la influencia de los medios de comunicación digitales y redes sociales interconectadas en la Generación Z: qué los define, cuáles son sus modelos a seguir, en qué se diferencian de sus antecesores, cuál es su influencia en su desarrollo formativo tanto social como psicológico; y junto a esto, informar de manera más comprensible sobre ellas, con el objetivo de exponer sus consecuencias y proyectar a un entendimiento entre jóvenes y adultos, con el objetivo de reducir en desentendimiento de esta brecha generacional. En segunda instancia, comprender más allá las mecánicas y riesgos que presenta el cyberbullying en la vida de una generación que se encuentra en un período muy vulnerable a nivel social. En tercera, dar a conocer las técnicas en las cuales el diseño puede ayudar a traducir, informar y dar a conocer información relevante, haciendo una conexión directa entre emisor y receptor, asegurando su comprensión.

1.1 Pregunta de investigación: ¿Cuál es el impacto de las redes sociales sobre la Generación Z con relación al Cyberbullying?

1.2 Objetivo principal: Exponer las mecánicas e impacto del Cyberbullying en la Generación Z y su desenvolvimiento a generaciones mayores, para su prevención.

1.3 Objetivos secundarios:

- Identificar qué elementos que influyen en el desarrollo formativo social de la generación Z.
- Diferenciar los aspectos característicos de la Generación Z de sus generaciones antecesoras
- Establecer el panorama actual de la conectividad digital para dicha generación.
- Exponer la información antes mencionada de una forma comprensible y fácilmente interpretable para las generaciones mayores.
- Definir el funcionamiento de las plataformas sociales como herramientas de retroalimentación.
- Proyectar soluciones y prevención.

1.4 Metodología: Mixta.

Cualitativa.

La investigación se lleva a cabo priorizando tanto el aspecto cualitativo de la información como el cuantitativo, esto debido a la importancia de las fuentes teóricas en la psicología y sociología con relación al objeto de estudio, pero manteniendo en cuenta las cifras de dicha irregularidad. También se toma en cuenta los estudios de comportamiento en relación a la temática, ya que el desenvolvimiento psicológico es de mayor interés a la cantidad de resultados analizados.

Cuantitativa.

Se tomarán en cuenta también aspectos cuantitativos en torno a datos duros basados en lo que las distintas fuentes den a conocer con respecto a la comunicación digital en Chile, mayoritariamente a un ambiente social en torno a la Generación Z.

1.5 Instrumentos

1.5.1 Análisis de documentos: El análisis de documentos es la base de la investigación histórica y el fundamento de toda investigación que pretenda estar incluida en la realidad del momento en que se desarrolla. Se procede mediante el tipo de análisis interno (se analiza el contenido del texto (calidad y veracidad)).

1.5.2 Estudio de casos: Técnica de base cualitativa en el que se realiza una indagación y búsqueda profunda y sistemática sobre un caso concreto, en esta instancia, sobre el contenido consumido por la Generación Z.

1.5.3 Entrevistas: Serie de preguntas realizadas a estudiantes, profesores, profesionales de la educación, psicólogos y padres en base a la investigación.

1.5.4 Focus-group: Grupo focalizado a estudiantes, profesores, profesionales de la educación y padres en base a la investigación en la cual se pone a prueba el producto final.

1.6 Glosario

- **Conectividad:** Capacidad de mantener una conexión y relación (virtual, digital, etc) no directa entre emisores y receptores.

- **Generación:** Una generación es definida por la RAE como un conjunto de personas que, habiendo nacido en fechas próximas y recibido educación e influjos culturales y sociales semejantes, adoptan una actitud en cierto modo común en el ámbito del pensamiento o de la creación. Las generaciones tratan de grupos semejantes, que experimentan el pasar temporal en conjunto y son formadas bajo los mismos hechos y contingencias de su lugar de origen. “La unidad de una generación no consiste principalmente en un vínculo social del tipo que conduce a la formación de un grupo concreto, aunque a veces puede suceder que un sentimiento por la unidad de una generación se desarrolle conscientemente en una base para la formación de grupos concretos, (...) con la única característica distintiva de que la formación de grupos se basa en la conciencia de pertenecer a una generación, en lugar de en objetivos definidos.” (Mannheim, 1952); en este caso, se distingue a una generación como un grupo consciente en compartir espacios temporales y empatizar con distintos hechos que marcaron a cada una. La visión del mundo en temas religiosos, políticos y sociales tienden a colindar en integrantes de una misma generación, y oponerse a las anteriores.

- **Generación Z, GenZ o Centennials:** Generación nacida entre 1995 y 2010, compuesta de niños, adolescentes y pre-adolescentes, con años de edad actuales entre 6 y 23 años. Se considera la generación “nativa” de internet, pues la gran mayoría ha crecido con el acceso a éste y se predice ser la primera generación que no recordará un mundo sin medios sociales. (ver 2. Generaciones)

- **Generación Y o Millennials:** Generación nacida entre 1980 y 1994, compuesta por adultos y adultos jóvenes, con años de edad actuales entre 24 y 39 años. Se considera la generación de grandes cambios culturales, así como también una generación altamente narcisista y asertiva. (ver 2. Generaciones)

- **Generación X o Xers:** Generación nacida entre 1965 y 1980/85, compuesta por adultos en su totalidad, con años de edad actuales entre 40 y 54 años. Se considera una gran cantidad de ellos como padres de la generación Z. Fue una generación breve y reducida en comparación a la que le antecede y sucede. (ver 2. Generaciones)

- **Latchkey o Juventud Latchkey:** la palabra latchkey, puede ser traducida al español como “llave de la puerta”. El concepto se refiere a una generación o grupo en su infancia y adolescencia, caracterizados por tener una formación fuera de casa, sin una supervisión tan marcada como las generaciones siguientes.

- **Medios sociales:** Los medios sociales corresponden a todos los instrumentos digitales vigentes y sus respectivas plataformas que permiten la conexión virtual no-física entre personas identificadas como “usuarios”.

- **SNS o Redes sociales:** Una estructura capaz de comunicar entre sí a personas o instituciones. A través de ellas se pueden establecer relaciones que creen grupos o comunidades con intereses comunes. Plataformas actuales (sitios web y aplicaciones) como Facebook, Snapchat, Instagram, etc.

- **Metaverso:** Los metaversos son entornos donde los humanos interactúan social y económicamente como iconos, a través de un soporte lógico en un ciberespacio, el que actúa como una metáfora del mundo real, pero sin las limitaciones físicas o económicas allí impuestas.

- **iOS:** iOS es un sistema operativo móvil de la multinacional Apple Inc. Originalmente desarrollado para el iPhone (iPhone OS), después se ha usado en dispositivos como el iPod touch y el iPad. No permite la instalación de iOS en hardware de terceros.

- **PIU:** O Problematic Internet Use (uso problemático de internet) se refiere a los parámetros de dependencia a la tecnología, medios sociales y digitales. Los límites generalmente siendo sobrepasados por un uso excesivo de éstos.

- **PSI:** O Perceived Social Isolation (aislamiento social perci-

bido) se refiere a la autoevaluación en los niveles de soledad o aislamiento que un a persona puede experimentar en exposición a cierto elemento. Las plataformas de medios sociales, comúnmente utilizadas por los adultos jóvenes, pueden fomentar el aislamiento social.

□ **Smartphones:** También llamado “teléfono inteligente” es un tipo de ordenador de bolsillo que combina los elementos de una computadora con los de un teléfono móvil.

□ **Trolling:** Jerga que describe la acción de publicar mensajes provocadores, irrelevantes o fuera de tema en una comunidad en línea, como pueden ser un foro de discusión, sala de chat, comentarios de blog, o similar, con la principal intención de molestar o provocar una respuesta emocional negativa en los usuarios y lectores.

□ **ADD y ADHD:** La abreviatura ADD proviene de la siguiente denominación “Attention Deficit Disorder” traducido al español como “trastorno por déficit de atención”. Y por otro lado tenemos las siglas ADHD que hacen referencia a la siguiente clasificación “Attention Deficit and Hyperactivity Disorder” y cuya traducción sería “trastorno por déficit de atención con hiperactividad” .

□ **Usabilidad:** Jakob Nielsen (2012), define la usabilidad como “un atributo de calidad que evalúa la facilidad de uso de las interfaces de usuario. La palabra “usabilidad” también se refiere a métodos para mejorar la facilidad de uso durante el proceso de diseño.”.

□ **Ads, o publicidad en línea:** Se refiere a la publicidad visual y audiovisual contemplada alrededor de la Web 2.0 en todo tipo de plataformas de redes sociales.

□ **Meme o meme de internet:** “El término meme de internet se usa para describir una idea, concepto, situación, expresión o pensamiento, manifestado en cualquier tipo de medio virtual, cómic, vídeo, audio, textos, imágenes y todo tipo de construcción multimedia, que se replica mediante internet de persona a persona hasta alcanzar una amplia difusión” (Martínez, 2014)

ETAPA INVESTIGATIVA

II. Generaciones

Para referirnos a la generación de hoy, primero se debe delimitar qué es lo que la define, la separa, la contrasta del resto. La visión de una generación puede abordarse a un punto internacional tanto como local; debido a la globalización, la fina línea que las divide cada día parece ser más difusa. Es éste el caso de la generación Z que, de acuerdo a Oros en 2018 asegura que “los millennials chilenos son sólo un 30% similares al estadounidense” y anuncia también que “esta cifra aumenta en cuanto a los Centennials”.

(Oros, 2018)

Habiendo planteado el escenario en el que se desenvuelven, también es necesario destacar que la Generación Z no está aislada de sus antecesoras, sino que conviven en distintos aspectos de sus vidas. Siendo la Generación X el rango etéreo de sus padres, y Generación Y o Millennials, los antecesores directos y detonantes de muchas de las revoluciones que los GenZ vivieron durante su infancia hasta su actual adolescencia.

Tabla de Generaciones
(estadounidense)

Generación	Desde	Hasta	Edad mínima	Edad máxima
Generación X	1965	1980	39	54
Millenials o Generación Y	1980	1994	25	39
IGen, Gen Z o Generación Z	1995	2012	7	25

Basado en Fry, R. (2018). Millennials expected to outnumber Boomers in 2019. Pew Research Center tabulations of U.S Census Bureau population projections released December 2014 and 2016 population estimates. Pew Research Center

Estas generaciones fueron delimitadas durante el 2016 por el departamento de Salud y Servicios Humanos Estadounidenses, y refieren a los sectores de la población inmersos en una de las revoluciones más próximas a sus respectivos periodos: la Era de la Información o Era Digital, ocurrida durante la infancia y adolescencia. Ésta es una era en que el flujo de información digital se volvió más rápido que el flujo de movimiento físico, esta última con artefactos como la telefonía, televisión, pero que no explotó hasta la fundación del internet global.

Tabla de Generaciones
(chileno)

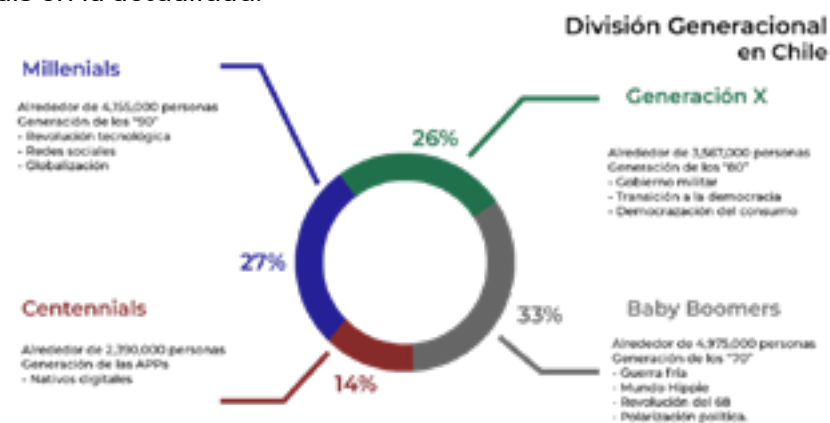
Generación	Desde	Hasta	Edad mínima	Edad máxima
Generación X	1968	1983	36	58
Millenials o Generación Y	1984	1997	22	36
Centennials o Generación Z	1998	2005	14	22

Basado en Cadem. (2018). El Chile que viene. 24 de Noviembre de 2018, de Cadem.

Por otro lado, un estudio realizado por Cadem (2018) señala que la realidad en Chile tendría también sus propias marcas y diferencias al resto del mundo, mencionando que “existen diferencias entre las marcas que son relevantes para las distintas generaciones: Para los más jóvenes (Generación Z y Millennials) tienen relación con tecnología y el deporte, mientras que para las generaciones mayores (Generación X y Baby Boomers) la tecnología es importante, pero también se suman marcas de retail y consumo masivo.” En este estudio podemos ver la brecha generacional entre uno y otro grupo, enfatizando la importancia de la tecnología para la generación más joven.

Por otro lado, la siguiente publicación de Cadem (2019) indica que “al evaluar las redes sociales utilizadas es interesante notar la penetración que está teniendo Instagram, mientras que Facebook va a la baja, especialmente entre los jóvenes (tanto Millennials como Generación Z). Si bien Facebook sigue presente como la principal red social entre las generaciones X y Baby Boomer, entre los más jóvenes Facebook está teniendo solo un rol informativo, uso que comparte con Twitter. Para todos los demás usos, Instagram logra satisfacer las necesidades de la generación Z.” Marcando a cada generación como un grupo bastante involucrado en distintas plataformas digitales sociales, variante según su edad, pero constante en consumo.

De acuerdo a este estudio, las diferencias etáreas entre generaciones son un poco más estrechas, más jóvenes, proponiendo a la generación Millennial como la segunda más numerosa en el país en la actualidad.



Basado en Cadem. (2018). El Chile que viene. 24 de Noviembre de 2018, de Cadem.

Si bien se puede asumir que la población chilena tiene predominio a las generaciones mayores, no hay duda que los Millennials serán los responsables de enmarcar la realidad laboral y social para la generación que le sucede, debido a su gran número y características propias del grupo a detallar en las siguientes secciones:

2.1 Generación X: De acuerdo a lo planteado por Ulrich y Harris (2003), “el término generación X ha sido utilizado a lo largo de la historia para referirse a la juventud alienada. Fueron estereotipados como una generación de ‘holgazanes’: sin dirección, desmotivada y más interesada en la cultura pop durante su adolescencia y primera adultez”.

Otros postulados, como el descrito en 2008 por Tolbize plantea que “miembros de la Generación X (...) crecieron en un período de inseguridad financiera, familiar y social. (...)Crecieron con un mercado de trabajo estancado, reducción de empresas, y movilidad salarial limitada, son los primeros individuos de los que se predijo ganarían menos que sus padres.” Se habla de una generación más limitada en sus oportunidades que la que la antecede, aludiendo a la situación en la que se encontraban sus padres y/o guardianes. Una generación ligada al terreno gris en cuanto a seguridad financiera.

Tolbize (2008) se plantea también que “han crecido en hogares donde ambos padres trabajan, o en un hogar monoparental debido a las altas tasas de divorcio, y como tal, se convirtieron en niños de latchkey obligados a valerse por sí mismos. Fueron influenciados por MTV, la propagación del sida y la competencia mundial.”

Al hablar de las cualidades que distinguen a estas generaciones que otras, es posible señalar que “entre las características atribuidas a la generación X, las siguientes cualidades aparecen con mayor frecuencia: Aspiran más que las generaciones anteriores para lograr un equilibrio entre el trabajo y la vida personal.

Son más independientes, autónomos y autosuficientes que las generaciones anteriores, habiendo crecido como niños autovales. ” (Tolbize, 2008)

En cuanto al comportamiento entre la generación X, es posible representar su desenvolvimiento como un grupo altamente social, despreocupado, y, con mayor libertad que sus antecesores, marcando un quiebre en la interacción obtenida de las tecnologías recién desarrolladas en su adolescencia.

Un factor iniciado por la generación X que repiten las generaciones sucesoras, primordial para este estudio, es que la conectividad con sus pares generacionales es sustancial para su día a día, tanto para hacerse en conocimiento del mundo que les rodea, sino para estructurar la base de su ambiente social. (Un ejemplo de ello sería la importancia de puntos de encuentro, la revolución de MTV e importancia de la televisión, la masificación de las primeras consolas de videojuego, así como los trends o tendencias llevadas en la época).

Fueron la primera generación en tener acceso ‘temprano’ y adaptable a la tecnología considerable como pionera en redes sociales, a comparación de cómo las conocemos hoy.

Así es como representa esta realidad en un lenguaje satírico y ligero Kevin Smith, en una de las piezas audiovisuales clásicas de culto de la época: el filme Mallrats (1995). Smith, siendo considerado muchas veces como ‘la voz’ de la generación X americana, ha mencionado con respecto a dicha generación que “se siente como si a nuestra generación se le hubiera dado esta extraña suspensión de diez años para su ejecución, es decir, no tienen que convertirse en adultos necesariamente. La generación de mi padre, no había vuelta que darle: Conseguías un trabajo, tenías una familia y mantenías a esa familia.”(Smith, 2010); por otro lado, el actor y director Edward Burns (2010), asegura que “Nuestras vidas giraron en torno a la diversión, y creo que cuando has estado haciendo eso durante diez o quince años, la idea de renunciar es difícil. Si no tienes hijos, es probable que no reconozcas la ventaja”, mencionó, en intención de explicar cómo

funciona la mentalidad de su propia generación.

Por otro lado, existe una predominancia de la generación X entre los padres de la generación Z, y su influencia es relevante no sólo en la la formación de esta generación adolescente, sino en el panorama actual en el que se desenvuelven las siguientes tres generaciones. Los miembros de esta generación han sido formados como individuos más independientes, más capaces de formar sus propios núcleos, familias e ingresos, a decidir por su futuro y el de sus hijos. Frente a la información rescatada, se deduce que son personas más dispuestas a decidir por la unidad familiar que no tuvieron en su época.

Algunos eventos acontecidos durante la época de infancia, adolescencia y comienzos de esta generación en Chile, como se menciona arriba, son el gobierno militar, la transición a la democracia, y la democratización de la consumo.

Esto significa que la generación X vivió en un periodo de cambios, un panorama inestable en los que la democracia daba paso a un cambio de panorama al vivido anteriormente. “La privatización de distintos estamentos así como bienes de consumo, provocaron un pasar muy distinto al de los baby boomers, cambiando así también, la mentalidad de sus integrantes en un ambiente tanto social, como económico. Son una generación que se supone emprendedora” (Tolbize, 2008)

2.2 Generación Y o Millennials: En variados casos, podemos encontrar a los Millennials ser referidos como una generación individualista, de acuerdo a Sinek (2016), se refiere a esta generación de forma crítica, como un “producto de malas estrategias de crianza, en donde se sobrevalora su individualidad, haciéndoles sentir especiales y merecedores de elogios aún cuando no lo han ganado, chocando rápidamente con la realidad que no es así y terminando por crear una generación con peor autoestima que generaciones anteriores”

Por otro lado, los millennials son una generación marcada en revoluciones modernas, es la generación que marca el mundo en el que los GenZ se están formando actualmente, son un grupo marcado por sus propias luchas, por su diversidad y por hacerse hacia la diferenciación de sus padres. Un estudio sobre su emprendimiento en torno a esta generación afirma: “La revolución digital les ha dado más poder a los jóvenes. Los sistemas políticos también están cambiando para adaptarse a las nuevas formas de organizarse y de difundir las opiniones, pero de nuevo el contexto es determinante. Y los millennials no son un grupo homogéneo. Entre ellos, como ya hemos apuntado, existen las diferencias claras de toda la vida: género, clase, nivel cultural, raza, etcétera.” (López-Villanueva et al, 2017)

De esta forma, comenzamos a diferenciar poco a poco las cualidad que les son atribuidas de manera global a esta generación: individualista, intitulado, formadas bajo métodos inestables de crianza; pero, a su vez, empoderada, emprendedora y con mentalidad de cambio.

Los millennials también pueden definirse como una “generación ha sido formada por los excesos de paternidad, computadoras y dramáticos avances tecnológicos. Uno de los más frecuentes características reportadas de esta generación es su comodidad con la tecnología.”(Tolbize, 2008) Si bien no son la primera generación en tener acceso a los apresurados avances tecnológicos, si son los que se han adaptado más rápido a ellos, sabiendo manejar las plataformas virtuales para sus propios intereses y creencias.

Tolbize (2008), en el mismo postulado también señala que “en general, la Generación Y comparte muchas de las características de los Xers. Se ha supuesto que valoran el trabajo en equipo y la acción colectiva, abrirse a la diversidad, ser optimistas, y adaptables al cambio. Además, buscan flexibilidad, son independientes, desean una vida más equilibrada, (...) y son los más altamente generación educada. (...) Han sido caracterizados como exigentes, y como la generación más segura de sí misma.”, y bien pu-

eden considerarse estos aspectos sus cualidades más características en torno al recibimiento general de este grupo.

Podemos atribuir la alta educación de los Millennials a un mayor acceso a la información, a mayores posibilidades a nivel de redes que los que sus antecesores obtuvieron durante su adolescencia, permitiéndoles ser más asertivos a la hora de presentar sus opiniones y defender su posición en distintos temas de contingencia social. (religiosos, económicos, medioambientales, etc)

Los millennials han sido reconocidos de igual manera por ser una generación activa a la hora de perpetuar sus creencias e identidad. De acuerdo a una encuesta publicada por GLAAD (2017), se descubrió que al menos un 20% de la generación se identifica como parte de la comunidad LGBTQ, señalando que “Es significativamente más probable los Millennials se identifiquen abiertamente como LGBTQ que las generaciones anteriores. Esto podría ser atribuido a entornos de aceptación cada vez más crecientes, en los que para muchas personas, el rechazo familiar es menos frecuente, la seguridad laboral corre menos riesgo, y la seguridad general es menos preocupante a la hora de definirse LGBTQ.”

Por otro lado, existen movimientos liderados por esta generación que —si bien ha existido a lo largo de la historia de forma permanente—, ha tenido un alto auge en nuestros días, como para ser parte esencial de la percepción de la misma generación, movimientos que caracterizan su identidad. Un ejemplo de esto es el movimiento feminista y la igualdad e identidad de género.

En la actualidad, y a la hora de percibir el mundo que los rodea, esta generación está acertadamente definida como una generación de consumo de contenido (aunque no la principal, como su sucesora). Ramírez (2017), publicista y estratega digital millennial, define por sí misma a la generación de la que es parte, asegurando que “los millennials tienden a consumir noticias, todos los días, desde sus smartphones. La generación que odia la política quedó atrás. Esa generación negra crítica-amarga-pasiva es mal vista. Ahora se renueva y empodera, para bien y para mal, pero nos alejamos un poco de ese consumismo egoísta y vanidoso, nos acercamos a una lucha colectiva.”

Visto desde el punto de vista nacional, como se mencionó anteriormente, los millennials chilenos han sido definidos sólo como un 30% similar al americano; manteniendo similitudes generacionales como el interés por viajar para buscar experiencias, y el punto de vista del trabajo como una herramienta para la libertad. Buscan espacio, áreas comunes, piensan en su núcleo. “Se sube a una causa”, es decir, es bien visto para esta generación sumarse a distintas luchas minoritarias y movimientos paradigmáticos. Es la primera generación cosmopolita, asegura Oros (2018).

2.3 Generación Z: Con otros nombres como iGen, GenZ, Centennials o Post-millennials, la generación Z se ha descrito de forma reiterada como una generación individualista, más tolerante, que toman más riesgos y más arraigados a la interacción virtual por sobre la real. Anteponiéndose al nombre de la generación, Prensky (2001) se ha adelantado a definirlos como ‘nativos digitales’, una de las primeras generaciones en tener acceso generalizado a Internet a temprana edad.

Desde el nacimiento de los primeros GenZ (entre 1995 y 1998), se predijo que la generación sería más trabajadora y propensa a la ansiedad que los Millennials, debido a haber crecido en un mundo post recesión. Un artículo basado en los estudios hechos por Twenge (quien los nombra como iGen) señala que “las creencias sociales y políticas de la iGen también desafían las expectativas. En comparación con las generaciones anteriores cuando eran jóvenes en estas encuestas nacionales, es más probable que iGen apoye los derechos del aborto, el matrimonio entre personas del mismo sexo y la legalización de la marihuana, y menos probabilidades de apoyar la pena de muerte, generalmente consideradas creencias liberales.” esto comprueba que la generación Z están siendo fuertemente influenciados por el mundo que los Millennials han moldeado por sus respectivas creencias y movimientos que apoyan; la diferencia entre sus predecesores y ellos es la decisión de creencia en estos aspectos; es decir, si bien los Millennials han decidido abogar por estos principios, los Centennials han crecido en un ambiente donde esto es una re-

alidad, donde el panorama ya se ha presentado en pos de ganar derechos o cambiar paradigmas prácticamente desde su infancia.

En el artículo mencionado anteriormente también se señala “también es menos probable que apoyen el control de armas, el cuidado de la salud nacional y la regulación ambiental del gobierno, generalmente consideradas creencias conservadoras.” (Twenge, 2017) esto en relación al grupo estadounidense Z; pues, en un ambiente donde todo es mediatizado, compartido y masificado, los GenZ son vulnerables a tener opiniones al respecto en relación a los acontecimientos que han presenciado, vivido y oído de sus padres; en el caso estadounidense, los tiroteos en escuelas y terrorismo respectivamente, son ejemplos claros de esta postura.

Por otro lado, tenemos la visión de la generación Z chilena, los cuales son descritos por Christian Oros (2018) bajo el concepto de dream makers, es decir, jóvenes que trabajan en pos de sus sueños e ideales; también los dos define como una generación “muy pragmática, aterrizada, con los pies sobre la tierra”. Son un grupo que apunta hacia la independencia económica, puesto que ha crecido con diferentes crisis económicas (como la crisis del 2009).

También plantea que el ahorro es mucho más relevantes en los centennials que para los millennials.

No tarda en hacer vínculos también con quienes llamamos la Generación X o “generación de los ‘80” (en el caso chileno), pues es posible prever que existe mucha similitud entre una generación y la otra, “un 70% ven series de televisión en conjunto a su familia, son menos rebeldes. (...) Tienen preocupación por la seguridad (económica), (...) en el trabajo buscan la estabilidad” asegura Oros (2018).

En el caso chileno, nos encontramos con un grupo que apunta hacia la preferencia de mantener una posición continua, un puesto de trabajo por sobre otras oportunidades laborales.

También se han propuesto como una generación urbana, con más afinidad a la ciudad que a sus alternativas. En 2018, Oros también los definió como una generación más social, gregaria, más enfocada en la comunidad; como “la generación consciencia”, un grupo que nace en la causa (que su conciencia social ya viene predispuesta a la ruptura de paradigmas). Los centennials son más exigentes que los millennials, pues tienen más acceso a la información.

Estas preocupaciones por el futuro bien pueden atribuirse a los algunos acontecimientos ocurridos durante la época de su infancia, a los que se vieron expuestos de forma directa o indirecta. Se postula que “en Chile, a inicios de los noventa, con el retorno del régimen democrático, se inicia una nueva etapa y una consiguiente nueva orientación en materia de estrategia de políticas sociales. Emergen nuevos temas y prioridades en el enfoque político del emergente Estado democrático, especialmente en la temática de pobreza y desigualdad.” (Alfaro & Zambrano, 2009). La brecha en ambas posturas, que se veían difusas en la transición de las dos generaciones anteriores, se ven ahora bastante claras para el tiempo en que se creó esta brecha generacional. Para los centennials, temáticas como la inclusión, la desigualdad y la lucha de minorías son comunes, normativos de su día a día.

Alfaro y Zambrano (2009) también mencionan que “cobra relevancia una lógica de focalización selectiva de las políticas sociales,(...) como sectores sociales prioritarios para la política social (etnias, género, discapacitados, jóvenes, adultos mayores, infancia) y en la creación de distintas instituciones dedicadas a generar políticas para estos grupos”, lo que apoya de igual modo el argumento sobre la alta conciencia social y exigencia de este grupo a la hora de enfrentar problemáticas de esta índole.

Por otro lado, la generación Z creció con diversas estructuras familiares, una mezcla más variada de grupos étnicos y roles de género menos definidos. La forma que tienen para desenvolverse en su núcleo es distinto, puesto que “es la primera generación en pasar toda su adolescencia en la era del smartphone. Con las redes sociales y los mensajes de texto reemplazando otras actividades, iGen pasa menos tiempo con sus amigos en persona, quizás por qué están experimentando niveles sin precedentes de ansiedad, depresión y soledad.” (Twenge, 2018)

A medida que los años avanzan, como ha mencionado Oros (2018), las generaciones van pareciéndose más a sus coetáneas en otras partes del mundo, y es por eso que sus distintas formas de representación pueden hacer un buen panorama de la realidad actual. Un ejemplo de ello es la certera imagen que describe el filme *Eighth Grade* (2018), dirigido por el ex comediante Bo Burnham; en la cual puede verse una radiografía de la vida y experiencias que la generación Z lleva en el día a día con su entorno; puede apreciarse en específico la dependencia de redes sociales para la comunicación diaria con pares, así como la importancia que la tecnología digital tiene cuando se trata de desenvolverse socialmente.

En contraste, la generación Z se demuestra en la actualidad de forma más incierta a su antecesora, más vulnerable a la presión de grupo, como resultado de su edad y el hecho que una gran parte de su exposición social se traduce en plataformas digitales. Podemos encontrar en la visión de este director una mirada totalmente distinta a la señalada por Twenge; pues, citando las propias palabras de Burnham (2016), “la mayoría descubrimos que a nadie le importa lo que pensamos (en redes sociales), así que seguimos a ‘artistas’ en masa. Somos los pocos (artistas) que hemos encontrado una audiencia, (...)y se supone que debo decir a mi audiencia ‘sigue tus sueños, porque esto es una meritocracia’ y no lo es. Tuve una vida privilegiada, tuve suerte y aún así soy infeliz. Dicen que ésta es la “generación yo”, y no es así. La arrogancia se enseña, se cultiva, es consciente de sí misma” propone, encontrándonos una realidad que contrapone a la mencionada anteriormente por Twenge; alegando así que la estrecha relación tecnológica con la identidad generacional tiene un trasfondo mucho más asociado al modo en que esta identidad ha sido ‘creada’ para actuar en dichas tecnologías.

En 2016, Burnham también señala que “las redes sociales son la respuesta del mercado a una generación que demanda expresarse, el mercado dijo ‘tomen: expresen todo, unos a otros, todo el tiempo y sin razón’. (Las redes sociales) son una prisión, es horroroso, es artista y audiencia mezclados, ¿qué más queremos acostarnos en la cama al final del día y ver nuestra propia vida como un espectador satisfecho”.

III. Redes sociales

El vínculo entre las generación Z y los medios sociales es indiscutible; la existencia de estos medios ha sido no sólo parte de su formación durante su evolución, sino que ha llevado un desarrollo conjunto desde sus inicios, al punto de parecer indispensable para la vida de los Centennials.

Por ello, para definir las redes sociales, su funcionamiento y estructura, es vital en el entendimiento de la relación entre ambas. En 2011, Kietzmann et al. señalaron que “las redes sociales son tecnologías interactivas mediadas por computadora que facilitan la creación y el intercambio de información, ideas, intereses profesionales y otras formas de expresión a través de comunidades virtuales y redes.”

Para hablar de redes sociales, no podemos evitar mencionar al usuario, en este caso refiriéndose directamente a un usuario perteneciente a una de estas plataformas y la limitaciones que las mismas involucra, así como la relación del mismo usuario en su adaptación e integración de redes sociales a su rutina.

3.1 Estructura de los medios

Existe una serie de funcionalidades para la cual los medios sociales interactúan con el entorno, estructurado al usuario. Los autores Kietzmann, Hermkens, McCarthy y Silvestre (2011) se plantean siete bloques funcionales de los medios sociales, donde “cada bloque nos permite desempaquetar y examinar una faceta específica de la experiencia de los usuarios de redes sociales, y sus implicaciones para las empresas. Estos componentes no son mutuamente excluyentes, ni tienen que estar presentes en una actividad de redes sociales. Son construcciones que nos permiten dar sentido a cómo se pueden configurar los diferentes niveles de funcionalidad de las redes sociales.”

Primero, se define a la identidad como centro de la funcionalidad, es la extensión donde los usuarios se revelan a sí mismos. Rodeándola, encontramos una serie de componentes que estructuran la funcionalidad de los medios sociales (Kietzmann et al, 2011):

- Presencia: La extensión en que los usuarios saben si otros están disponibles.
- Relaciones: Extensión en la que los usuarios establecen una conexión (empatizan) entre ellos.
- Reputación: Extensión en la que los usuarios conocen la posición social de otros y su contenido.
- Grupos: Extensión en la que los usuarios se ordenan y forman comunidades.
- Conversaciones: Extensión en que los usuarios se comunican entre sí.
- Intercambio de información: Extensión en la que los usuarios intercambian, distribuyen y reciben contenido.



Basado en They honeycomb of social media por Kietzmann, J.; Hermkens, K.; McCarthy, I & Silvestre, B. (2011). "Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media". Business Horizons, 54(3), 241-251

Por otro lado, tenemos las implicancias de la cada funcionalidad, en la que la identidad se revela con controles de privacidad y herramientas para que el usuario pueda auto-promoverse.

Estas implicaciones pueden encontrarse también en sus aristas, donde el usuario es capaz de controlar variables de forma limitada:

- **Presencia:** Crear y manejar la realidad, intimidad y inmediatez del contexto.
- **Relaciones:** Manejar la estructura y propiedades de flujo en una red de relaciones.
- **Reputación:** Monitorear la fuerza, pasión, sentimiento y alcance de usuarios y marcas.
- **Grupos:** Reglas de membresía y protocolos.
- **Conversaciones:** Velocidad de conversación, y riesgos de comienzo y unión.
- **Compartir:** Sistema de manejo de contenido y gráfico social.

Teniendo en cuenta lo anterior, es posible adentrarse en la estructura de una plataforma o red social, basándose en sus cimientos y usabilidad, tanto como lo que puede resultar atractivo para el usuario en ella.

3.2 Contenido de medios

Otra forma de analizar las redes sociales, es bajo lo planteado por Kaplan y Haenlein (2010), quienes entienden las redes sociales como "un grupo de aplicaciones en base a Internet que construyen los cimientos ideológicos y tecnológicos de la Web 2.0, y que permiten la creación e intercambio de el contenido generado por el usuario"

Clasificación de Medios Sociales por presencia social

	Presencia social/ Riqueza del medio			
	Baja	Medio	Alta	
Auto revelación / auto presentación	Alta	Blogs	Sitios de redes sociales (ej. Facebook)	Mundos virtuales Sociales (ej. Second Life)
	Baja	Proyectos colaborativos (ej. Wikipedia)	Comunidades de contenido (ej. Youtube)	Juego de mundo virtual (ej. World of Warcraft)

Basado en Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010, 01). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. Business Horizons, 53(1), 59-68.

Este postulado refiere a la importancia de la información e inversión de sí mismo en los distintos tipos de medios sociales, ejemplificando la separación entre lo que se comunica y lo que se requiere para mantener presencia en la plataforma correspondiente; es decir, no sólo que la presencia de información personal es parte de la experiencia en estos medios, sino que es lo que mueve a la plataforma y su estructura.

Se señala que "usualmente, la presentación se hace a través de la auto-revelación; es decir, la revelación consciente e inconsciente de información personal (por ejemplo, pensamientos, sentimientos, gustos, disgustos) que son consistentes con la imagen que uno intenta proyectar." (Kaplan y Haenlein 2010)

argumentando que distintas cantidades de información personal son necesarias para mantener el medio en funcionamiento, a menor información, la presencia en línea se vuelve más impersonal.

No es la única arista, pues la presencia social, entendiéndose en este caso como la capacidad de socialización disponible en cada plataforma, también representa una parte importante para mantener al usuario en un constante estado de 'conectividad'. Como señalan ambos autores: "La auto-revelación es un paso crítico en el desarrollo de relaciones cercanas, pero también puede ocurrir entre completos extraños", es decir, no es necesaria una relación estrecha para provocar el intercambio." Esto, aplicado al contexto de los medios sociales, asume que la segunda clasificación (presencia social) puede ser hecha basada en el grado de auto-revelación (información personal) que requiere y el tipo de presentación que permite." (Kaplan y Haenlein 2010) volviéndose tanto directa como inversamente proporcional según la naturaleza del servicio.

3.3 Línea de tiempo

La siguiente línea de tiempo enlista los hitos que hicieron posible

- 1998
- Blogger: Blogger es un servicio creado por Pyra Labs y adquirido por Google en el año 2003, que permite crear y publicar una bitácora en línea. Para publicar contenidos, el usuario no tiene que escribir ningún código o instalar programas de servidor o de scripting.
- 1999
- Livejournal: Livejournal fue una red social construida a partir de blogs en constante actualización. Livejournal promovía a los usuarios "seguirse" unos a otro y a crear comunidades para interactuar entre sí a partir de sus intereses.
- 2000
- Habbo: Anteriormente llamado Habbo Hotel, es una red social de Internet y una comunidad en línea enfocada a jóvenes y adolescentes. El servicio permite a los usuarios crear su propio personaje de Habbo y diseñar salas de chat con formas de habitaciones de un hotel, renderizadas en proyección isométrica, conocer nuevos amigos, conversar con otros jugadores, organizar

fiestas, tener mascotas virtuales, crear y jugar juegos y completar desafíos.

- 2002
- Fotolog: Iniciado como Fotolog.net, fue el sitio web de publicación de fotografías más grande del mundo incluso superando a Flickr. Dedicado a blogs fotográficos, conocidos genéricamente como fotologs. El 30 de julio de 2007, Fotolog.com llegó a los 10 millones de cuentas creadas. En el transcurso de 11 meses, el sitio creció de tal manera que ese número fue casi duplicado, superando los 18 millones de cuentas.
- 2003
- Myspace: Tres años después de su lanzamiento, MySpace se convirtió en la red social más popular en el mundo. Permitía a los usuarios customizar la apariencia de su perfil. Los usuarios también podían insertar música y videos a sus perfiles.
- LinkedIn: LinkedIn fue fundado en 2003 y fue una de las primeras redes sociales de renombre dedicada al empleo.
- Second Life: Second Life es un metaverso al que se puede acceder gratuitamente desde Internet. Sus usuarios, conocidos como "residentes", pueden acceder a SL mediante el uso de uno de los múltiples programas de interfaz llamados viewers (visores), los cuales les permiten interactuar entre ellos mediante un avatar.⁴ Los residentes pueden así explorar el mundo virtual, interactuar con otros residentes, establecer relaciones sociales, participar en diversas actividades tanto individuales como en grupo y crear y comerciar propiedad virtual y ofrecer servicios entre ellos. SL está destinado a mayores de 18 años.
- 2004
- Flickr: Flickr corresponde a un host de imágenes virtual, que se ha convertido en una red social propia en los últimos años en relación a la Fotografía. Reclamando un host de más de 3.6 millones de imágenes
- 2005
- Youtube: Youtube fue el primer hosting masivos de videos y su difusión. Los usuarios puedes subir videos y compartirlos en el mismo sitio o vinculados en otros sitios. Fue creado por tres antiguos empleados de PayPal en febrero de 2005 y, en octubre de 2006, adquirido por Google Inc. por 1 650 millones de dólares. Es el sitio web de su tipo más utilizado en internet.
- 2006

- Twitter: Twitter ganó mucha popularidad durante el 2007 en la conferencia SxSW. Los “tweets” se triplicaron desde ese punto, desde 20 millones por día a 60 millones. Twitter ha desarrollado una estrategia de seguimiento estilo culto y tiene un número amplio de celebridades y atletas en la plataforma.
- Facebook (masivo): El crecimiento de Facebook durante el 2007 fue asombroso. Sobre un millón de nuevos usuarios cada semana, 200 mil al día, dando como resultado un total de 50 millones de usuarios activos. Hoy, Facebook es el sexto sitio más visitado de Estados Unidos y el mayor sitio photo sharing en el mundo
- 2007
- Primeros smartphones: LG Prada fue el primer teléfono móvil lanzado con una gran pantalla táctil capacitiva. Más tarde ese año, Apple Inc. presentó el iPhone, que usaba una pantalla táctil capacitiva multitáctil. Tales teléfonos fueron notables por abandonar el uso de un lápiz óptico, teclado o teclado típico de los teléfonos inteligentes en el momento hasta principios de la década de 2010, a favor de una pantalla táctil capacitiva para la entrada directa de los dedos como su único tipo de entrada.
- tumblr: es una plataforma de microblogueo que permite a sus usuarios publicar textos, imágenes, vídeos, enlaces, citas y audio a manera de blogs. Desde sus inicios hasta el 7 de febrero de 2014, más de 96.4 millones de posts se crean en la página al día.
- 2008
- Spotify: Spotify es una aplicación multiplataforma empleada para la reproducción de música vía streaming. En junio de 2015 se reveló el extraordinario crecimiento de Spotify, que aumentó en 75 millones de usuarios activos, 20 de los cuales (el doble de usuarios respecto a enero de ese mismo año) son usuarios de pago.
- 2009
- WhatsApp: es una aplicación de mensajería para teléfonos inteligentes, que envía y recibe mensajes mediante Internet, complementando servicios de mensajería instantánea, servicio de mensajes cortos o sistema de mensajería multimedia. Además de utilizar la mensajería en modo texto, los usuarios de la libreta de contacto pueden crear grupos y enviarse mutuamente imágenes, videos y grabaciones de audio. Según datos de

- 2016, supera los 1000 millones de usuarios y cuenta con 100 millones más que Facebook Messenger.
- 2010
- Instagram: Instagram es una red social y aplicación para subir fotos y vídeos. Sus usuarios también pueden aplicar efectos fotográficos como filtros, marcos, similitudes térmicas, áreas subyacentes en las bases cóncavas, colores retro, y posteriormente compartir las fotografías en la misma red social o en otras como Facebook, Tumblr, Flickr y Twitter. Actualmente Instagram cuenta con más de 800 millones de usuarios activos. La cuenta oficial de Instagram cuenta con 250 millones de seguidores
- Pinterest: Pinterest es una plataforma para compartir imágenes que permite a los usuarios crear y administrar, en tableros personales temáticos, colecciones de imágenes como eventos, intereses, hobbies, entre otros. En los Premios Webby 2012, Pinterest ganó la Mejor aplicación de redes sociales y el Premio de la voz popular por el mejor diseño visual funcional.
- 2011
- Google+: Google+ es una herramienta y red social que da a los usuarios la posibilidad de agrupar contactos en “círculos” y comunicarse en videochats llamados “hangouts”.
- Minecraft (versión completa): Minecraft es un videojuego de construcción, de tipo «mundo abierto» y metaverso.
- Twitch: Twitch (también conocido como Twitch.tv) Plataforma que ofrece un servicio de streaming de video en vivo propiedad de Amazon.com. Es decir, te permite retransmitir videojuegos en directo. a popularidad de Twitch rápidamente superaría a la de su contraparte de interés general; a mediados del 2013, el sitio conseguía un promedio de 43 millones de espectadores por mes, y para febrero del 2014 fue considerada la cuarta mayor fuente de tráfico en internet en los Estados Unidos.
- 2012
- Snapchat: Snapchat es una aplicación de mensajería para el teléfono inteligente con soporte multimedia de imagen, video y filtros de realidad aumentada. Su mayor seña de identidad es la mensajería efímera, donde las imágenes y mensajes pueden ser accesibles sólo durante un tiempo determinado elegido por los usuarios. En mayo de 2013 los usuarios mandaban 14.000 millones de fotos y vídeos diarios, mientras que las historias eran reproducidas unas 500 millones de veces al día.

□ Vine: Vine fue un sitio web creado en junio del 2012, y adquirido por Twitter en octubre de ese mismo año. La aplicación permite crear y publicar videos cortos de una duración de máxima 6 segundos en forma de loop (bucle) y estos pueden ser compartidos tanto en Facebook como en Twitter. Fue lanzada oficialmente el 24 de enero de 2013 inicialmente para iOS desde el 3 de junio para Android y el 12 de noviembre del mismo año para la plataforma de Windows Phone y funciona en más de 26 idiomas. Su cierre fue el 17 de enero de 2017.

□ Roblox (lanzamiento en iOS): Roblox es una plataforma del género Videojuegos Multijugador en línea en la que los usuarios pueden crear sus propios mundos virtuales y crear en ellos sus propios juegos.

□ 2014

□ Musical.ly: Musical.ly fue una red social, aplicación para la creación de vídeos y transmisiones en directo. Desde julio de 2016 hasta agosto de 2018, musical.ly tenía más de 90 millones de usuarios registrados y tenía un promedio de 12 millones de vídeos nuevos publicados por día y, a fines de mayo de 2017, la aplicación llegó a más de 200 millones de usuarios.

□ 2015

□ Periscope: Periscope es una aplicación que permite a sus usuarios retransmitir en directo el vídeo que va captando su smartphone, en vivo para otros usuarios de Periscope. propiedad de Twitter para la transmisión de video en directo (streaming), desarrollada por Kayvon Beykpour y Joe Bernstein. En palabras de sus creadores “un video en directo puede transportarnos al lugar y mostrarnos lo que allí ocurre.”¹ La app salió al mercado el 16 de marzo de 2015 para iPhone y el 26 de mayo de 2015 para Android.

□ Hooked: Hooked es una aplicación móvil lanzada en Septiembre del 2015 por Perna Gupta y Para Chordia. La aplicación está diseñada para dar acceso a la gente a historias cortas en la forma de texto en sus teléfonos.

□ Discord: es una aplicación de VoIP gratuita diseñada para comunidades de videojuegos. Discord se ejecuta en Windows, MacOS, Android, iOS, Linux y tiene la posibilidad de ser usado desde el software creado para dicho programa o puede ser usado directamente desde el navegador. En noviembre de 2017, Discord contaba con más de 87 millones de usuarios.

□ 2016

□ TikTok: es una aplicación de redes sociales para crear y compartir videos, como también hacer live broadcast. Lanzada en Septiembre del 2016 por ByteDance, está liderando las plataformas de video corto en Asia y se ha extendido a otras partes del mundo, volviéndose una de las aplicación más rápidamente expandidas por la comunidad alrededor del mundo. Permitiendo que los usuarios creen distintos tipos de videos de quince segundos, musicales, de comedia, baile, lip-synch entre otros; la aplicación a alcanzado más de 500 millones de usuarios en alrededor de 150 países.

□ Pokèmon GO: es un videojuego de realidad aumentada basado en la localización desarrollado por Niantic, Inc.¹² para dispositivos iOS y Android. El juego consiste en buscar y capturar personajes de la saga Pokémon escondidos en ubicaciones del mundo real y luchar con ellos, lo que implica desplazarse físicamente por las calles de la ciudad para progresar. La aplicación comporta un elemento de interacción social, ya que promueve reuniones físicas de los usuarios en distintas ubicaciones de sus poblaciones.

□ 2017

□ Animal Crossing Pocket Camp: es un juego de simulación social gratuito en la serie Animal Crossing de Nintendo para dispositivos iOS y Android. Fue lanzado en Australia en octubre de 2017 y en todo el mundo el mes siguiente. Es un sitio para acampar pequeño con varios campistas, realizando tareas pequeñas, participando en el comercio y decorando espacios de vida.

□ 2018

□ IGTV: (También conocido como Instagram TV) Es una aplicación de vídeo vertical creada por Instagram hecha principalmente para smartphones.¹ A diferencia de Instagram, permite a los usuarios cargar vídeos verticales de hasta 10 minutos o hasta 60 minutos si eres una cuenta verificada o popular. GTV Requiere que los usuarios ingresen con su cuenta de Instagram, permite cargas de videos de hasta 10 minutos, con un tamaño de archivo de hasta 650 MB. Con usuarios verificados y populares, permite crear vídeos de hasta 60 minutos con un tamaño de archivo de hasta 3.6 GB.³ La aplicación está disponible globalmente para iOS y Android y actualmente está libre de anuncios.

IV. Impacto

El desarrollo de los medios sociales, sin embargo, no ha sido indiferente al desarrollo de la sociedad en sí, especialmente a aquella sección que expone su propia formación psicológica y social a estas distintas plataformas, diariamente. A raíz de esto, varios estudios han planteado el impacto que pueden provocar en las generaciones más jóvenes al encontrarse expuestos constantemente a ellas.

4.1 Riesgos

4.1.1 Redes Sociales y el fenómeno de Facebook

O'keeffe y Clarke (2011) indican que “debido a su capacidad limitada de autorregulación y susceptibilidad a la presión de grupo, los niños y adolescentes corren cierto riesgo en lo que navegan y experimentan con las redes sociales. Investigaciones recientes indican que hay frecuentes expresiones en línea de comportamientos fuera de las redes, como bullying, clique-forming y experimentación sexual, que han introducido problemas como el acoso cibernético, problemas de privacidad y “sexting”.

Si bien los autores mencionan que existen beneficios, (como socialización y comunicación, acceso a información, oportunidades de aprendizaje mejorado), advierten también que aspectos como el

cyberbullying, el acoso y exposición sexual sin discernimiento de edad está muy presente en la exposición no limitada al internet.

Por otro lado, el Facebook Depression, definido como la “depresión generada cuando adolescentes y pre adolescente pasan una gran cantidad de tiempo en sitios de redes sociales (como Facebook)”, plantea la aceptación mediante el contacto con pares como un elemento importante de la vida adolescente y podría llevar al riesgo del aislamiento social y, algunas veces, convertirse en un apoyo arriesgado para el adolescente en busca de ayuda. (O'keeffe y Clarke, 2011), además de esto, también puede verse afectada la privacidad y ‘huella digital’ del individuo, al encontrarse en una sobreexposición a las redes, compartiendo demasiado información o falseando información sobre sí mismos u otros.

Otros estudios, como el descrito por Sagioglou y Greitemeyer (2014), plantea que “los nuevos medios vienen con mensajes centrales y obvios pero también a menudo tienen consecuencias imprevistas y deletéreas. El mensaje de Facebook es claro: es un medio diseñado para conectarse las personas el uno al otro.”, en esto puede notarse el claro impulso que mencionan Kaplan y Haenlein por utilizar la riqueza del medio a su favor, es decir, la capacidad de conectar gente entre sí para crear una presencia más prolongada en la plataforma.

Afirman también que “sin embargo, los resultados de salud negativos asociados con el uso de Facebook puede no ser inherente a la plataforma, pero más bien son consecuencias involuntarias relacionadas con cómo las personas eligen para usar este medio. Específicamente, algunas personas pueden ser más susceptibles a compararse a sí mismos con otras dimensiones destacables en Facebook, mientras que otros las personas que ven la misma información pueden no responder de la misma manera”, proporcionando evidencia de que las interacciones mediadas por computadora en Facebook pueden tener un impacto negativo en la salud psicológica de los usuarios, volviéndolos más susceptibles a sufrir depresión y otros trastornos. (Sagioglou y Greitemeyer, 2014)

4.1.2 Trolling

La presencia redes sociales está netamente asociado con la 'edición de sí mismo', el mostrar u omitir información, que permite el movimiento anónimo en las redes. Desde allí, y como señala Bishop (2014), el trolling se asocia a distintas cosas y categorías, connotado a describir el abuso de internet. El uso del término 'troll' para describir el humor transgresor y subversivo fue proliferado por el grupo 'hacktivista' Anonymous, que había acomodado el sitio web de Manga (<http://www.4chan.org>) para compartir sus abusos de los demás, que fue hecho para su propio disfrute. Esto crea una diferencia fácil de identificar entre los trolls en el sentido clásico, y este uso más moderno.

Se puede ver que el trolling clásico se realiza para el entretenimiento consensuado de la comunidad con el fin de crear vínculos entre los usuarios. Por otro lado, se puede ver que el anzuelo anónimo se hace a expensas de alguien que está fuera de una comunidad en particular por el propio disfrute de esa persona, o para compartir con otras personas que son parte de una 'casa club' que fomenta el arrastre. Estos trolls lo hacen para su propio disfrute, incluso si hay una víctima que no se beneficia de ello." (Bishop, 2014)

4.1.3 PIU

En otras investigaciones, Reed y otros autores (2017) presentan como postulado el "PIU" (Problematic Internet Use), en el cual señalan que: "Desde hace tiempo sabemos que las personas que dependen demasiado de los dispositivos digitales reportan sentimientos de ansiedad cuando se les impide usarlos, pero ahora podemos ver que estos efectos psicológicos van acompañados de cambios fisiológicos reales"

Frente a esto, se llevó a cabo un experimento que, exploró el impacto del cese de internet en el funcionamiento fisiológico de aquellos que informaron PIU en mayor o menor medida. Al igual que con las exploraciones previas de estos problemas para afectados por sustancias adictivas, la presión arterial y la frecuencia cardíaca se utilizaron como las medidas fisiológicas de

medición; siendo el estado de ansiedad y el estado de ánimo las variables psicológicas medidas, ya que se ha observado anteriormente, afecta por el cese de Internet; y comprobando si presentaban síndromes de abstinencia.

4.1.3 PSI

El aislamiento social percibido (PSI) es otro concepto planteado por la investigación de Reed, y se asocia con una morbilidad y mortalidad sustancial. Las plataformas de medios sociales, comúnmente utilizadas por los adultos jóvenes, pueden fomentar el aislamiento social. Este estudio evaluó las asociaciones entre el uso de las redes sociales (SMU) y la PSI entre los jóvenes adultos de EE. UU. El estudio analizó el uso de once sitios de redes sociales, incluidos Facebook, Twitter, Google+, YouTube, LinkedIn, Instagram, Pinterest, Tumblr, Vine, Snapchat y Reddit, y correlacionar esto con su PSI; revelando que, cuanto más tiempo pasaba la gente en estos sitios, más aislados socialmente se percibían a sí mismos. (Reed et al. , 2017)

4.1.4 Smartphones

De acuerdo a Twenge (2017), la masificación de la tecnología ha permitido que la generación adolescente sea un usuario activo —y muchas veces dependiente— de este aparato, postulando que "la llegada del teléfono inteligente ha cambiado radicalmente todos los aspectos de la vida de los adolescentes, desde la naturaleza de sus interacciones sociales hasta su salud mental.(...) Las tendencias aparecen entre los adolescentes pobres y ricos; de cada origen étnico; en ciudades, suburbios y pueblos pequeños. Donde hay torres de telefonía móvil, hay adolescentes que viven sus vidas en su teléfono inteligente."

Además, señala en relación que, en específico frente a esta generación, ya existiría una crisis en torno a la crianza de los adolescentes con esta plataforma disponible, afirmando que "no es exagerado decir que iGen está al borde de la peor crisis de salud

mental en décadas. Gran parte de este deterioro se puede remontar a sus teléfonos.”

Advierte que, incluso cuando un evento ‘sísmico’ para esa generación (como lo sería una guerra, un salto tecnológico, un concierto gratuito en el barrio), juega un papel descomunal en la formación de un grupo de jóvenes. Señala también que los estilos de crianza continúan cambiando, al igual que el currículo escolar y la cultura. Existe evidencia convincente de que los dispositivos que colocados en manos de esta generación están teniendo profundos efectos en sus vidas y los hacen seriamente infelices. Twenge (2017)

4.1.5 Adicción

Por otro lado, lo planteado por Cabrial (2011) indica que el primer paso para identificar la adicción a Internet es ver dónde se encuentra el vínculo emocional y mental. Las investigaciones concluyen que hay motivaciones clásicas en los medios de comunicación para asumirlas como una potencial fuente de adicción, como: vigilancia; escape, compañerismo e identidad; y entretenimiento; todos aspectos presentes en las medios sociales.

Gordon (2007) también deduce esta información al concluir que hay cinco tipos específicos de uso para los cuales los usuarios recurren a él: conocer gente, buscar información, distracción, afrontamiento y correo electrónico. Los cambios en las relaciones están excepcionalmente presentes en los adolescentes que utilizan la mensajería instantánea como sustituto de la conversación cara a cara con amigos. Los académicos explican este fenómeno al descubrir que el uso de redes informáticas para la interacción social alivia muchos aspectos de la ansiedad grupal.

Por otro lado, en un detalle de lo que ocurre cerebralmente en relación a la respuesta cibernética, Cabral (2011) estipula que “algunas consecuencias conductuales del nuevo cerebro digital son la hiperactividad, la falta de atención, la depresión y la manía multitarea. Sobre la base de la investigación para el de-

sarrollo del cerebro, hay una conclusión que establece que la exposición diaria a la alta tecnología estimula la alternancia del cerebro y la liberación de neurotransmisores; finalmente fortaleciendo nuevas vías en el cerebro.”, comprobando que el alto tiempo invertido en estas tecnologías provocan un impacto real. Señala que, debido a esto, la mente se adecúa a los patrones utilizados durante el uso de dicha tecnología, adaptándose a ella; “la mente humana ahora está aprendiendo a acceder y procesar información más rápidamente y cambiar la atención rápidamente de una tarea a la siguiente. Todo este acceso y vasta selección está causando que algunos cerebros del buscador de entretenimiento desarrollen la necesidad constante de gratificación instantánea con una pérdida de paciencia.”

Además de estas claras repercusiones, los resultados también fomentan la aparición de otros síndromes, como el de ansiedad.

Cabral además señala algo verdaderamente esclarecedor en cuanto a cómo las estructuras de los medios sociales podrían incluso impulsar estos resultados, “las actividades de Internet se basan en gran medida en sus niveles de interactividad y tasas de respuesta inmediatas; estas acciones rápidas reviven la sensación de aburrimiento y posiblemente crean una adicción física. Internet se convierte en la cura para aquellos que no pueden mantener el foco. (...) El estilo de vida acelerado creado por Internet afecta la forma en que el cerebro humano procesa y recibe información.”

Otro ámbito que recae en la categoría de adicción se encuentra en la dopamina. Siendo ésta una sustancia presente en algunas drogas, lícitas e ilícitas podemos definir, mediante un estudio hecho por Current Pharmaceutical Design (2014), podemos definir que existe una similitud bastante grande entre el funcionamiento neurológico entre el uso de redes sociales y el del juego (gaming), citando el postulado: “El comportamiento del adicto al SNS puede estar relacionado con el sistema de recompensa del cerebro, donde la experiencia del SNS influye en los sistemas de recompensa química en el cerebro que liberan endorfinas, dopamina y noradrenalina, lo que resulta en un “nivel alto” emocional.” La dopamina y endorfina son considerados neurotransmisores altamente adictivos.

4.2 Oportunidades

De igual forma, la evolución de estos medios no sólo ha traído riesgos por la influencia que provocan en esta generación, pues el convivir en un ambiente donde la conectividad es una realidad instaurada en gran parte del mundo —de acuerdo a los datos rescatados por la Unión Internacional de Telecomunicaciones (2018)— con más de cuatro mil millones de usuarios vigentes, también vuelve a sus usuarios más conscientes de su entorno, menos susceptibles a confiar en una sola fuente de información y promover el desarrollo de una opinión propia. Los siguientes estudios postulan que los medios sociales no sólo han impactado de forma positiva a ésta y anteriores generaciones, sino que son un medio esencial de expresión en el siglo XXI.

4.2.1 Herramienta de innovación

El acceso a la información que internet ofrece no necesariamente debe ser fruto de una sobreexplotación del medio. Es más, teniendo en cuenta fuentes de confianza, y haciendo el uso correcto de dicha información rescatada; las redes sociales pueden generar un impacto a partir de ser un gatillador creativo.

Piller, Vossen e Ihl (2012), plantean un concepto llamado ‘co-creación del consumidor’ como una colaboración en la que se necesita de la actividad, creatividad y socialización entre productores y consumidores para crear productos que sean más cercanos y útiles para los últimos, con herramientas dadas por los productores. Si bien, este es un acercamiento más ligado al mercado, si propone una idea muy cercana a el funcionamiento actual de redes sociales, donde un productor presenta herramientas al público y “empodera a sus consumidores a diseñar una solución por sí mismos”; algo que puede verse de forma muy marcada en plataforma como Youtube a Instagram; donde el usuario final se siente más cercano al producto, pues logra relacionarse con él.

Por otro lado, Brandtzaeg y Følstad (2016) plantean en el Diario de Innovación en los Medios que “en este panorama cambiante

de los medios, la innovación de las redes sociales y el uso de las redes sociales están estrechamente relacionados. Vemos esto, por ejemplo, en el uso de plataformas sociales para el intercambio social, el intercambio de conocimientos, la ideación y la innovación abierta, y en el uso de las redes sociales para la participación del cliente en la innovación. Además, las redes sociales se utilizan para la innovación social para involucrar e informar a los ciudadanos en proyectos de cambio del sector público.” promoviendo una visión de dichas plataformas como una oportunidad de intercambio de información proactiva y retroalimentaria, es decir, que esté en constante pulcritud y mejoramiento debido al número de personas interfiriendo en ella. Postulan también que el uso y la innovación van de la mano a la hora de hablar de medios sociales, esto debido a la necesidad de evolucionar al ritmo de sus usuarios.

4.2.2 Hiperconectividad

La hiperconectividad como concepto suele tener connotaciones negativas, más asociadas al abuso del medio, que a los factores positivos o que resultan convenientes en el día a día.

En relación a esto, Hanna, Rohm y Crittenden (2011) mencionan un punto vital sobre las plataforma de influencia, señalando que “el aumento en los medios digitales interactivos ha catapultado el contacto de la empresa y los consumidores desde el modelo tradicional de la Web 1.0 al mundo altamente interactivo de la Web 2.0, donde los consumidores dictan la naturaleza, el alcance y el contexto de los intercambios de mercadeo.”, no es una comunicación unilateral, sino que el usuario se encuentra a cargo (en gran parte) de lo que le es ofrecido, lo que puede aportar a los medios y lo que recibe a cambio de ello, ya sea de forma directa e indirecta. La información viaja por distintas plataformas hasta los “proveedores”, el manejo de la información existente y cómo se distribuye.

Otros autores toman en cuenta el flujo de información a la hora de hablar de conectividad, en su postulado sobre la educación

(a tratar en el siguiente punto), señalan que “(...) en una perspectiva conectivista, los estudiantes deben aprender a agregar cantidades masivas de información, filtrar lo que creen que es útil y crear algún significado con esta información” Davidson y Fountain (2013) lo cual los vuelve más selectivos a la hora de tener este material a su disposición, además de incentivar a la autogestión.

4.2.3 Educación

Si bien los medios sociales no están completamente acoplados a esta área, ya existe interés por utilizar estas plataformas como herramientas para educar de una forma más interactiva y personal, a partir de un medio tan familiar para esta generación como son las plataformas sociales. Así lo plantean Davidson y Fountain (2013) en su postulado, afirmando que “En lugar de ser totalmente bueno o totalmente malo para la educación (...), las redes sociales se entienden mejor en términos más ambiguos cuando se consideran las realidades complejas y —con frecuencia— comprometidas en las formas en que los estudiantes usan las redes sociales en contextos educativos y en sus vidas cotidianas más amplias.”, significando que el uso de estos medios para la educación, depende mucho del uso que los ‘estudiantes’ puedan darle, y su propia interacción con dichas herramientas digitales. De igual forma, los resultados podrían variar mucho a partir del tiempo y objetivo con el que sean utilizadas.

Davidson y Fountain (2013) proponen una nueva interpretación del aula a partir de estas oportunidades, dándolas a entender como una herramienta empírica de aprendizaje, “(...) con el advenimiento de las redes sociales, nuestra conceptualización del aula de educación superior debe cambiar. A medida que los aprendices construyen el conocimiento a través de las redes sociales, ya no son consumidores activos de información, por lo que el aprendizaje se convierte en un auténtico proceso participativo”, y provocando así, un nuevo tipo de aprendizaje.

Por otro lado, una idea rescatada en pos del uso de herramientas digitales en la educación es la de Railean (2012), quien

apunta a que “la globalización añade nuevo valor al sistema educacional” permitiendo que la tecnología disponible entregue la posibilidad a los estudiantes para manipular sus herramientas de aprendizaje de forma que el producto final sea distinto (y tentativamente, mejor) al original. Para lograr esto, propone que las implicaciones positivas de la globalización ayudarían en “el enfoque en conceptos abstractos, el uso de la comprensión holística; la mejora en la capacidad del estudiante para manipular los símbolos; la mejora de la capacidad de los alumnos para acceder, evaluar, adoptar y aplicar el conocimiento, pensar de forma independiente, ejercer el juicio adecuado y colaborar con otros para dar sentido a nuevas situaciones.” (Railean, 2012)

En distintos documentos se propone que, tanto la globalización como el acercamiento cibernético a la educación, podrían concluir como un gran avance a todo el sistema adoptado en la actualidad para impartir conocimiento. En una generación donde el uso de medios sociales está tan instaurado, ocupar dichos medios para potenciar la experiencia educativa parece ser el siguiente paso evolutivo del aprendizaje.

4.2.4 Movimientos sociales

Los medios sociales también cumplen un rol importante a la hora de masificar información, aunque ésta no sea filtrada o puesta a prueba anteriormente. No es un sistema aún pulido, pero si da abasto para promover algunas causas que, de cualquier otro modo, no tendrían la recepción que tienen a través de estas vías. A través de los años, los medios sociales han ido habilitando la posibilidad y mejora en las relaciones públicas para organizaciones sin fines de lucro, dándoles una posibilidad de promover sus respectivas causas en una comunidad interconectada.

Curtis (et al, 2010) plantean que “las herramientas de los medios sociales se están convirtiendo en métodos de comunicación beneficiosos para los profesionales de las relaciones públicas en el sector sin fines de lucro. Las organizaciones con departamentos de relaciones públicas definidos tienen más probabilidades de adoptar tecnologías de medios sociales y usarlas para

alcanzar sus objetivos organizacionales.”, a partir de las herramientas dadas por las distintas plataformas, es posible apuntar al cumplimiento de sus objetivos si se tiene en consideración lo beneficioso que puede ser el uso de ellas en primer lugar, sobretodo tratándose de organizaciones o movimientos que llamen a la acción o requieran de una interacción directa con sus simpatizantes.

También señalan que “además, es más probable que los profesionales de las relaciones públicas utilicen las herramientas de los medios sociales si los encuentran creíbles. Las técnicas de los medios sociales se harán más abundantes a medida que los profesionales de relaciones públicas tomen conciencia de su efectividad para llegar a las audiencias objetivo, promover una causa específica y desarrollar estrategias de comunicación.” (Curtis et al, 2010) Si bien, trata una perspectiva más bien temprana al potencial uso dado a las plataformas, se puede apreciar que, sin dudas, existen patrones que si se siguieron a partir del buen uso de las redes sociales planteado en 2010. Con la aparición de plataformas como Instagram y la masificación de Facebook, lograr el reconocimiento popular u objetivo de cada respectiva causa parece cada vez más sencillo; algo absolutamente positivo si se considera la índole del mensaje a entregar.

V. Contenido de consumo

A raíz del alto consumo de los medios sociales, el fomento a su uso y la exposición de la generación digital nativa a ellos sin mayores restricciones, era predecible que estas plataformas comenzarán a ser utilizadas por marcas y empresas para disponer de ellas como una oportunidad de marketing, entendiendo las mentes y el impacto en este público joven con el objetivo de ofrecer un contenido atractivo y fácilmente consumible en el ambiente que ellos frecuentan, por esto, la publicidad en línea o ads en la era digital es fácilmente comparable a cualquier pancarta o letrero callejero de esta índole, puesto que cubre la misma función esencial: Encontrarse presente en el ambiente donde su público objetivo se desenvuelve.

5.1 Plataformas, marcas y publicidad.

Las plataformas sociales actúan en base a la usabilidad, pues pretenden entregar un cierto nivel de confianza para hacer uso de ellas de forma regular. Una aplicación debería tener cinco componentes de calidad basado en este concepto: aprendibilidad, eficiencia, memorabilidad, errores y finalmente, satisfacción. Una combinación de los anteriores, en conjunto de la utilidad de la plataforma (si cumple con el objetivo requerido), puede llevar a una plataforma a ser catalogada como una plataforma útil y conveniente, de acuerdo a lo señalado por Nielsen (2012).

A través del uso de estos conceptos, las redes sociales han cambiado el modo de relacionarse con el mundo en diferentes ámbitos de la vida; desde el retail (ecommerce), hasta el ocio, trabajo y estudio han incorporado la tecnología digital en su día a día. En la actualidad, la influencia de las plataformas sociales pueden equipararse a la influencia que la televisión y radio tuvieron para generaciones anteriores, siendo ésta una oportunidad real para muchos en un ámbito profesional, ya desde temprana edad.

De acuerdo a lo planteado por Mora (2018), “las marcas son expresiones de su tiempo y la sociedad en la que se desenvuelven, de ahí la importancia de estar conscientes de que su valor está intrínsecamente unido a la realidad de las personas. Esa realidad ha ido cambiando y ha estado atenta a detectar las nuevas necesidades y anhelos (del público)”. Por esto, es consecuente que la fachada de la publicidad tenga un acercamiento más moderno, desplegando imágenes jóvenes que promuevan distintas marcas o productos a un público coetáneo o de su generación antecesora Millennial.

Cómo las marcas se involucran actualmente en el contenido consumido por los GenZ es un fenómeno ligado al conjunto entre el auge de una plataforma y la popularidad o reconocimiento de sus usuarios en base al contenido que comparten, volviéndolo masivo o viral. Es así el ejemplo de Youtube (ver. 3.3 Línea de tiempo, Youtube), una plataforma de contenido audiovisual en las que muchos usuarios se encontraron a sí mismos volviéndose desde audiencia a ‘performers’ de dicha marca, adoptando incluso el nombre Youtubers.

De igual forma ocurre en otras plataformas como Instagram y Musical.ly, donde algunos productores de contenido han vuelto de un pasatiempo u ocio, una carrera profesional.

Si bien el perfil de cada uno varía tanto por plataforma como por género de contenido, este tipo de personaje popularizado en redes sociales son llamados Influencers, nombre obtenido por tratarse de usuarios que, en efecto, inflencias a miles de usuarios de estas redes, por lo cual captan la atención del de marcas

interesadas en ofrecer sus productos a través de una imagen más empática a sus consumidores. Como lo señala Manhold y Faulds (2009), "(...)las redes sociales han ampliado el poder de las conversaciones de consumidor a consumidor en el mercado al permitir que una persona se comunice con cientos o miles de otros consumidores de manera rápida y con relativamente poco esfuerzo. Los gerentes no pueden controlar directamente estas conversaciones, sin embargo, pueden usar los métodos (...) para influir y dar forma a estas discusiones de manera coherente con la misión y los objetivos de desempeño de la organización." Los métodos señalados se refieren a proveer a las plataformas sociales con intereses y deseos del consumidor, creando una comunidad de gente con mentalidades similares en torno a sus redes, también usar las herramientas habilitadas por las plataformas para mantener a sus consumidores interesados en el producto o la causa, o usar métodos tradicionales y digitales para promover el producto, entre otras; en general, utilizar herramientas de marketing aplicadas al mundo digital.

5.2 Influencers (embajadores)

"La nueva comunidad de influencers está ejerciendo un poder significativo sobre las percepciones de las marcas y las empresas, en gran parte impulsada por la rápida expansión de los canales de medios sociales a través de los cuales se comunican", así lo señalan Booth y Matic (2011) en su estudio sobre la relación entre éstos y la percepción de las marcas a las que representan. Pero, ¿a qué se refiere exactamente este grupo? Un influencer corresponde a una persona (por lo general, rondando la edad de treinta años o menos) cuya presencia virtual es relevante para un gran número de personas, por lo general se les considera influyentes en el género de su contenido, aunque no necesariamente dicho contenido se segregue a una sola temática.

Booth y Matic (2011) han definido su caracterización como los "los 'don nadie' del pasado, los nuevos 'alguien' que demandan la atención de los profesionales de la comunicación, buscando un compromiso continuo con los consumidores específicos a través

de los diversos canales de redes sociales".

Los influencers representan figuras o 'modelos a seguir' para su audiencia, quienes pueden o no empatizar tanto con su personalidad y esencia, como por las temáticas que ponen en la producción de su contenido. Es muy fácil comparar sus métodos de expresión a las líneas estructurales del IMC. El IMC corresponde a "comunicaciones de marketing integradas, son el principio guía que siguen las organizaciones para comunicarse con sus mercados objetivo(...) intentando coordinar y controlar los diversos elementos de la mezcla promocional (publicidad, ventas personales, relaciones públicas, marketing directo y promoción de ventas) para producir un mensaje unificado centrado en el cliente y, por lo tanto, lograr diversos objetivos. " (Mangold & Faulds, 2009)

5.2.1 Estructura de un influencer

¿Qué vuelve relevante a estos influencers para la generación Z?, Scaachi Koul (2018) propone que "los influencers adolescentes se han vuelto un asunto de suma importancia. Desde corporaciones dándoles tratos de patrocinio, hasta agencias completas creadas para representarlos, es una industria de millones de dólares, y se espera duplicar para el siguiente año.", demostrando que existe un potencial de tal importancia, que son capaces de armar un negocio completo alrededor de su imagen o lo que exponen al mundo en distintas plataformas.

Como ya se ha mencionado antes, el factor más importante de los 'modelos a seguir' de esta generación es ser cercano, empático. Ya no existe un canon de belleza único, sino que, rasgos considerados anteriormente como 'poco atractivos' ahora son base para hacer conexión con su público; una actitud positiva y un estándar base de belleza también juega un factor importante a la hora de atraer mayor seguidores.

El tipo de contenido que exponen puede variar de red social en red social, aunque la base de cada uno se centra en la gráfica de tendencia y productos audiovisuales. Ejemplo de esto, en Insta-

gram (ver. 3.3 Línea de tiempo, Instagram) el contenido principal a exponer es fotográfico, sin embargo, una herramienta clave tanto para la publicidad como para la expresión de sus usuarios son los Stories, videos de 15 segundos disponibles para seguidores por un periodo de 24 horas; éste recurso es tan utilizado para marketing como lo es la publicación de fotografías.

Los seguidores y consumidores del contenido por lo general esperan consistencia, así como cierta credibilidad en relación al tema en el cual se esté desplegando, por el otro lado, los productores de contenido pretenden mantener una relación cercana con su audiencia, tanto compartiendo parte de su vida como demostrando una recepción positiva de sus pares (compartiendo con otros influencers)

5.2.2 Producción y ganancia

La producción de contenido varía de igual forma según la plataforma; en algunos se utilizan las herramientas que la aplicación proporciona (como Musical.ly), mientras otras es común requerir de programas externos a dicha plataforma para post-producir el contenido (Como Youtube), donde Adobe Premiere y Adobe After Effects parecen ser los más comunes. En cuanto a contenido fotográfico, Adobe Photoshop y la aplicación FaceTune son las de mayor renombre entre influencers.

Existen dos formas principales en la cual la producción de contenido se lleva a cabo; por un lado se encuentran las agencias y productoras que contratan o auspician a una figura de internet, como es el caso de AwesomenessTV; cuya serie Before I Fall, fue co-protagonizada por Kian Lawley, un YouTuber con más de 3 millones de suscriptores. Otras productoras conocidas por producir contenido para la generación Z es Naritv, que produce contenido específicamente en formato móvil para ser compartido por Snapchat (ver 3.3 Línea de tiempo, Snapchat) y similares; haciendo skits y formatos cortos adaptables a estas plataformas.

La difusión de todo contenido se distribuye a través de las princi-

pales redes sociales e interconectado al perfil original del usuario influenciador.

Reza Izad (2018), mánager de influencers, señala que “hay varios influencers que ganan ocho cifras al año. (...) Mediante agencias de talento, representantes, se ha convertido en un mundo muy tradicional de Hollywood” volviéndolo una carrera en potencia tan prolífica como la de celebridad fuera del mundo digital.

Por otro lado, según lo investigado Koul en Teen Boss “una marca puede pagar un promedio de 20 mil dólares por un video y una publicación de Instagram. La agencia cobra un 40% de la ganancia, y el mánager un 20%, el dinero restante va hacia los padres. De esto, 15% se requiere poner en una cuenta de ahorro para dicho influencer cumpla la mayoría de edad” volviéndolo así una verdadera industria a partir de un usuario popularizado en redes sociales.

Por otro lado, un estudio con respecto a su impacto señala que “los influencers pueden manipular a otros en varios modos; en particular —y en relación a una herencia cultural— puedes posiblemente motivarlos a visitar un lugar, generar tendencias, crear grupos de personas que pueden promover el compromiso como generar discusión.” (Poulopoulos et al., 2018) alegando que el impacto es real y puede generar respuesta en una generación dispuesta a seguirles.

5.2.4 Estudios de caso

Para adentrarse en la cultura Centennial, se toman en cuenta tres modelos a seguir cruciales tanto de forma global como para un público latino, investigando sus comienzos en sus respectivas aplicaciones hasta la actualidad. Ambos toman en cuenta un a audiencia Millennial y Centennial, siento representantes de las distintas tendencias de dicha generación.

German Garmendia es un comediante, cantante y video productor chileno. Saltó a la fama en 2011 por subir videos a su canal de

YouTube, HolaSoyGerman, y más adelante también a JuegaGerman, su otro canal, creado en 2013.

Garmendia subió su primer video en Septiembre de 2011 a YouTube, en un comienzo sus contenido era humorístico, rondando la temática de vida cotidiana, un humor bastante inocente en comparación al humor popular de la época. Su segundo canal, JuegaGerman está dedicado a videos sobre videojuegos y play-throughs, reacciones y otros.

Germán ganó el premio De 'Ícono digital del año' en los MTV Millennial Award y 'Master Gamer' en la entrega de 2016. En la actualidad es posee 35 millones de suscriptores en el canal HolaSoyGerman, 31 millones en JuegaGerman y 1.7 millones en el canal de su banda Ancud.

Su canal más activo (JuegaGerman) corresponde a un espacio de contenido estándar de videos humorísticos alrededor de videojuegos como hobby (distinguible de contenido competitivo o asociado a esports). La comedia alrededor de videojuegos es un modelo común en redes sociales, tanto en Youtube como en Twitch (ver. 3.3 Línea de tiempo, Twitch); otras personalidades asociadas este tipo de contenido son Pewdiepie (con 81 millones de suscriptores), Smosh Games (7.3 millones), elrubiusOMG (33 millones), fernanfloo (31 millones), Markiplier (40 millones), entre otros.

La esencia de su contenido se basa en la cercanía con su público, en el humor a partir de un elemento en común con el que pueden conectar con ellos. A partir del fenómeno de Pewdiepie, el contenido casual y próximo resultó ser de mayor interés para los usuarios de esta plataforma.

El caso de Germán estuvo también muy ligado al contenido en español, siendo de los primeros canales latinos en alcanzar tal nivel de fama

Dude Perfect es un grupo de entretenimiento deportivo estadounidense de Texas que normalmente carga videos en You-

Tube. El grupo está formado por los gemelos Coby y Cory Cotton, Garrett Hilbert, Cody Jones y Tyler Toney, todos los cuales son ex jugadores de baloncesto de la escuela secundaria y compañeros de la universidad en Texas A&M University. Los miembros del grupo tienen muchos Récords Mundiales de Guinness. Sus videos de YouTube han obtenido más de 7,000 millones de visitas en total y su canal principal, "Dude Perfect", tiene más de 38 millones de suscriptores.

El contenido generado por Dude Perfect consiste principalmente en videos que muestran varios trucos y trucos recortados y configurados para una música alegre. Las 'destrezas' demostradas son fueron el comienzo de un trend bastante popularizados en la actualidad: el de los desafíos o challenges. El contenido de Dude Perfect puede estandarizarse con otros de similar popularidad, en el cual se muestran situaciones peligrosas o difíciles de llevar a cabo. Contenido como el de Jake Paul (17 millones), The Try Guys (5 millones), Dudesons (3.3 millones), etcétera.

James Charles es una personalidad de internet, artista de maquillaje y modelo estadounidense. En 2016 se convirtió en el primer embajador masculino para CoverGirl. A la edad de quince años, James Charles lanzó su canal de YouTube, centrado en el maquillaje, el 1 de diciembre de 2015 y, actualmente tiene más de 12 millones de suscriptores y 700 millones de visitas. Su Instagram tiene más de 11.1 millones de seguidores, 2,34 millones de seguidores en Twitter.

En los 8° Premios Streamy ganó el premio al mejor canal en la categoría de Belleza. James Charles es uno de los íconos más propios de la generación Z, donde pueden verse una ruptura de los cánones (en cuanto a su contenido de maquillaje), promocionando a una figura masculina como un rol de belleza desde el revuelo que Jeffree Star provocó con su carrera musical. Es importante recalcar que dicho contenido es bastante famoso el este tipo de plataforma, personalidades como Nikki Tutorials (11 millones de suscriptores), Jeffree Star (12 millones), Michelle Phan (8 millones).

VI. Cyberbullying

6.1 Impacto

El acoso en relación en la generación Z es una temática sumamente ligada a los nuevos instrumentos de comunicación y tecnologías, esto debido a que dichos instrumentos forman parte esencial en el día a día de los adolescentes como su principal medio de comunicación. Distintos estudios demuestran su prolongado uso entre niños y adolescente; de acuerdo al compilado de evidencias del Centro de Estudios del Ministerio de Educación (2018) “cerca del 60% de estudiantes reconoce manejar las tecnologías antes de los 10 años. El 79,1% utiliza dispositivos tecnológicos en su propia habitación. El 95,3% de estudiantes de 7° básico a 4° medio dice tener un teléfono móvil.” (Mineduc, 2018)

De acuerdo al Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (2017) el internet “ha aumentado la vulnerabilidad de los niños a los riesgos y los peligros, entre ellos el uso indebido de su información privada, el acceso a contenidos perjudiciales y el acoso cibernético. La presencia ubicua de dispositivos móviles (...) ha hecho que el acceso en línea para muchos niños esté menos supervisado y sea potencialmente más peligroso.” Estos aspectos, ligados al diario vivir de una generación en su etapa formativa, lo vuelve relevante y de crucial necesidad por entendimientos para las generaciones

antecesores, que cumplen en muchas ocasiones el rol de educadores y formadores de dicha generación.

El acoso puede presentarse como una gran problemática debido a su naturaleza aún encontrándose en un ambiente cibernético, para Langos (2012), “los elementos específicos de la repetición, imbalance de poder, intención y agresión, abordado como criterio esencial del bullying tradicional cara a cara, son considerados en un contexto cibernético. Se postula que los elementos centrales del bullying mantienen su importancia y aplicabilidad en relación al cyberbullying.”, admitiendo que el bullying o acoso mantiene su impacto en la víctima independientemente de si el medio utilizado sea ‘cara a cara’ o por tecnologías digitales.

Ya desde los primeros años en la masificación de los medios cibernéticos, se postulaba que “a pesar de estar destinado a contribuir positivamente a la sociedad, los aspectos negativos invariablemente se muestran como subproductos del desarrollo de nuevas tecnologías (...). Los efectos negativos inherentes en el cyberbullying, sin embargo, no son leves o triviales y tienen el potencial de infligir serios daños psicológicos, emocionales y sociales.” (Patchin, 2006). Tomándolo desde un plano general, era posible distinguir los riesgos asociados a estar expuesto como un usuario más; e incluso de forma específica, Patchin (2006) se refiere a las generaciones más jóvenes, señalando que “cuando son experimentados entre los miembros de esta población altamente impresionable y a menudo volátil, el daño puede resultar en violencia, lesiones e incluso muerte (...) y posteriormente cargos criminales para ambos, el iniciador y la víctima de bullying.” (Patchin, 2006). Otros estudios también señalan que “debido a la capacidad limitada de auto-regulación y susceptibilidad a la presión de grupo, niños y adolescentes se encuentran bajo riesgo mientras navegan y experimentan en redes sociales.” (O’keeffe & Clarke-Pearson, 2011)

Aún en la actualidad, existe una discusión dividida entre impactos positivos y negativos que el acoso cibernético puede provocar, como se postula en Maltrato escolar: Acoso cibernético o cyberbullying es “debido al enorme impacto que pueden alcan-

zar los problemas sucedidos en el mundo virtual es preciso conocer y comprender las características de internet y su funcionamiento, valorando la importancia que tienen estas herramientas digitales como canales de comunicación, formación y entretenimiento en la vida de niños y adolescentes.” (Garcés, 2018)

Desde un punto de vista psicológico y social, el aspecto identitario toma un papel protagónico nuevamente, sobretodo al hablar de la relación entre un adolescente y la búsqueda por una identidad propia. De acuerdo a Patchin & Hinduja (2011) “la adolescencia es un momento en el que el desarrollo de la identidad es particularmente importante. Durante este período, el proceso de formación de identidad depende en gran medida de las señales del entorno social (es decir, los estereotipos sociales). Por lo tanto, los jóvenes tienden a buscar comportamientos y situaciones que les ayuden a valorarse positivamente y a evitar a aquellos que los hacen sentir mal acerca de quiénes son. En general, esto se relaciona con las percepciones y la aceptación de su yo cambiante y desempeña un papel fundamental en la dirección de su trayectoria de crecimiento personal e incluso profesional.”

La permanencia de esta situación a lo largo del tiempo ha permitido que un nuevo concepto asome entre las repercusiones de las redes sociales en las generaciones más jóvenes. En 2018, Cifuentes señaló que “los teléfonos inteligentes con conexión a internet (smartphone) están alimentando una “cultura del dormitorio”: es decir, para muchos niños el acceso a internet es cada vez más personal, tiene un carácter más privado y está menos supervisado, lo que potencialmente puede ser más peligroso para ellos.”

6.2 Cyberbullying en Chile

Si bien el cyberbullying es una problemática abordada a nivel mundial, distintos casos han sido estudiados durante los últimos años. En 2018, un estudio de la Superintendencia de Educación

evidenció en La Tercera que “la mayoría de las denuncias de acoso escolar que involucran el uso de redes sociales, afecta a las alumnas. En promedio, durante el primer semestre de 2016, 2017 y 2018, el 82% de las afectadas en las denuncias eran mujeres. Incluso, en lo que va de este año, esa cifra creció a un 84%. Además, el informe mostró que el cyberbullying se manifiesta principalmente entre alumnos de quinto a octavo básico, cursos que concentran el 55% de las denuncias” (Mardones, 2018)

Durante el primer semestre de 2019 se anunció que la Superintendencia de Educación “a fines de marzo ya habían recibido 37 denuncias, el doble de los 18 casos que llegaron a esa institución en el primer trimestre de 2018. El alza también se refleja en las cifras anuales de la superintendencia, pues si en 2016 había 184 denuncias, al cierre del año pasado sumaron 403, consolidándose como un tema de primera relevancia.” Adicionalmente, se detectó que, en comparación a los dos años anteriores, existió un “aumento en las denuncias de maltrato a estudiantes -donde las de ciberacoso están incluidas-, las que llegaron a 685 en el primer trimestre, siendo mayoritarias las agresiones psicológicas” (Said, 2019)

Distintas opiniones se han demostrado en cuanto al cómo tratar esta problemática, un ejemplo de esto es una publicación del 2016 por el Parlamento Europeo, asegurando que “en cuanto a penalizar el acoso cibernético a nivel escolar, la tendencia y recomendación es que este no sea tratado a nivel penal por varias razones.” Como señala la misma declaración en Cyberbullying Among Young People, criminalizar a los niños no se considera una solución ideal para enfrentar este fenómeno entre los estudiantes, pues penalizar el acoso cibernético produce diversos efectos negativos, tales como “que el castigo impuesto puede ser desproporcionado con respecto a la conducta del niño; es inconveniente crear situaciones de vergüenza y humillación para los niños implicados; los acosadores debieran ser considerados también víctimas, pues muchas veces usan la agresión porque ellos mismos son niños que pueden estar siendo abusados en su hogar o en otro lugar, y por último, para los niños o jóvenes que acosan son preferibles los mecanismos de justicia restaurativa a

las sanciones penales” (Parlamento Europeo, 2016).

Sin embargo, el panorama nacional refiere directamente a la Ley N° 20.536 de Violencia Escolar, la cual dicta que “se entenderá por acoso escolar toda acción u omisión constitutiva de agresión u hostigamiento reiterado, realizada fuera o dentro del establecimiento educacional por estudiantes que, en forma individual o colectiva, atenten en contra de otro estudiante, valiéndose para ello de una situación de superioridad o de indefensión del estudiante afectado, que provoque en este último, maltrato, humillación o fundado temor de verse expuesto a un mal de carácter grave, ya sea por medios tecnológicos o cualquier otro medio, tomando en cuenta su edad y condición.” (Biblioteca del Congreso Nacional de Chile, 2011) Lo que demuestra la posición del Ministerio de Educación frente al cyberbullying aún en un terreno inestable, debido a que sólo se abarca en situaciones y ambiente escolar.

6.3 Medidas

6.3.1 Superintendencia de Educación

La Superintendencia de Educación a publicado distintas formas de abarcar estos riesgos, específicamente dirigidas para los establecimientos educacionales y los padres o apoderados. Algunos de ellos, son:

“Sugerencias para los apoderados: Si observas al niño o joven con cambios de humor, baja motivación u otros síntomas atípicos, es importante:

- Escuchar lo que ha vivido y cómo se siente sin juzgarlo.
- Estar sereno y adoptar una actitud de comprensión y atención, transmitiendo seguridad.
- Informar al establecimiento sobre la situación y mantener colaboración mutua.
- Recomendar que no responda a las agresiones.
- Guardar los mensajes y bloquear al remitente.”

Obligaciones para los establecimientos: Contar con los siguientes espacios y dispositivos para resguardar una buena convivencia:

- Capacitar a todo el personal en convivencia escolar.
- Contar con un Consejo Escolar o Comité de Buena Convivencia.
- Tener un Encargado de Convivencia.
- Poseer un Plan de Gestión de Convivencia Escolar.
- Promover la gestión colaborativa de conflictos.
- Incluir en el Reglamento Interno protocolos de “Maltrato, acoso escolar o violencia entre los miembros de la comunidad educativa” (Superintendencia de Educación, 2018)

6.3.2 Fundaciones, campañas y entidades

Otras medidas tomadas a nivel nacional son las distintas fundaciones y campañas de ayuda contra el cyberbullying y en pro de la alfabetización tecnológica. Entre ellas se encuentran:

Fundación Summer es una fundación creada en memoria de una joven víctima de ciberacoso por parte de sus pares, que terminó con su vida. El propósito y objetivo de esta fundación es prevenir el suicidio adolescente asociado a situaciones de acoso escolar físico, verbal, escrito, psicológico y/o en redes sociales, a los que jóvenes y niños están siendo expuestos. Llevan a cabo este proyecto en tres etapas: Sensibilización, alfabetización e implementación de Metodología.

Campaña #NoMásBullying es la campaña anual de Ripley Chile propuesta desde 2018 que intenta promover el conocimientos de terminología en relación al mundo cibernético, así como las plataformas en las que el ciberacoso puede desenvolverse.

Fundación Todo Mejora es una fundación creada para promover el bienestar de niños, niñas y adolescentes que sufren bullying y comportamiento suicida, debido a discriminación basada en ori-

entación sexual, identidad y expresión de género.

Campaña Hay Palabras que Matan es una campaña que busca generar conciencia sobre el ciberacoso en estudiantes. Cuenta con un sistema de monitoreo virtual basado en un programa o 'BOT' que protege a la comunidad escolar de episodios de violencia, al detectar palabras clave en tiempo real, como insultos, acosos y amenazas en Facebook, Twitter e Instagram.

Fundación Tecnología Responsable es una ONG sin fines de lucro que nace en respuesta al acelerado avance relacionado con las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones de consumo masivo puestas al alcance de la sociedad y, sobre todo, de los niños.

Seremi de Educación y Superintendencia de Educación son dos entidades del gobierno, asociadas al Ministerio de Educación que entregan información y ayuda en casos de acoso escolar.

VII. Conclusiones

A partir de la información rescatada, es posible abarcar conclusiones tomando elementos de las tres principales aristas para evaluar su desenvolvimiento. Tenemos una generación altamente vulnerable, producto de estrategias no probadas o fallidas de formación, que, además de tener todas estas formas de conexión disponibles para ellos, sugieren un uso no apropiado de ellas.

Siendo una generación que no conoce más límites que los que aún no han sido derribados por la generación anterior, los Centennials expuesta a la inexperiencia, una generación que ha nacido en un mundo donde muchos de los 'privilegios' digitales son adquisiciones comunes, un mundo donde tienden a evitar las relaciones presenciales o 'reales' para acudir a las virtuales. En muchos casos, un mundo idealizado.

¿A qué lleva la idea de 'idealización'? Específicamente se trata de la percepción que sus antecesores, la generación Millennial, han podido expresar (mediante sus propios medios y redes sociales) de sus formas específicas de ver el mundo.

Un individuo nacido en la últimos años de la generación Z se muestra más susceptible a las interacciones 'en pantalla', en comparación a las 'fuera de la pantalla'. Es decir, si bien no todas las

interacciones tienen resultados no placenteros, los que priman son los que están ligados a sentimientos de ansiedad, depresión y soledad. Un adolescente en este periodo de su vida puede considerar la poca actividad social virtual equivalente al mismo aislamiento social; esto se repite en plataformas donde las comunidades son (o parecen ser), más grandes.

Se demuestra también que los adolescentes están mucho más expuestos a la opinión abierta de su propia generación; sus propios medios los vuelven dependientes de sí mismos, sus círculos virtuales parecen ser un mundo equitativo a los círculos sociales de la vida cotidiana, que existe una presión (tanto auto-impuesta como externa) a actuar o realizar una performance, a exponer una parte —mayor o menor— de la vida mediante elementos audiovisuales que afirmen la existencia de otros 'pares'. Tenemos tres factores esenciales en su día a día: el mundo en el que sus padres han vivido e impuesto sus creencias, el mundo en que los influencers y mayores se han impuesto sobre estas creencias, ofreciendo una visión alternativa y asertiva de los principios por los cuales se ven afectados; y finalmente, un mundo 'propio' en el que sus pares se asocian en términos digitales como regla.

Citando nuevamente a Twenge, tenemos un mundo donde la llegada del smartphone ha cambiado radicalmente todos los aspectos de la vida y cómo ésta es percibida, desde la naturaleza de sus interacciones sociales hasta su salud mental, provocando tendencias aparecen inequívocamente de forma independiente al origen étnico, género o religión impuesta a ellos.

En sí, podemos asumir que los medios sociales corresponden a una adicción (apoyado mediante los documentos analizados anteriormente), un elemento que provoca dependencia y alteraciones en distintos niveles del desenvolvimiento humano, un elemento que —mediante los factores mencionados en la estructura de los medios sociales (ver 3.1 Estructura de los medios)—, provoca consecuencias equivalentes a las de otras adicciones; con la diferencia que ésta última no tiene mediación, prohibición o manejo de exposición para menores de edad.

Por otro lado, se puede presumir también que las redes sociales impactan de forma positiva esta generación aún en formación, que les ayuda en distintos ámbitos de la vida (como fue planteado en 4.2 Oportunidades) y que, sin duda, pueden representar la evolución de una comunicación marcada por la televisión durante medio siglo. Es un cambio de paradigmas, de reglas en la comunicación social.

Ya sea como herramienta de innovación, en la cual los usuarios puedan manejar e implementar de forma eficiente y positiva su acceso a la información; como un apoyo en ámbitos educativos, donde la interacción con el medio digital vuelve a los mismos Centennials participantes activos de su propio aprendizaje, además de habilitarlos a adoptar un sistema de educación empírico y dinámico; como un impulsor de la ruptura de paradigmas; o como un detonante para la propagación y discusión de temas contingentes, ayudando a que estos jóvenes formen una opinión propia, argumentada y consciente de los temas que les conciernen en la actualidad —los medios sociales han llegado con la consecuencia de cambiar todo el sistema de comunicación entre jóvenes, desde los ‘digitales nativos’ a las generaciones porvenir.

Siendo el diseño una herramienta de comunicación, la disciplina no puede mantenerse indiferente de la forma en la que esta generación y sus sistemas de comunicación evolucionan. Es indispensable adaptar el diseño al nuevo contexto que propone la introducción de los medios sociales en la vida cotidiana, puesto que, en una disciplina donde la función principal es la resolución de incógnitas, interpretación de significados y en general, un acto de empatía con el mensaje a tratar, es imposible imaginarnos imponer límites a lo que estas plataformas sociales puedan traer al panorama actual de la comunicación e interacción social.

En una generación donde el contenido audiovisual es primordial tanto para sus vidas como el entendimiento del mundo que les rodea, es necesario dar el peso y énfasis en el modo que estas herramientas se están tratando en la actualidad. Los Centenni-

als, como generadores de su propio contenido, traductores gráficos de sus propias emociones, y siendo jóvenes dogmáticos —aprendido de lo que la generación anterior les ha demostrado en cuanto a la libertad de expresión—, estarían evolucionando a convertirse en sus propios diseñadores comunicacionales.

La influencia de las redes sociales en la generación Z aún está en un ambiente muy ambiguo, y —si bien resultan tanto positivas como negativas—, son sin duda indiscutibles. Los medios no sólo dan estructura a sus vidas, también interactúan como una extensión de su ‘voz’, de su lenguaje kinésico y, en síntesis, de todo lo que el lenguaje visual pueda representar a través de una pantalla.

En cuanto a la evolución futura, puede estimarse que tanto la Generación Z como la Generación Alpha (posterior a GenZ, nacidos desde 2010), serán las más susceptibles a los cambios digitales que puedan sufrirse a futuro. Si bien, hay visiones más optimistas con respecto a la dependencia, los resultados encontrados demuestran que, de no existir una mediación entre medios sociales y sus consumidores más jóvenes, el cambio y la brecha de adaptación será inexistente; volviéndose no sólo dependientes de esta tecnología, sino que altamente incompetentes en su restricción absoluta.

**ETAPA
PROYECTUAL**

VIII. Acercamiento al Diseño

8.1 Público objetivo / brecha generacional

A partir de la información recopilada, se detecta una necesidad por ampliar el conocimiento general tanto de padres y/o apoderados, y entidades encargadas de la formación educativa de este grupo adolescente en relación al ciberacoso. La herramienta a elección corresponde a una infografía animada que traduzca esta información a un lenguaje dinámico que puedan comprender tanto adultos como jóvenes, independiente de sus conocimientos previos sobre el tema, y que iría dirigido a los primeros.

El público objetivo abarca (en términos generales) a miembros de las tres generaciones antecesoras: Baby Boomers, generación X y Millenials. Para llegar a ellas, se toman en cuenta los siguientes grupos.

- Fundaciones anti-bullying: Tomar en cuenta una herramienta que apoye o realce las los ideales de las distintas agrupaciones, prestando una herramienta para aquellas que desees incluir ésta en sus campañas
- Instituciones educacionales: Presentando ya la obligación de tomar acción en casos de ciberacoso, es posible abordar este grupo para quienes quieran utilizar dicha herramienta como apoyo

en sus protocolos anti-bullying.

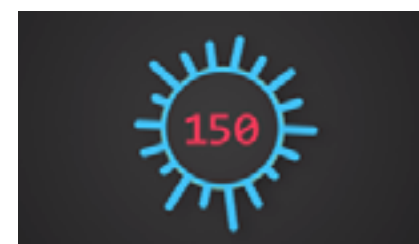
- Padres y/o apoderados: En términos generales, guardianes de dichos adolescentes que deseen informarse sobre sus deberes y derechos en un caso de ciberacoso, que dispongan de acceso a redes sociales en las que puede ser difundido (ej. YouTube, Twitter, etc.)

8.2 Referentes

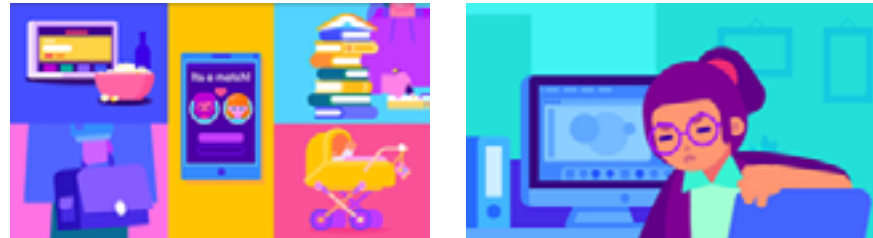
Para llevar a cabo la infografía animada, se ha tomado en referencia distintos medios audiovisuales utilizados para mediatizar información relevante a un público que no necesariamente está en conocimiento de sus respectivas temáticas.

Principalmente se ha abordado en específico tres medios/creadores audiovisuales:

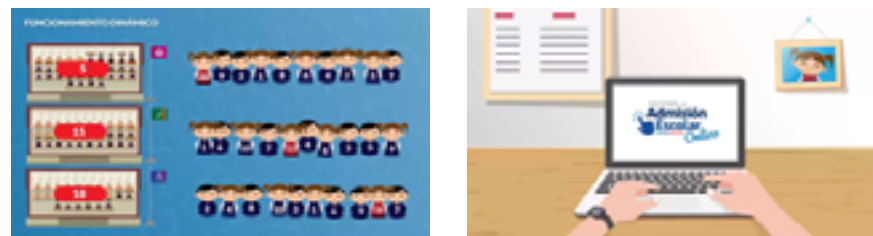
- The Innovation of Loneliness, animada, diseñada y escrita por Shimi Cohen, basándose en la en la charla Connected, but Alone de Sherry Turkle. Es una infografía que ilustra de manera clara y concisa un aspecto técnico en cuanto a la conexión de las redes sociales y la soledad. En un video de cuatro minutos y medio de duración es descrito de forma dinámica cómo estos medios digitales afectan en aspectos sociales y psicológicos en el día a día. Este video en específico hace un gran uso de la narrativa para la fluidez y rítmica de la pieza, volviéndolo no sólo interesante a distintos puntos de vista, sino lo suficientemente conciso como para poder abordarlo en su totalidad.



□ Kurzgesagt – In a Nutshell: Es un equipo dedicado a la creación de infografías animadas bajo la especulación científica de una visión 'nihilista-optimista'. En sus videos se muestra de manera diligente y muy llamativa cómo es posible realizar una traducción entre tópicos altamente complejos y llevarlas al entendimiento de un público general.



□ Infografías animadas del Ministerio de Educación del Gobierno de Chile: Con una serie de videos informativos en cuanto a educación y a distintos sistemas de orden escolar, el Ministerio de Educación utiliza estas herramientas audiovisuales de forma frecuente para dar a conocer información relevante de una forma fácilmente comprensible para para su público. Esta herramienta se utiliza también en otros ámbitos



8.3 Interpretación

En base a esto, se toma la consigna de comunicar de manera informativa y concisa el funcionamiento, riesgos y oportunidades que presentan las redes sociales para la generación adolescente en Chile.

IX. Proceso

9.1 CCC

El concepto central de la infografía debe encontrarse directamente asociada al público al cual aborda, por esta razón, es necesario que la idea esté abarcando las necesidades de fundaciones, padres y/o apoderados y profesionales de la educación en torno a su conocimiento en relación al cyberbullying.

En este caso, la necesidad se encuentra en traspasar conocimiento, y generar conciencia de los riesgos y oportunidades que las redes sociales pueden significar para los adolescentes de los que están a cargo en distintos aspectos de su vida. Para esto es necesario abordar información desde las bases de dicha generación, diferenciarla de otras, apuntar al impacto de los medios digitales en ella y esclarecer de qué modo el ciberacoso forma parte de esta plataforma.

Debido a que la infografía tomará un carácter informativo, es esencial que el tono de la misma sea objetivo, dando a conocer el panorama actual desde una posición neutral y técnica, tomando en cuenta que el público puede o no estar en conocimiento de esta información. Se vuelve esencial estructurar la información de una forma simple y cercana.

En base a esto, se ha definido la frase “generar consciencia” como

piedra estructural de la pieza.

9.2 Estructura

A partir del CCC, se consideran tres temáticas centrales frente a las cuales generar el discurso, desde estas tres aristas, se desglosan los respectivos .

- Generación Z:
- Diferenciar a la generación Z de otras generaciones.
- Mencionar el impacto que la tecnología digital y redes sociales significan en su formación.
- Reconocer los riesgos y oportunidades que las redes sociales significan para esta generación.

- Redes sociales:
- Explicar la teoría detrás de una plataforma social, cuál es su funcionamiento y estructura
- Exponer cómo un usuario se desenvuelve en una red social, de qué forma entrega y recibe información.

- Cyberbullying:
- Explicar las mecánicas del cyberbullying en una red social mediante una ejemplificación.
- Informar sobre la legislatura que protege a las víctimas de ciberacoso.
- Mencionar las medidas tomadas tanto por el Ministerio de Educación como las propuestas por distintas fundaciones de ayuda y prevención.

9.3 Libreto

A partir de esto (y basado en la investigación), se genera un libreto para llevar a cabo la infografía animada. El libreto sigue las directrices estructurales mencionadas anteriormente, añadiendo a ello el título elegido para la infografía: .genC, generando consciencia. Haciendo referencia tanto a la generación de la cual se habla (genZ), y al propósito final de la pieza.

gen.C, generando consciencia

(conectividad)

01. Vivimos en la era de la conectividad digital.

Una época con herramientas de conexión inmediata y escasos límites para adentrarnos en ella; una época donde tenemos acceso a todos, y todos tienen acceso a nosotros.

02. Es gracias a estas redes que podemos comunicarnos diariamente con nuestros círculos sociales, o acceder a fuentes de información interconectada sin límites.

(generaciones)

03. Conocemos este medio como 'mundo virtual', un ambiente compartido activamente por miembros de distintas generaciones de forma simultánea.

04. Entre ellas: La generación X, precursores del internet y la tecnología digital; la generación Y o Millennials, impulsores de las plataformas virtuales modernas; y la generación Z o Centennial, llamados los primeros 'nativos digitales'.

(generación Z)

Pero, ¿qué es un 'nativo digital'? Este grupo se encuentra actualmente en su adolescencia, y es el primero que no recordará un mundo sin conexión cibernética, la conectividad no sólo ha sido parte recreativa de su crecimiento, sino una herramienta sustancial de formación y educación a lo largo

de su vida.

Es una generación individualista, tolerante, arriesgada y más abierta a las interacciones virtuales como parte de su cotidianidad.

Por esto, no sólo viven en un mundo lleno de nuevas oportunidades y desafíos, sino también en un entorno lleno de riesgos.

(redes sociales)

En su mayoría, estos riesgos son vehiculizados por una serie de plataformas que prometen conexión a una estructura social masiva, conocemos estas plataformas como redes sociales.

Las redes sociales son tecnologías interactivas que facilitan la creación y el intercambio de contenido a través de comunidades virtuales.

Esta generación habita en ellas día a día con escasa supervisión y con la ambición de una conectividad permanente. La permanencia es sustancial para el compromiso con la plataforma y el contenido compartido por sus usuarios es lo que alimenta esta realidad y potencia su uso.

Para el usuario, una red social funciona en torno a la identidad: quién eres, qué te representa y cómo te promueves frente a los demás.

Las redes sociales les permiten tener una presencia, relaciones, reputación, acceso ilimitado a grupos, conversaciones e intercambio de información.

Es decir, el usuario es capaz de: crear y editar la realidad, controlar sus contactos y el flujo de éstos, definirse sí mismo en un sistema de puntajes, interactuar de forma inmediata en todo momento y disponer del contenido personal compartido por otros miles de usuarios como él, creando la sensación de intimidad.

Todo parece indicar que las redes sociales son una herramienta poderosa de autorrevelación, y sin embargo, quienes tienen mayor acceso a ellas son adolescentes, grupo con capacidad limitada de autorregulación y mayor susceptibilidad a la presión de grupo, volviéndolos blancos perfectos para el abuso de estas funciones y el desarrollo de una 'cultura de dormitorio'.

(cyberbullying)

Durante este año, las denuncias escolares de cyberbullying se duplicaron en relación a las del año anterior, cifra que sólo promete seguir aumentando en base a esta evolución. Las principales víctimas fueron estudiantes entre quinto y octavo básico, en su mayoría mujeres.

¿Cómo puede presentarse el cyberbullying?

Un joven es usuario receptor de información día a día, se conecta con otros usuarios a través de una o múltiples cuentas que funcionan como su sello identitario en línea.

Cuando un mensaje se extiende a ellos desde el remitente hacia cualquier objetivo, éste se

vuelve compatible, intercambiable y público, independiente de su estado privado original.

Estos mensajes, dependiendo de la plataforma usada, pueden ser completamente anónimos o aludir a una "persona" o identidad falsa, volviéndolo virtualmente un ataque sin origen.

Los mensajes llevan generalmente discursos de odio o depreciación de la víctima, quien tiene posibilidad reducida o nula de responder o resguardarse de este abuso, ya sea por el anonimato o la masificación en el intercambio de información que estas plataformas facilitan.

(legislatura)

¿Qué dice la ley sobre esto? A pesar que la definición de acoso escolar considera el uso tecnológico, el concepto de cyberbullying continúa en un terreno difuso.

La ley de Violencia escolar dicta que: "Se entenderá por acoso escolar toda acción u omisión constitutiva de agresión u hostigamiento reiterado, realizada fuera o dentro del establecimiento educacional por estudiantes que, en forma individual o colectiva, atenten en contra de otro estudiante,(...), que provoque en este último: maltrato, humillación o fundado temor de verse expuesto a un mal de carácter grave, ya sea por medios tecnológicos o cualquier otro medio, tomando en cuenta su edad y condición."

(medidas)

La superintendencia de Educación propone:

En caso de los padres o apoderados, se aconseja mantenerse alerta a cambios anímicos u otros síntomas atípicos en el joven e informar al establecimiento educacional sobre la situación.

En caso de los establecimientos educacionales, existe la obligación de contar con espacios y dispositivos para resguardar una buena convivencia, capacitar al personal escolar y contar con procedimientos para recibir y resolver denuncias de acoso, entre otras medidas.

Otras entidades de ayuda son las distintas fundaciones de prevención al cyberbullying. Entre las sugerencias no promueven el miedo, sino el uso adecuado de dichas plataformas, considerando principalmente la regulación de un adulto entre un adolescente y las redes sociales que éste acostumbra.

El llamado general es a comprender las características y funcionamiento de las redes sociales, valorando a la vez su importancia como canal de comunicación, formación y recreación para los adolescentes.

(Mirada positiva)

Las redes sociales pueden significar también impactos positivos, como volver a sus usuarios más conscientes de su entorno, proporcionán-

doles más oportunidades, hacerles menos susceptibles a confiar en una sola fuente de información, y promover el desarrollo de una opinión propia y proactiva, mucho más internalizada que las generaciones antecesoras.

(conclusión)

La conectividad digital es una realidad inevitable, instaurada en el mundo con más de cuatro mil millones de usuarios vigentes, y la influencia de las redes sociales en ellos, entre impactos positivos y negativos, es indiscutible.

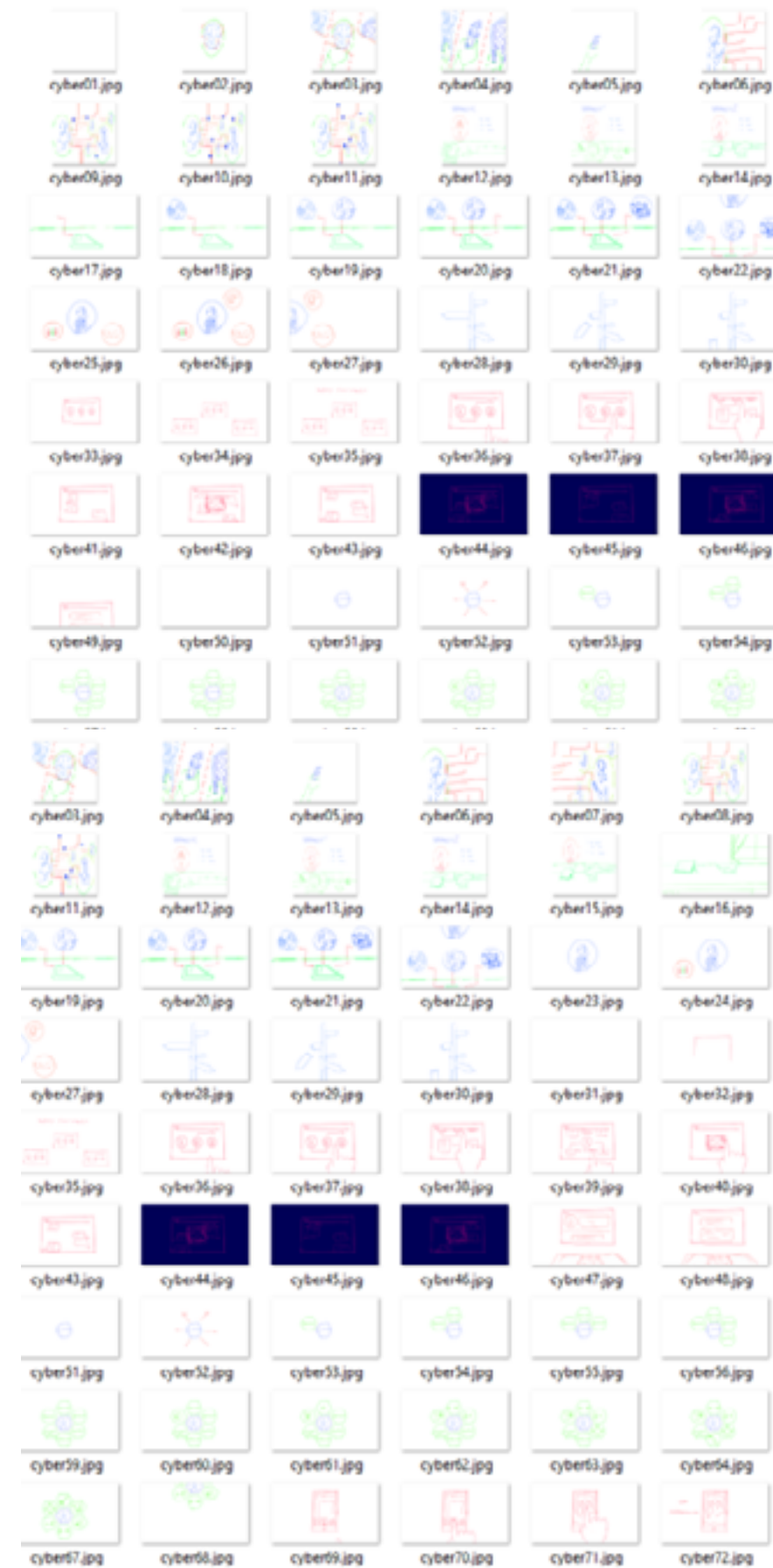
Comprendiendo que vivimos en un mundo interconectado, es necesario reducir la desinformación producida por la brecha generacional para alcanzar mayor entendimiento entre la generación adolescente, las que le preceden y las porvenir.

9.4 Storyboard y Animatic

Con el libreto generado, se produce una serie de ilustraciones secuencias que servirán a modo de referencia y guía probar y entender la fluidez narrativa del mismo antes de llevarlo a una animación final.

En un total de 128 dibujos se compila el total de ocho minutos de animación, comprobados luego junto a la narración y rítmica que la pieza lleva a lo largo de su duración.

Luego de corrección y síntesis, la pieza en animatic se reduce a ochenta ilustraciones (contando fotogramas de animación y transición), con un total de 47 fotogramas clave, que serán utilizados para la creación de cuadros de estilo y para guía visual en el guión técnico.

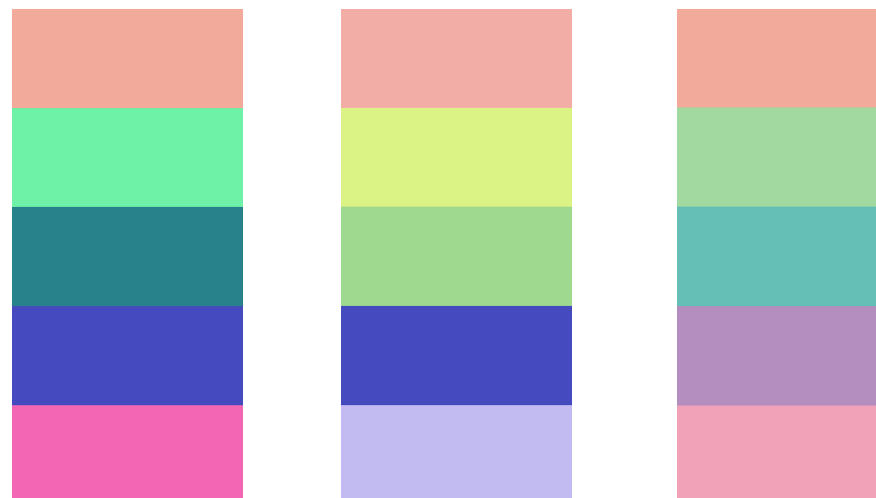


9.5 Cuadros de estilo

Para realizar los gráficos finales de la pieza se utilizó Adobe Illustrator. Tomando las tres referencias mencionadas anteriormente, se considera tomar un tono neutral en la estética de la infografía, teniendo en cuenta una representación familiar y cercana con el receptor. Se utilizan paletas que sean llamativas, sin necesariamente recurrir a la saturación para abordar una dinámica en secuencia que abarque casa escena, en la que al menos un color transicione de una paleta a la siguiente para mantener su continuidad.

En base a esta paleta se generan los gráficos inspirados en flat design, los cuales representarán distintos aspectos de la narración de una forma más cercana al espectador. Tomando en cuenta la existencia de personajes, se decide mantener a cada personificación sin un rostro definido, para enfatizar la idea que empatía entre lo representado y el público al que va dirigido.

La tipografía elegida para el énfasis de ideas y representación de conceptos es la familia tipográfica Montserrat, ya que mantiene la neutralidad del concepto y su simplicidad a lo largo de la pieza, adaptándose correctamente al tono que ésta otorga.








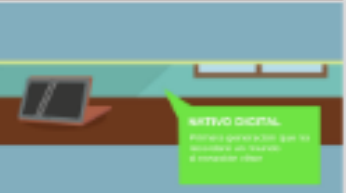












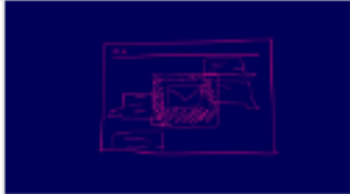

9.6 Guión técnico






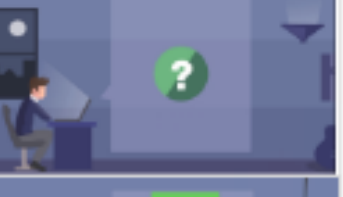


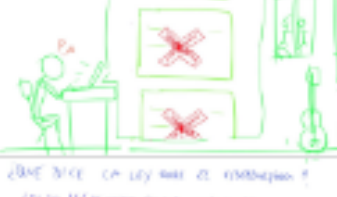

Trabajando conjuntamente entre los aspectos visuales y narrativos de la pieza final, se genera un guión técnico, en la cual se señalan punto por punto cada aspecto de la animación a crear. Se toman en cuenta once clasificaciones, en las cuales se jerarquizan según su grado de importancia o secuencia de creación:

- Escena: temática general de los cuadros agrupados.
- Plano: Subgrupo de cada escena, temática específica de cada cuadro.
- Encuadre: Espacio capturado en cada cuadro.
- Mov: Movimiento de cámara (*en ciertos casos usado para transición).
- Elementos: Cada gráfico (animado) en un cuadro.
- Fondo: Escenario o plano (color) utilizado.
- Acción: Animación realizada en cada cuadro.
- Narración: Sección del libreto narrada en cada cuadro.
- Infografía: Datos escritos.
- Sonido: Música utilizada y sfx. (efectos de sonido)
- Storyboard: Ilustración guía.
- Cuadro de estilo: Elementos finales posicionados para animar.





GUIÓN TÉCNICO

Escenas	Plano	Encuadre	Mov	Elementos	Fondo	Acción	Narración	Infografía	Sonido	Storyboard	Cuadro de estilo
Conectividad	Introducción	Plano general	-	Tierra conectada por redes	Plano matices	Tierra girando, conectada por redes que giran en dirección distinta	"Vivimos en la era de la conectividad digital."	-	Instrumental I ->		
		Plano general	Transición de paneles en diagonal desde arriba y abajo	tres paneles de redes sociales (smartphone, laptop, tablet), cinco personas de perfil en redes	Plano	Laptop, smartphone y tablet siendo utilizados individualmente	"Una época con herramientas de conexión inmediata y escasos límites para adentrarnos en ella."	-	-		
		Primer plano - Plano general	Desde primer plano hace zoom-out hasta plano general	Usuarios, redes.	Plano	Usuarios usando sus smartphones, redes los conectan unos a otros.	"Una época donde tenemos acceso a todos, y todos tienen acceso a nosotros."	-	-		
	Presentación: título	Plano general	-	Logo de infografía animada	Plano general previo	El fondo se difumina y aparece el título de la infografía en estilo pop-up		"Gen. C: Generando consciencia"	Sfx: Movimiento de velocidad, mensaje recibido.		
	Reconocimiento	Plano general	-	Usuarios, redes, token info.	Plano	Múltiples token de info. se traspasan de un usuario a otro	"Es gracias a estas redes que podemos comunicarnos diariamente con nuestros círculos sociales, o acceder a fuentes de información interconectada sin límites."	-	Sfx: Notificaciones.		
	Convivencia	Plano general	-	Red, token info.	Plano	Token info atraviesa pantalla	"Conocemos este medio como 'mundo virtual,'"	"Mundo virtual"	-		
Generaciones	Principales generaciones	Plano general	Zoom-out	Ícono genX, ícono genY, ícono genZ	Plano	Ascenso de íconos, se escalan a destiempo.	"Un ambiente compartido activamente por miembros de distintas generaciones de forma simultánea."	-	-		
	Generación X	Plano general	-	Ícono genX	División escritorio genX	Características en movimiento, giro de ícono	"Entre ellas: La generación X, precursores del internet y la tecnología digital;"	"Generación X", "generación de los '80", "Transición a la democracia", "Democratización del consumo", "Gobierno militar"	Sfx: giro		
	Generación Y o Millenials	Plano general	-	Ícono genY	División escritorio genY	Características en movimiento, giro de ícono	"La generación Y o Millenials, impulsores de las plataformas virtuales modernas;"	"Generación Y", "Revolución tecnológica", "redes sociales", "Globalización", "Generación de los '90"	Sfx: giro		

											
Generación Z	¿Qué es un nativo digital?	Plano general	Ascendente, abre plano	-	Escritorio genZ (full)	Fade-out de elementos	"Pero, ¿qué es un 'nativo digital'?"	-	-		
		Plano general	-	Globo de texto	División escritorio genZ	Aparece globo de texto, se escribe definición	"Este grupo se encuentra actualmente en su adolescencia, y es el primero que no recordará un mundo sin conexión cibernética."	"Nativo digital: Primera generación que no recordará un mundo sin conexión cibernética"	Sfx: Notificación		
	Relación	Primer plano	Zoom-in a primer plano	Ventana "recreación", ventana "formación", ventana "educación"	Escritorio genZ (full)	Se dibujan redes hasta las tres ventanas acorde a narración	"La conectividad no sólo ha sido parte recreativa de su crecimiento, sino una herramienta sustancial de formación y educación a lo largo de su vida"	"Recreación", "formación", "educación"	-		
	Oportunidades y riesgos	Plano general	-	Ícono genZ2, token tolerancia, token riesgo, token interacciones virtuales, token individualismo	Plano	Giro de tokens al rededor de ícono central. Se escriben las palabras se dibujan líneas para destacar.	"Es una generación individualista, tolerante, arriesgada y más abierta a las interacciones virtuales como parte de su cotidianidad."	"Tolerante", "arriesgada", "más abierta a interacciones virtuales", "individualista"	-		
		Plano general	-	Poste de letrero, letrero quebrado	Plano matices	Delineado de poste, se escribe el texto en relación a narración	"Por esto, no sólo viven en un mundo lleno de nuevas oportunidades y desafíos,"	"oportunidades", "desafíos"	-		
		Plano general	Descenso	Poste de letrero, letrero quebrado	Plano matices	Ruptura de flecha, flecha cae. Escritura de texto.	"sino también en un entorno lleno de riesgos."	"Riesgos"	Instrumental II ->		
Redes sociales	Introducción	Plano general	-	Tab red social (x3)	Plano	Aparecen tres tabs de red social, se posicionan de forma consecutiva en la pantalla	"En su mayoría, estos riesgos son vehiculizados por una serie de plataformas que prometen conexión a una estructura social masiva, conocemos estas plataformas como redes sociales."	"Redes sociales"	-		
	Definición	Primer plano	Zoom-in a primer plano	Tab red social, mano apuntando.	Plano	Mano atraviesa tab de red social, interactuando.	"Las redes sociales son tecnologías interactivas que facilitan la creación y el intercambio de contenido a través de comunidades virtuales."	-	-		
	Permanencia	Primer plano	-	Tab chat, mensaje pop-up, manos escribiendo, teclado	Plano	Aparición de teclado y manos escribiendo, mensaje pop-up en bucle.	"Esta generación habita en ellas día a día con escasa supervisión y con la ambición de una conectividad permanente."	-	Sfx: Notificación.		

	Introducción	Plano general	Descenso	-	Habitación genZ	Se escribe el título de la escena	"¿Cómo puede presentarse el cyberbullying?"	"¿Cómo puede presentarse el cyberbullying?"	-	¿CÓMO PUEDE PRESENTARSE EL CYBERBULLYING?	¿CÓMO PUEDE PRESENTARSE EL CYBERBULLYING?
	Ejemplo - Parte 1: Joven como usuario	Plano general	-	Icono usuario(x5)	Habitación genZ	Se escalan los icono de usuario uno a uno, posterior flecha de sello identitario.	"Un joven es usuario receptor de información día a día, se conecta con otros usuarios a través de una o múltiples cuentas que funcionan como su sello identitario en línea."	"Sello identitario en línea"	-		
	Ejemplo - Parte 2: Mensaje	Plano general	-	Globo de texto, screencap, redirección, grupo	Habitación genZ	Aparece globo de texto, se enlaza a los tres elementos siguientes acorde a la narración	"Cuando un mensaje se extiende a ellos desde el remitente hacia cualquier objetivo, éste se vuelve compartible, intercambiable y público, independiente de su estado privado original."	"Compartible", "intercambiable", "público"	-		
	Ejemplo - Parte 3: Origen	Plano general	-	Icono incógnita, icono anónimo, icono genZ	Habitación genZ	Giro de íconos en fade-in y fade-out	"Estos mensajes, dependiendo de la plataforma usada, pueden ser completamente anónimos o aludir a una "persona" o identidad falsa, volviéndolo virtualmente un ataque sin oríen"	"Dependiendo de la plataforma usada", "falsa"	-		
	Ejemplo - Parte 4: Origen	Plano general	-	Globo de texto X (x7)	Habitación genZ	Globo de texto X suben en bucle	"Los mensajes llevan generalmente discursos de odio o depreciación de la víctima, quien tiene posibilidad reducida o nula de responder y resguardarse de este abuso,"	-	Sfx: Notificaciones.		
		Primer plano	Zoom-in a primer plano.	Globo ataque 1, globo ataque 2, globo ataque 3, globo ataque 4	Habitación genZ	Aparecen globos de ataque posterior al zoom-in en primer plano.	"ya sea por el anonimato o la masificación en el intercambio de información que estas plataformas facilitan."	-	Sfx: Notificaciones.		
Legislatura	Introducción	Plano general	-	Lupa	Plano diagonal	Escritura de texto, aparece lupa por la derecha, haciendo un barrido por todo el texto	"¿Qué dice la ley sobre esto? A pesar que la definición de acoso escolar considera el uso tecnológico, el concepto de cyberbullying continúa en un terreno difuso."	"¿Qué dice la ley sobre el cyberbullying?"	-	¿QUÉ DICE LA LEY SOBRE EL CYBERBULLYING?	¿QUÉ DICE LA LEY SOBRE EL CYBERBULLYING?
	Ley 20.536 de Violencia Escolar	Primer plano	Zoom-in.	Lupa	Plano diagonal	El texto es subrayado conforme es mencionado en narración	"La ley de Violencia escolar dicta que: "Se entenderá por acoso escolar toda acción u omisión constitutiva de agresión u hostigamiento reiterado, realizada fuera o dentro del establecimiento educacional por estudiantes que, en forma individual o colectiva, atenten en contra de otro estudiante,(...), que provoque en este último: maltrato, humillación o fundado temor de verse expuesto a un mal de carácter grave, ya sea por medios tecnológicos o cualquier otro medio, tomando en cuenta su edad y condición."	"Se entenderá por acoso escolar toda acción u omisión constitutiva de agresión u hostigamiento reiterado, realizada fuera o dentro del establecimiento educacional por estudiantes que, en forma individual o colectiva, atenten en contra de otro estudiante,(...), que provoque en este último: maltrato, humillación o fundado temor de verse expuesto a un mal de carácter grave, ya sea por medios tecnológicos o cualquier otro medio, tomando en cuenta su edad y condición."	-	¿QUÉ DICE LA LEY SOBRE EL CYBERBULLYING?	¿QUÉ DICE LA LEY SOBRE EL CYBERBULLYING?

Medidas	Superintendencia de Educación y medidas para padres o apoderados	Plano general	-	Icono padres, ticket (x6)	Plano	Aparición de ícono padres junto a escritura de texto conforme a narración.	"Frente a esta problemática, la superintendencia de Educación propone los siguientes protocolos y estrategias: En caso de los padres o apoderados, se aconseja mantenerse alerta a cambios anímicos u otros síntomas atípicos en el joven e informar al establecimiento educacional.	"La superintendencia de educación propone", "en caso de apoderados, se aconseja"; (consejos de superintendencia)	-		
	Medidas para establecimientos educacionales	Plano general	-	Icono colegio, ticket(x10)	Plano	Aparición de ícono colegio junto a escritura de texto conforme a narración.	"En caso de los establecimientos educacionales, existe la obligación de contar con espacios y dispositivos para resguardar una buena convivencia, capacitar al personal escolar y contar con procedimientos para recibir y resolver denuncias de acoso, entre otras medidas."	"Instituciones educacionales, es obligatorio contar con", (obligaciones institucionales)	-		
	Fundaciones de prevención	Plano general	-	Cuadro fundación 1, cuadro fundación 2, cuadro fundación 3, cuadro fundación 4, cuadro fundación 5	Plano	Se dibujan líneas de énfasis conforme aparece cada cuadro de fundación y su respectivo texto.	"Otras entidades de ayuda son las distintas fundaciones de prevención al cyberbullying, entre las sugerencias no promueven el miedo, sino el uso adecuado de dichas plataformas, considerando principalmente la regulación de un adulto entre un adolescente y las redes sociales que éste acostumbra."	"Fundaciones y campañas de prevención"	-		
Oportunidades	Llamado general	Plano general	-	Icono genZ2, token comunicación (1-6)	Plano	Tokens de comunicación se conectan y giran en torno a ícono.	"El llamado general es a comprender las características y funcionamiento de las redes sociales, valorando a la vez su importancia como canal de comunicación, formación y recreación para los adolescentes."	-	-		
	Impactos positivos	Plano general a primer plano	-	Ventana "oportunidad", ventana "susceptibles", ventana "opinión"	Plano	Fade-in de ventanas, acercamiento de cada una en forma consecutiva según son mencionadas en narración, junto a un texto de apoyo.	"Las redes sociales pueden significar también impactos positivos, como volver a sus usuarios más conscientes de su entorno proporcionándole así más oportunidades, hacerles menos susceptibles a confiar en una sola fuente de información, y a promover el desarrollo de una opinión propia y proactiva, mucho más internalizada que las generaciones antecesoras."	"+ oportunidades", "menos susceptibles", "promover desarrollo de opinión propia"	Instrumental I ->		
Conclusión	Influencia	Plano general	-	Tierra conectada por redes	Plano	Tierra girando, conectada por redes que giran en dirección distinta, posterior escritura de texto.	"La conectividad digital es una realidad inevitable, instaurada en el mundo con más de cuatro mil millones de usuarios vigentes, "	"+4.000 millones de usuarios vigentes"	-		
		Plano general	Ascenso	Redes, ventana de paneles sociales.	Plano	Redes giran, fade-in de ventana de paneles sociales.	"y la influencia de las redes sociales en ellos, entre impactos positivos y negativos, es indiscutible."				

Brecha generacional	Plano general	-		División escritorio genX, división escritorio genY, división escritorio genZ	Entrada de divisiones de escritorio por la derecha e izquierda en orden descendente.	"Comprendiendo que vivimos en un mundo interconectado, es necesario reducir la desinformación producida por la brecha generacional para alcanzar mayor entendimiento entre la generación	-			
Título	Plano general		Logo de infografía animada	Plano	Aparición de logo de infografía.	" las que le preceden y las porvenir"	"Gen. C: generando consciencia"	Sfx: Movimiento de velocidad, mensaje recibido.		

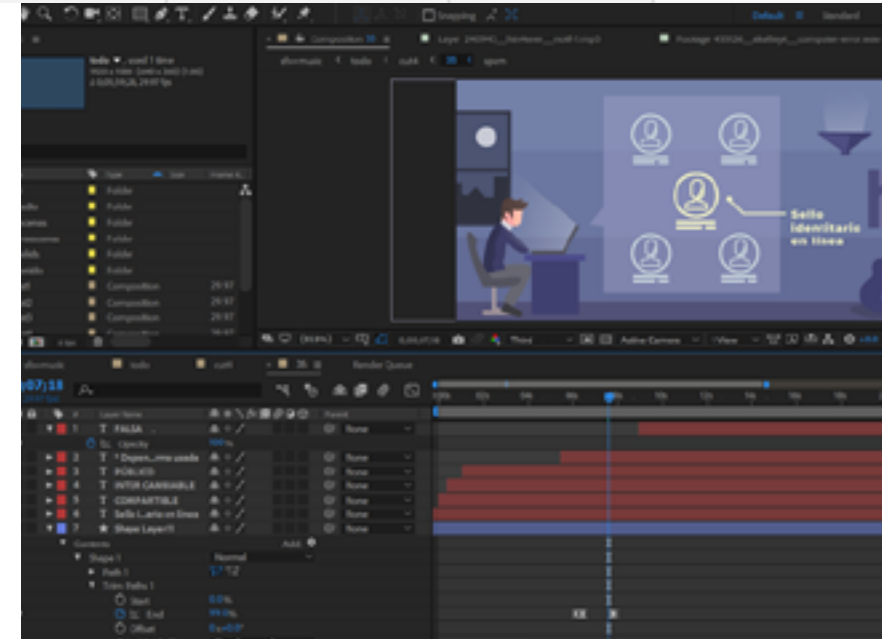
9.7 Animación

La animación fue realizada en el software Adobe After Effects. Cada escena fue animada en composiciones separadas y unidas según la temática general de cada sección en post-producción.

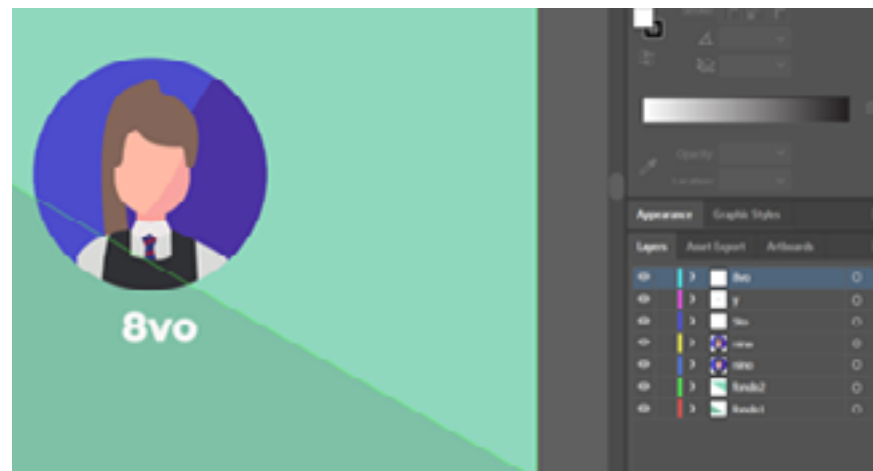
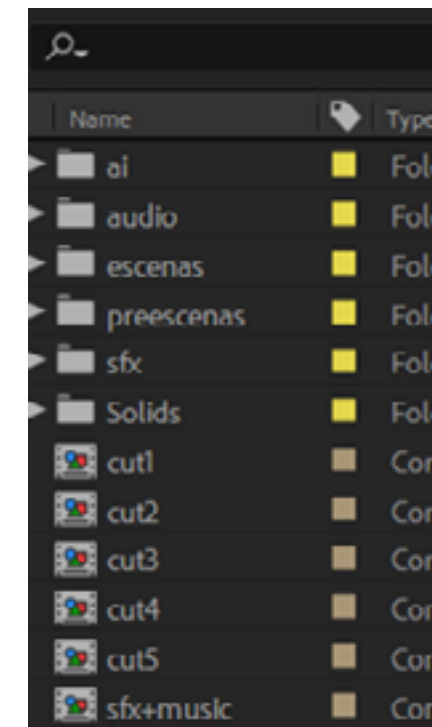
El proyecto fue organizado en pre-escenas, escenas, cuts (secciones por temática) y postproducción para agregar las piezas musicales.

La pre-escenas corresponden a bucles dentro de cada escena, y cada escena fue ensamblada en un cut correspondiente para probar la fluidez a lo largo de la animación. La organización cuenta también con carpeta de ilustraciones, audios y sólidos creados en el mismo software para gestionar animaciones detalladas en el guión técnico y emuladas en los cuadros de texto.

Adicionalmente, se mantiene una serie de archivos de respaldo para asegurar tanto el funcionamiento del software como la lectura correcta del archivo. Cada gráfico creado con anterioridad se estructura en un archivo de Adobe Illustrator y separado por capas según el uso que se le dará en cada escena en cuanto a su animación.



- backup1.aep
- backup2.aep
- backup3.aep
- backup4.aep
- backup5.aep
- backup6.aep
- backup7.aep
- backup8.aep
- backup9.aep
- backup10.aep
- backup11.aep
- backup12.aep
- backup13.aep
- backup14.aep
- backup15.aep
- backup16.aep



9.8 Post-producción

A la animación fue añadido dos piezas instrumentales distintas y una serie de efectos de sonidos para volver la pieza más inmersiva en distintos aspectos del audio entregado, impulsando de este modo la misma narración.

□ Instrumental I: Corresponde a una melodía ligera y “optimista”, este instrumental es utilizado durante la primera sección informativa sobre la Generación Z y abarcada hasta la primera mención sobre los riesgos de las redes sociales. Se utiliza nuevamente al hablar de las oportunidades y anunciar la conclusión de la infografía.

□ Instrumental II: Se trata de un instrumental más enigmática, acentuando el tono que toma la infografía durante la sección que advierte sobre las mecánicas del cyberbullying.

□ Efectos de sonido: Se adquirió una serie de efectos de sonidos que corresponden en su mayoría a efectos de movimiento y notificaciones de móvil.

La pieza resultante corresponde a un corte de seis minutos, archivo de video .mp4 en formato 1080p (1920x1080), en un framerate de 29.97fps.

X. Testeo

Se utiliza el archivo mencionado anteriormente como pieza inicial para un testeo realizado en tres públicos objetivo iniciales y uno añadido. El test se realiza bajo dos herramientas de recolección de información: Grupo focal y entrevistas individuales.

10.1 Grupos

Se entrevistó un total de diecisiete personas, entre 14 y 62 años, las cuales pueden ser divididas en tres grupos: Profesionales de la educación, profesionales asistentes de Educación, y apoderados y estudiantes.

GRUPO: PROFESIONALES DE LA EDUCACIÓN

Nombre	Estudios	Profesión actual
Emiliano Cabrera	Pedagogía en Lenguaje, Magíster en Gestión y Dirección	Director de escuela municipal
Olimpia Segovia	Pedagogía General Básica y Licenciada en Educación	Jefa de Unidad Técnico Pedagógica de escuela municipal
Claudia Vallecillo	Pedagogía en Educación Parvularia, postítulo en gestión de administración de establecimientos educacionales, entre otros.	Adjunta de Unidad Técnico Pedagógica, Coordinadora de Educación parvularia de escuela municipal
Nicja Núñez	Pedagogía en Francés	Orientadora de escuela municipal
Susan Galicraga	Educación General Básica	Profesora de escuela municipal
Marcelo Riquelme	Educación General Básica, mención en Matemáticas	Profesor de escuela municipal
Angela Vergara	Pedagogía en Educación General Básica, magíster.	Profesora de escuela municipal
Juan Pablo Hernández	Pedagogía en Lenguaje	Profesor de escuela municipal.
Margarita Durán	Pedagogía en Educación General Básica, Magíster en Currículo y Evaluación	Coordinadora de 2do Ciclo básico, Profesora de escuela municipal.
Isabel Rivas	Pedagogía en Educación General Básica	Coordinadora de 1er Ciclo básico, Profesora de escuela municipal
Camila Trincado	Pedagogía en Educación Diferencial, magíster en motricidad infantil	Profesora diferencial en Programa de Integración Escolar en escuela municipal
Paulina Mesina	Pedagogía en Educación General Básica	Asistente de Aula

GRUPO: PROFESIONALES ASISTENTES DE LA EDUCACIÓN

Nombre asignado	Estudios	Profesión actual
Cynthia Unda	Psicología	Psicóloga en colegio particular subvencionado
Manuel Saa	Técnico jurídico	Técnico jurídico, ex terapeuta ocupacional en centro de terapia del comportamiento

GRUPO: APODERADOS Y ESTUDIANTES

Nombre asignado	Apoderado / Estudiante	Ocupación actual
Viviana Rivas	Apoderado	Dueña de casa
Maximiliano Castro	Estudiante	Estudiante de 8vo básico
Valentina León	Estudiante	Estudiante de 8vo básico

10.2 Focus group

El primer focus-group fue realizado en una escuela municipal en San Miguel, en la cual se presentó la infografía animada a un grupo de docentes, en la cual se discutió la utilizada que esta información tenía para su función como profesionales de la educación.

El grupo consistió de diez personas, en las cuales se rescató información correspondiente a cada una de ellas en cuanto a su propia visión frente a dicho tema y el uso de esta herramienta para abordar el cyberbullying en el ambiente laboral.



Durante esta sesión se abordaron temas como el conocimiento o desconocimiento de la información abordada, en la cual se aclaraba en una mayoría que existían métodos para abordar este tema pero que éste no se encuentra en el conocimiento global de todo el personal educativo.

Dentro de la discusión, se dio a conocer que la mayoría de los docentes no habían vivido casos de ciberacoso o sólo lo habían presenciado de forma indirecta. En menores instancias, habían sido víctimas de ciberacoso tanto en su ambiente laboral como en durante su adolescencia.

La mayoría admite la existencia de un protocolo para ciberacoso, sin embargo, no todos conocen su funcionamiento, algunos no se encuentran seguros de cuáles son las medidas a abordar. A pesar de ello, la mayoría se consideraba en el rol de mediador o directamente en el cargo de prevención para estos casos; en estas circunstancias, se hace notoria y necesaria la existencia de esta información a disponibilidad de todos, bajo sus propias palabras.

En relación al video, es reiterada la mención de este video como una herramienta útil para el rol que ellos mismos desempeñan, haciendo alusión a su funcionalidad de prevención, proponiendo su uso para talleres para padres. En una de estas instancias, se menciona la falta de más ejemplos concretos y estadísticas.

Llama la atención para el grupo la dinámica del video, caracterizándose como una herramienta atractiva y amigable. Algunas de las secciones que llamaron más la atención fueron las estadísticas de denuncia en Chile, la diferenciación de generaciones, la estructura de una red social y los distintos conceptos explicados durante el transcurso del video.

En su mayoría se consideró un video útil tanto para profesionales de la Educación, como para estudiantes y adolescentes. También se consideran fundaciones y campañas de prevención.

El segundo grupo (junto a dos profesionales de la Educación) fue realizado de manera individual, concentrando su retroalimentación en la entrevista posterior. Este grupo consideró útil la información entregada en el video, acotando que podría usarse para trabajar en conjunto con toda la comunidad educativa, o como una herramienta de comunicación. Se catalogó la infografía animada como un "video interesante, entretenido, directo y con información clara y precisa", en otras instancias se mencionó como un video que necesita de "más profundidad, más incisivo".



El tercer focus-group se realizó a los estudiantes con sus respectivos padres y apoderados presentes, en la cual dieron a conocer su opinión respecto a la infografía observada.

En este grupo se mencionó que han tomado tanto rol de apoyo a otros padres en situaciones de ciberacoso para informar al establecimiento y denunciar dichas situaciones. En caso de los estudiantes, se mencionó que no han tenido experiencias de ciberacoso. En caso de los estudiantes, se mencionó su intención por compartir esta información con sus pares.

Se menciona también que en estos casos denunciarían o denunciaron directamente a autoridades y a otros apoderados al respecto, algunos mencionan hablar directamente con los estudiantes involucrados. Ninguno detalla explícitamente el denunciar en los establecimientos educacionales.

Mencionan que la infografía animada sí serviría tanto de apoyo para su rol en la vida del estudiante como para la concientización de la comunidad escolar en la prevención del ciberbullying, entregando información también a sus pares. Se menciona también su utilidad para los docentes a cargo de sus hijos en el aula.

La opinión general, ninguno se encontró en desacuerdo con la información, considerándola relevante y necesaria de exponer a los distintos ambientes en los que se desenvuelven tanto los adolescentes como todos los adultos relacionados a su formación.

La opinión generalizada de los tres grupos fue tomada como un buen material de información, llamativo, concreto y conciso. Se describió como un video con información clara, comprensible para el universo receptor de dichos datos y atinente a la realidad actual.



10.3 Entrevistas

Se llevó a cabo una entrevista a las diecisiete personas participantes, en la cual abarcó las siguientes preguntas, que abarcaron además las conversaciones del focus-group:

¿Qué uso le das a las redes sociales en tu vida cotidiana? (ej. Facebook, WhatsApp, Twitter, Instagram, Snapchat, Reddit, etc.)

- Muy frecuente. Las uso cada día y varias veces al día.
- Frecuente. Las uso todos los días, para situaciones específicas.
- Promedio. Las uso varias veces durante la semana.
- Ocasionalmente. Las uso pocas veces a la semana.
- Rara vez. Las uso pocas veces en el mes.
- Nunca.

Usas las redes sociales por:

- Trabajo (ej. comunicarte con tu comunidad laboral)
- Ocio (ej. chatear con amigos, compartir videos o memes, etc)
- Educación (ej. compartir o enterarse de información sobre un tema en específico)
- Seguridad (ej. informarte sobre tus seres queridos, compartir tu ubicación, etc)
- Otro: _____

Consideras las redes sociales:

- Útiles y necesarias.
- Útiles, pero innecesarias.
- Inútiles e innecesarias.

¿Qué veracidad le otorgas a la información que recibes por redes sociales?

- Total. Siempre confío en la información entregada sin verificarla.
- Alta. Sólo verifico los hechos si se trata de un emisor desconocido.
- Regular. Verifico que la información sea verídica si parece pertinente hacerlo.
- Baja. Siempre verifico la información, independiente de su emisor o contenido.
- Nula. No confío en la información entregada redes sociales.

Cyberbullying

¿Conoces el término cyberbullying?, ¿es usado en utilizado en tu ambiente laboral/escolar?

Sí, lo conozco y es utilizado.

Sí, lo conozco pero no es utilizado.

No lo conozco, pero es utilizado

No lo conozco y no es utilizado.

¿Cuál es tu experiencia con el cyberbullying o abuso escolar por redes sociales?, ¿has sido testigo o víctima de estos casos?

Tu respuesta _____

¿Qué rol empleas en un un caso de cyberbullying escolar?

Tu respuesta _____

*En caso de educadores y otros profesionales: ¿Existe un protocolo para abarcar el cyberbullying en tu ambiente laboral?

Tu respuesta _____

*En caso de padres o apoderados: ¿Qué acciones tomarías o has tomado en un caso de cyberbullying?

Tu respuesta _____

*En caso de estudiantes/adolescentes: ¿Cómo reaccionarías o has reaccionado en un caso de cyberbullying?

Tu respuesta _____

Infografía Gen.C

Preguntas en relación al video.

¿Conocías toda la información entregada en el video sobre el cyberbullying?

Sí, conocía toda la información entregada.

Conocía parte de esta información.

No, desconocía todo o casi toda la información entregada.

Como herramienta de información, te pareció:

Muy útil, es información relevante que todos deberían tener.

Útil, pero existe información confusa o demasiado específica.

Poco útil, hay información relevante pero la mayoría no lo es.

Inútil, carece de información relevante o clara sobre el tema tratado.

* En caso de profesionales y apoderados: ¿La información entregada serviría de apoyo alguno para el rol que desempeñas?, ¿de qué modo?

Tu respuesta _____

*En caso de estudiantes y adolescentes: ¿crees que esta información es relevante para tu vida cotidiana?, ¿la compartirías con tus amigos o compañeros?

¿Para quiénes consideras que sería útil la información entregada?

Fundaciones y campañas contra el abuso escolar.

Educadores y docentes de la Educación

Profesionales fuera del ámbito educacional. (ej. Psicólogos, terapeutas, etc)

Padres y apoderados.

Estudiantes y adolescentes.

Otro:

¿Hay alguna sección e información con la que te encuentres en desacuerdo o no consideres relevante?. ¿por qué?

Tu respuesta _____

En qué medios sería relevante esta información:

En apoyo a una charla sobre el abuso escolar.

En plataformas como Youtube para fácil acceso.

En plataformas como Whatsapp para su rápida difusión.

En posesión de un establecimiento educacional o de profesionales competentes al tema.

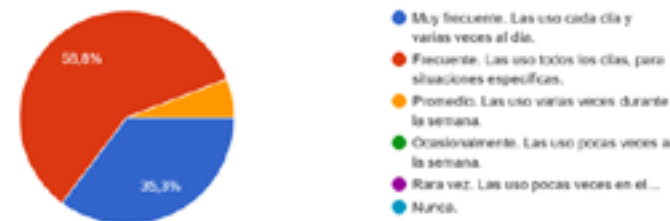
Otro:

10.3 Entrevistas

Luego de la visualización de la infografía animada y bajo el conocimiento de estas tangentes, el resultado obtenido de dicha entrevista fue el siguiente:

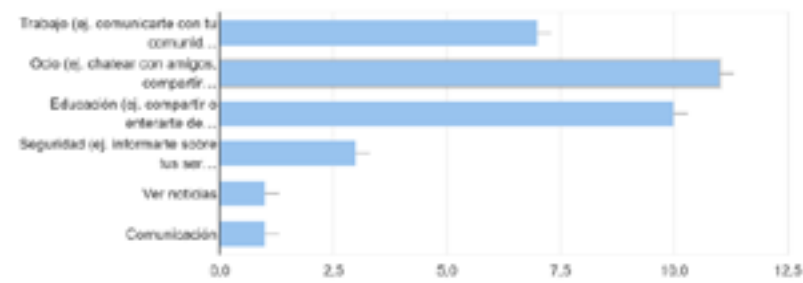
□ Se denota un uso amplio y frecuente de las redes sociales, dando a conocer su entendimiento de lo que son y una noción general del cómo funcionan.

¿Qué uso le das a las redes sociales en tu vida cotidiana? (ej. Facebook, WhatsApp, Twitter, Instagram, Snapchat, Reddit, etc.)
17 respuestas



□ En los distintos casos, se menciona a las redes sociales como una herramienta para el ocio, educación y trabajo. Es decir, su uso fluctúa entre el entretenimiento y la utilidad relacionada a la retroalimentación de contenido.

Usas las redes sociales por:
16 respuestas



□ En todos los casos se considera a las redes sociales como un medio útil de comunicación, mientras las opiniones distan su absoluta necesidad en el día a día.

Consideras las redes sociales:
17 respuestas



□ Se consideran a las redes sociales como un medio de comunicación poco confiable, tomando en cuenta que la veracidad adjudicada prima el nivel regular. Por lo general, se considera el emisor para decidir la veracidad del contenido.

¿Qué veracidad le otorgas a la información que recibes por redes sociales?
17 respuestas



+ç□ En todos los casos existía el conocimiento del término cyberbullying, no en todos los casos era utilizado de forma amplia en el ambiente educacional.

¿Conoces el término cyberbullying?, ¿es usado en utilizado en tu ambiente laboral/escolar?
17 respuestas



□ En cuanto a la infografía, existe el desconocimiento de al menos parte de la información entregada, mientras un universo más pequeño estaban en total consciencia de esta información.



□ En todos los casos, la información entregada en el video pareció muy útil y con información pertinente para todo público.



XI. Conclusiones

11.1 Resultados

La conectividad es una realidad inevitable y las redes sociales toman un papel importante (si no protagónico) en ella. A lo largo de la investigación (y posteriormente comprobando de forma empírica durante el proceso proyectual), es posible comprobar que las redes sociales corresponden a una realidad necesaria e instaurada, razón por la cual es pertinente informar sobre éstas, independiente del rango etéreo oyente.

Ya a partir del proceso de referencia e interpretación, se puede rescatar temas que saltan a la luz de forma reiterada a lo largo de la investigación; la necesidad por informar se vuelve primaria y mayor al ejemplificar sobre casos u asumir la existencia de un conocimiento previo. Si bien se da por base que las tres generaciones mencionadas tienen conocimiento de la información entregada, en muchos casos (durante el proceso de testeó) se observó que la información conocida variaba de persona a persona, cuando se señaló las partes que llamaban la atención en específico.

Tomando un análisis directo de la infografía animada, es posible rescatar los objetivos planteados al inicio de la investigación:

En primera instancia, se propuso exponer las mecánicas e impacto del cyberbullying en la Generación Z y su desenvolvimiento a generaciones mayores para su prevención, las cuales se dieron a conocer de forma secuencial e interpretando bajo un lenguaje simple que tanto profesionales como desconocedores del tema (en este caso, abordando a la información que los padres o apoderados manejen al respecto) pudieron comprender e internalizar el contenido entregado. Esto se resolvió utilizando un lenguaje cercano y explicando los conceptos de los cuales se iba a hacer referencia, antes de continuar con la siguiente sección en la infografía. De esta forma, se pudo comunicar temas generales a detalles más específicos, manteniendo la dinámica y el interés del oyente. Se prestó principal interés en mantener el contenido de forma objetiva, explicando sus riesgos a partir de cómo estos se desarrollan.

También se propuso identificar qué elementos que influyen en el desarrollo formativo social de la generación Z, tomando en cuenta que el contenido entregado giraba en torno a este grupo, se proporcionó la información necesaria para explicar a modo general no sólo quiénes son los miembros de esta generación, sino —y siendo otro objetivo el diferenciar los aspectos característicos de la Generación Z de sus generaciones antecesoras—, cómo el impacto de los medios digitales les afectaba en específico, diferenciándolos de generaciones anteriores. Tomando en cuenta que el público objetivo correspondía a padres y adultos que ayudan en la formación del preadolescente o adolescente, era esencial aterrizar la realidad actual de estos jóvenes a estos dos grupos, dando a conocer cómo funciona su ambiente social.

Del mismo modo, un punto que se abordó de forma menos acotada fue establecer y delinear el panorama actual de la conectividad digital para dicha generación, el cuál se menciona, sin darle prioridad por sobre el objetivo principal.

Al hablar en específico sobre la estructura de una red social, se pudo definir el funcionamiento de las plataformas sociales como herramientas de retroalimentación, dando a conocer las posibilidades y funciones que éstas poseen para un usuario que se

adentra en ellas, y posteriormente asociándolas a la generación mencionada.

En cuanto a la intención por exponer la información antes mencionada de una forma comprensible y fácilmente interpretable para las generaciones mayores, durante los focus-group se demostró que la información fue comprensible para todos, independiente de su profesión o edad. Bajo la intención de atraer y conservar el interés, se logró cautivar la atención del público, manteniendo la fluidez de la presentación.

Finalmente, se propuso proyectar soluciones y prevención, las cuales se denotan no sólo dando a conocer las medidas tomadas de forma 'oficial' por la Superintendencia de Educación, sino mencionando las medidas que las fundaciones de ayuda proporcionan en el tema, dando a conocer algunos ejemplos de éstas que puedan servir para los oyentes que desconocen qué posibilidades poseen para conseguir ayuda. Asimismo, no sólo se presentó medios de ayuda, también se dio a conocer los impactos positivos que las plataformas sociales representan para todas las generaciones, promoviendo la comprensión por sobre la aprehensión al encontrarse frente a éstas; y, en un final, generar conciencia para combatir su desconocimiento.

11.2 Proyecciones

Se proyecta a futuro, y en base a los resultados obtenidos en las pruebas hechas a la pieza de diseño, como una potencial herramienta para la circulación de contenido. En cuanto a su contenido, la pieza infográfica es un material informativo dinámico y conciso que es capaz de apoyar en distintas circunstancias, ya sea profesionales de la Educación, campañas de prevención al cyberbullying y para difusión de conocimientos entre padres y apoderados, abordando incluso al mismo universo estudiantil perteneciente a la generación adolescente.

Planteando los escenarios anteriores, se considera la posibilidad

de ser ofrecida a distintas fundaciones y campañas para apoyo en casos de concientización sobre el ciberacoso; del mismo modo, el archivo de video se encontrará disponible en plataformas digitales en línea (como Youtube y Vimeo) para mayor y más fácil acceso a dicha información a la hora de difundirla.

XII. Bibliografía

Andreassen, C., & Pallesen, S. (2014, 06). Social Network Site Addiction - An Overview. *Current Pharmaceutical Design*, 20(25), 4053-4061.

Anexo 6, Circular N° 482 (2018) ¿Qué hacer en caso de cyberbullying?. Superintendencia de Educación. <https://www.supereduc.cl/>

Avalaunch Media (n.d.). The Complete History of Social Media. Recogido de <https://avalaunchmedia.com/history-of-social-media/>

Booth, N., & Matic, J. A. (2011). Mapping and leveraging influencers in social media to shape corporate brand perceptions. *Corporate Communications: An International Journal*, 16(3), 184–191.

Brandtzaeg, P. B., & Følstad, A. (2016). Social Media Use and Innovations: Introduction to the Special Issue. *The Journal of Media Innovations Vol 3 No 1*.

Burnham, B (Director y escritor). (2018) Eighth Grade. [Archivo de video], A24. Filme.

Burnham, B (Director y escritor). (2016) Make Happy. [Archivo de video], Attic Bedroom, inc. Filme.

Cabral, J. (2011). Is Generation Y Addicted to Social Media?. *Strategic Communications*. Elon University

Cadem. (2018). El Chile que viene / Abril 2018. Recogido en <https://www.cadem.cl/encuestas/el-chile-que-viene-abril-2018/>

Cadem. (2019). El Chile que viene: Uso de redes sociales / Marzo 2019. Recogido en https://www.cadem.cl/wp-content/uploads/2019/04/Estudio-El-Chile-que-Viene_Redex-Sociales.pdf

Cifuentes, P (2018). Maltrato escolar: Acoso cibernético o cyberbullying. Biblioteca del Congreso Nacional de Chile.

Cohen, S. (2013). The Innovation of Loneliness [Archivo de video]. Recogido de https://www.youtube.com/watch?v=c6Bkr_udado.

Curtis, L., Edwards, C., Fraser, K. L., Gudelsky, S., Holmquist, J., Thornton, K., & Sweetser, K. D. (2010). Adoption of social media for public relations by nonprofit organizations. *Public Relations Review*, 36(1), 90–92.

Fry, R. (2018). Millennials expected to outnumber Boomers in 2019. Pew Research Center tabulations of U.S Census Bureau population projections released December 2014 and 2016 population estimates. Pew Research Center

Fundación Summer. (2018) Nuestra fundación /Objetivo y estrategia. Recuperado en <https://www.fundacionsummer.com/fundacion.php>

Garcés, S. (2019). Cyberbullying: un problema real en el mundo virtual. Superintendencia de Educación. Recuperado de <https://supereduc.cl/>

GLAAD. (2017) Accelerating Acceptance 2017. Recogido de <http://>

www.glaad.org/files/aa/2017_GLAAD_Accelerating_Acceptance.pdf.

Hanna, R., Rohm, A., & Crittenden, V. L. (2011). We're all connected: The power of the social media ecosystem. *Business Horizons*, 54(3), 265–273.

INE. (2018). Resultados definitivos: CENSO 2017. Población total por sexo y área urbana-rural, según grupos de edad. Instituto Nacional de Estadísticas - Chile.

Inzunza, Jaime Alfaro, & Constanzo, Alba Zambrano. (2009). Psicología comunitaria y políticas sociales en Chile. *Psicología & Sociedad*, 21(2), 275-282.

Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010, 01). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68.

Basado en Kietzmann, J.; Hermkens, K.; McCarthy, I & Silvestre, B. (2011). "Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media / They honeycomb of social media". *Business Horizons*, 54(3), 241–251

Koul, S. (reportera de cultura), Izad, R. (Cofundador y CEO de Studio71) (2016) Teen Boss. [Archivo de video], Follow This. Serie online.

Kurzgesagt. (2019). Loneliness [Archivo de video]. Recuperado en https://www.youtube.com/watch?v=n3Xv_g3g-mA

Langos, C. (2012). Cyberbullying: The Challenge to Define. *Cyber-*

psychology, Behavior, and Social Networking, 15(6), 285–289.

Ley N° 20.536 Artículo 16 B. (2011) Biblioteca del Congreso Nacional de Chile. Disponible en <https://www.leychile.cl>

Lopez-Villanueva, Javier; Alvarez Monzoncillo, Jose; De Haro, Guillermo; Cuesta Azofra, María; Santín, Marina; Navarrete, Lorenzo; Aguado Manzanares, Salomón; Sainz, Jorge; García Cantero, Jaime; González Pascual, Alberto & Cestino, Joaquín. (2017). *Millennials: La Generación Emprendedora*. Fundación Telefónica.

Mangold, W. G., & Faulds, D. J. (2009). Social media: The new hybrid element of the promotion mix. *Business Horizons*, 52(4), 357–365.

Mannheim, K. (1952). The Problem of Generations' in Mannheim, K. *Essays on the Sociology of Knowledge* (Publicado originalmente en 1923). London RKP.

Mardones, C. (2013) Colegios: 82% de las denuncias por cyberbullying afecta a mujeres. p 20-21. La Tercera.

Martínez & Reyes (2014). El significado cultural del meme se propaga con el relajo cibernético. *La Jornada*

Ministerio de Educación del Gobierno de Chile, Centro de Estudios (2018). *Ciberacoso: una revisión internacional y nacional de estudios y programas*. Evidencias N° 43.

Ministerio de Educación del Gobierno de Chile. (2019). *Sistema de Admisión Escolar: ¿Cómo funciona el algoritmo de asignación?* [Archivo de video]. Recuperado en https://www.youtube.com/watch?v=n3Xv_g3g-mA

com/watch?v=SaaywRmcfU0

Mora, F. (2018). Conectar con las personas: nuevos desafíos. ED-Chile, La Tercera, 18.

Nielsen, J. (2012), Usability 101: Introduction to Usability. Nielsen Norman Group. Recuperado de <https://www.nngroup.com/articles/usability-101-introduction-to-usability/>

Novaro, M., & Palermo, V. (2003). La dictadura militar, 1976-1983: del golpe de estado a la restauración democrática (p. 461). Buenos Aires: Paidós.

O'Keeffe, G. S., & Clarke-Pearson, K. (2011). The Impact of Social Media on Children, Adolescents, and Families. *PEDIATRICS*, vol. 127, 800–804.

Oros, C. (Dir. Research y Estrategia, Kawésqar.). (Abril, 2018) Nueva Mente. [Podcast radial]. Tele13 Radio: Servicio de radio abierta. Santiago, Chile.

Parlamento Europeo (2016). Cyberbullying among Young people, Policy Department C - Citizens' Rights and Constitutional Affairs European. Recuperado de <http://bcn.cl/25i6f>

Patchin, J. W., & Hinduja, S. (2006). Bullies Move Beyond the Schoolyard. *Youth Violence and Juvenile Justice*, 4(2), 148–169.

Patchin, J. W., & Hinduja, S. (2010). Cyberbullying and Self-Esteem*. *Journal of School Health*, 80(12), 614–621.

Piller, F., Vossen, A., & Ihl, C. (2012). From Social Media to Social

Product Development: The Impact of Social Media on Co-Creation of Innovation. *Die Unternehmung*, 66(1), 7-27.

Poulopoulos, V., Vassilakis, C., Antoniou, A., Lepouras, G., Theodoropoulos, A., & Wallace, M. (2018). The Personality of the Influencers, the Characteristics of Qualitative Discussions and Their Analysis for Recommendations to Cultural Institutions. *Heritage*, 1(2), 239–253.

Prensky, Marc (2001). "Digital Natives, Digital Immigrants Part 1". *On the Horizon*.

Railean, E. (2012). Google Apps for Education — a powerful solution for global scientific classrooms with learner centred environment. *IJCSRA*, p19.

Ramírez, Eve. (Mayo, 2017). Nota Rosa: Millennials, Feminismo y La Era Digital. Recuperado de <http://medium.com/@soyeveramirez/nota-rosa-millennials-feminismo-y-la-era-digital-4f73f8dbfb5e>.

Reed, P., Romano, M., Re, F., Roaro, A., Osborne, L. A., Viganò, C., & Truzoli, R. (2017, 05). Differential physiological changes following internet exposure in higher and lower problematic internet users. *Plos One*, 12(5).

Sagioglou, C., & Greitemeyer, T. (2014). Facebook's emotional consequences: Why Facebook causes a decrease in mood and why people still use it. *PsycEXTRA Dataset*.

Said, C. (2019) Casos de ciberacoso escolar se duplican este año y autoridad refuerza fiscalización. *La Tercera*.

Sinek, S (Autor y orador Motivacional). (2016) Millennials in the Workplace, Millennials Questions. [Archivo de video], Inside Quest: Programa online. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=vudaAYx2lcE>

Smith, K (Director y productor). (1995) Mallrats. [Archivo de video], Alphaville. Filme.

TodayShow. (2010) From two directors, a Gen X call to grow up. Recuperado de <https://www.today.com/popculture/two-directors-gen-x-call-grow-wbna13901263>

Tolbize, A. (2008). Generational differences in the workplace Research and Training Center on Community Living.

Twenge, J. M. (2018). Have Smartphones Destroyed a Generation?. The Atlantic.

Twenge, J. M. (2018). iGen: Why today's super-connected kids are growing up less rebellious, more tolerant, less happy... -and completely unprepared for adulthood--and what. Atria Books.

UNICEF (2017). Unicef pide proteger a los niños en el mundo y mejorar el acceso a internet de los más desfavorecidos. Recuperado de <https://unicef.cl/web/unicef-pide-protger-a-los-ninos-en-el-mundo-y-mejorar-el-acceso-a-internet-de-los-mas-favorecidos/>

XIII. Anexo

□ Entrevistas individuales de testeo: Entrevista de infografía animada “.genC”, sobre cyberbullying en la generación Z, realizada durante Diciembre de 2019.

1/17

Nombre completo: Maximiliano Castro Rivas

Edad: 15 años

¿Qué uso le das a las redes sociales en tu vida cotidiana? (ej. Facebook, WhatsApp, Twitter, Instagram, Snapchat, Reddit, etc.): Frecuente. Las uso todos los días, para situaciones específicas.

Usas las redes sociales por: Ver noticias

Consideras las redes sociales: Útiles, pero innecesarias.

¿Qué veracidad le otorgas a la información que recibes por redes sociales?: Regular. Verifico que la información sea verídica si parece pertinente hacerlo.

¿Conoces el término cyberbullying?, ¿es usado en utilizado en tu ambiente laboral/escolar?: Sí, lo conozco y es utilizado.

¿Cuál es tu experiencia con el cyberbullying o abuso escolar por redes sociales?, ¿has sido testigo o víctima de estos casos?: No

¿Qué rol empleas en un un caso de cyberbullying escolar?: Testigo Activo

*En caso de educadores y otros profesionales:

¿Existe un protocolo para abarcar el cyberbullying en tu ambiente laboral?: -

*En caso de padres o apoderados: ¿Qué acciones tomarías o has tomado en un caso de cyberbullying? :-

*En caso de estudiantes/adolescentes: ¿Cómo reaccionarías o has reaccionado en un caso de cyberbullying?:Denuncia a Autoridades

¿Conocías toda la información entregada en el video sobre el cyberbullying?: Conocía parte de esta información.

Como herramienta de información, te pareció: Muy útil, es información relevante que todos deberían tener.

* En caso de profesionales y apoderados: ¿La información entregada serviría de apoyo alguno para el rol que desempeñas?, ¿de qué modo?: -

*En caso de estudiantes y adolescentes: ¿crees que esta información es relevante para tu vida cotidiana?, ¿la compartirías con tus amigos o compañeros?: Si es relevante y la compartiría ya que es una información que todos deberían tener en su conocimiento para saber actuar en el momento de que te ocurra (si es que te ocurre)

¿Hay alguna sección en especial que llamó tu atención?, ¿por qué?: Toda!, ya que fue un vídeo extremadamente entretenido y dinámico.

¿Para quiénes consideras que sería útil la información entregada?: Educadores y docentes de la Educación, Padres y apoderados., Estudiantes y adolescentes.

¿Hay alguna sección e información con la que te encuentres en desacuerdo o no consideres relevante?, ¿por qué?: No, ¡fue muy buen vídeo!

En qué medios sería relevante esta información: En apoyo a una charla sobre el abuso escolar., En plataformas como Youtube para fácil acceso., En posesión de un establecimiento educacional o de profesionales competentes al tema., Comerciales, Radios, etc.....

Comentarios finales y opinión sobre infografía animada: ¡Muy buena presentación!, muy dinámica y entretenida

2/17

Nombre completo: Viviana De Las Mercedes Rivas Muñoz

Edad: 55 años

¿Qué uso le das a las redes sociales en tu vida cotidiana? (ej. Facebook, WhatsApp, Twitter, Instagram, Snapchat, Reddit, etc.): Frecuente. Las uso todos los días, para situaciones específicas.

Usas las redes sociales por: Comunicación

Consideras las redes sociales: Útiles, pero innecesarias.

¿Qué veracidad le otorgas a la información que recibes por redes sociales?: Baja. Siempre verifico la información, independiente de su emisor o contenido.

¿Conoces el término cyberbullying?, ¿es usado en utilizado en tu ambiente laboral/escolar?: Sí, lo conozco pero no es utilizado.

¿Cuál es tu experiencia con el cyberbullying o abuso escolar por redes sociales?, ¿has sido testigo o víctima de estos casos?: Testigo

¿Qué rol empleas en un un caso de cyberbullying escolar?: Encaro la Situación

*En caso de educadores y otros profesionales:

¿Existe un protocolo para abarcar el cyberbullying en tu ambiente laboral?: -

*En caso de padres o apoderados: ¿Qué acciones tomarías o has tomado en un caso de cyberbullying?: Encaro la Situación

*En caso de estudiantes/adolescentes: ¿Cómo reaccionarías o has reaccionado en un caso de cyberbullying?: -

¿Conocías toda la información entregada en el video sobre el cyberbullying?: Conocía parte de esta información.

Como herramienta de información, te pareció: Muy útil, es información relevante que todos deberían tener.

* En caso de profesionales y apoderados: ¿La información entregada serviría de apoyo alguno para el rol que desempeñas?, ¿de qué modo?: -

*En caso de estudiantes y adolescentes: ¿crees que esta información es relevante para tu vida cotidiana?, ¿la compartirías con tus amigos o compañeros?: -

¿Hay alguna sección en especial que llamó tu atención?, ¿por qué?: Si, donde se especifica que en algunas redes sociales no existe emisor identificado.

¿Para quiénes consideras que sería útil la información entregada?: Fundaciones y campañas contra el abuso escolar., Educadores y docentes de la Educación, Profesionales fuera del ámbito educacional. (ej. Psicólogos, terapeutas, etc), Padres y apoderados., Estudiantes y adolescentes.

¿Hay alguna sección e información con la que te encuentres en desacuerdo o no consideres relevante?, ¿por qué?: No, todo fue excelente!

En qué medios sería relevante esta información: En apoyo a una charla sobre el abuso escolar., En plataformas como Youtube para fácil acceso., En plataformas como Whatsapp para su rápida difusión., En posesión de un establecimiento educacional o de profesionales competentes al tema.

Comentarios finales y opinión sobre infografía animada: La información muy completa y la parte animada muy atractiva. ¡Felicitaciones!

3/17

Nombre completo: Susan Galarraga Castilla

Edad: 41 años

Estudios o grado adquirido: Universitarios completos.

¿Qué uso le das a las redes sociales en tu vida cotidiana? (ej. Facebook, WhatsApp, Twitter, Instagram, Snapchat, Reddit, etc.): Muy frecuente. Las uso cada día y varias veces al día.

Usas las redes sociales por:

Consideras las redes sociales: Útiles, pero innecesarias.

¿Qué veracidad le otorgas a la información que recibes por redes sociales?: Regular. Verifico que la información sea verídica si parece pertinente hacerlo.

¿Conoces el término cyberbullying?, ¿es usado en utilizado en tu ambiente laboral/escolar?: Sí, lo conozco y es utilizado.

¿Cuál es tu experiencia con el cyberbullying o abuso escolar por redes sociales?, ¿has sido testigo o víctima de estos casos?: "En educación siempre se tiene mucha atención al Bullying y su prevención.

Con respecto al cyberbullying nunca he vivido una experiencia, pero si charlas de prevención."

¿Qué rol empleas en un un caso de cyberbullying escolar?: Un

agente que pueda detectar a posibles víctimas y denunciar.

*En caso de educadores y otros profesionales:

¿Existe un protocolo para abarcar el cyberbullying en tu ambiente laboral?: Si, está establecido en el reglamento interno de la escuela.

*En caso de padres o apoderados: ¿Qué acciones tomarías o has tomado en un caso de cyberbullying?: Informar de lo ocurrido, y buscar redes de apoyo para frenar el cyberbullying.

*En caso de estudiantes/adolescentes: ¿Cómo reaccionarías o has reaccionado en un caso de cyberbullying?:

¿Conocías toda la información entregada en el video sobre el cyberbullying?: Conocía parte de esta información.

Como herramienta de información, te pareció: Muy útil, es información relevante que todos deberían tener.

* En caso de profesionales y apoderados: ¿La información entregada serviría de apoyo alguno para el rol que desempeñas?, ¿de qué modo?: Si totalmente

*En caso de estudiantes y adolescentes: ¿crees que esta información es relevante para tu vida cotidiana?, ¿la compartirías con tus amigos o compañeros?: -

¿Hay alguna sección en especial que llamó tu atención?, ¿por qué?: Las cifras que muestra el video, ya que es más común y grave de lo que uno esperaba.

¿Para quiénes consideras que sería útil la información entregada?: Fundaciones y campañas contra el abuso escolar., Educadores y docentes de la Educación

¿Hay alguna sección e información con la que te encuentres en desacuerdo o no consideres relevante?, ¿por qué?: No

En qué medios sería relevante esta información: En apoyo a una charla sobre el abuso escolar., En plataformas como Youtube para fácil acceso., En plataformas como Whatsapp para su rápida difusión.

Comentarios finales y opinión sobre infografía animada: La información que nos entrega el video es muy importante, y que nos da a conocer la gran problemática que se vive y poder prevenirlas.

4/17

Nombre completo: Marcelo Riquelme Rubio

Edad: 35 años

Estudios o grado adquirido: Magister.

¿Qué uso le das a las redes sociales en tu vida cotidiana? (ej. Facebook, WhatsApp, Twitter, Instagram, Snapchat, Reddit, etc.): Frecuente. Las uso todos los días, para situaciones específicas.

Usas las redes sociales por: Trabajo (ej. comunicarte con tu comunidad laboral), Ocio (ej. chatear con amigos, compartir videos o

memes, etc)

Consideras las redes sociales: Útiles y necesarias.

¿Qué veracidad le otorgas a la información que recibes por redes sociales?: Alta. Sólo verifico los hechos si se trata de un emisor desconocido.

¿Conoces el término cyberbullying?, ¿es usado en utilizado en tu ambiente laboral/escolar?: Sí, lo conozco y es utilizado.

¿Cuál es tu experiencia con el cyberbullying o abuso escolar por redes sociales?, ¿has sido testigo o víctima de estos casos?: No he presenciado casos.

¿Qué rol empleas en un un caso de cyberbullying escolar?: Rol mediador

*En caso de educadores y otros profesionales:

¿Existe un protocolo para abarcar el cyberbullying en tu ambiente laboral?: Sí, manual de convivencia.

*En caso de padres o apoderados: ¿Qué acciones tomarías o has tomado en un caso de cyberbullying?: Rol mediador.

*En caso de estudiantes/adolescentes: ¿Cómo reaccionarías o has reaccionado en un caso de cyberbullying?:-

¿Conocías toda la información entregada en el video sobre el cyberbullying?: Conocía parte de esta información.

Como herramienta de información, te pareció: Muy útil, es infor-

mación relevante que todos deberían tener.

* En caso de profesionales y apoderados: ¿La información entregada serviría de apoyo alguno para el rol que desempeñas?, ¿de qué modo?: Sí serviría, a modo de apoyo informativo.

*En caso de estudiantes y adolescentes: ¿crees que esta información es relevante para tu vida cotidiana?, ¿la compartirías con tus amigos o compañeros?: Muy relevante, compartible 100%

¿Hay alguna sección en especial que llamó tu atención?, ¿por qué?: -

¿Para quiénes consideras que sería útil la información entregada?: Educadores y docentes de la Educación, Profesionales fuera del ámbito educacional. (ej. Psicólogos, terapeutas, etc), Padres y apoderados., Estudiantes y adolescentes.

¿Hay alguna sección e información con la que te encuentres en desacuerdo o no consideres relevante?, ¿por qué?: De acuerdo en todas.

En qué medios sería relevante esta información: En apoyo a una charla sobre el abuso escolar.

Comentarios finales y opinión sobre infografía animada: Información interesante por los tiempos que estamos viviendo, la cual permite a adultos y adolescentes interactuar con la tecnología pero de manera consciente, responsable y supervisada.

5/17

Nombre completo: Nicsa Natalia Núñez Valencia

Edad: 38 años

Estudios o grado adquirido: Educación superior completa

¿Qué uso le das a las redes sociales en tu vida cotidiana? (ej. Facebook, WhatsApp, Twitter, Instagram, Snapchat, Reddit, etc.): Promedio. Las uso varias veces durante la semana.

Usas las redes sociales por: Ocio (ej. chatear con amigos, compartir videos o memes, etc)

Consideras las redes sociales: Útiles y necesarias.

¿Qué veracidad le otorgas a la información que recibes por redes sociales?: Regular. Verifico que la información sea verídica si parece pertinente hacerlo.

¿Conoces el término cyberbullying?, ¿es usado en utilizado en tu ambiente laboral/escolar?: Sí, lo conozco y es utilizado.

¿Cuál es tu experiencia con el cyberbullying o abuso escolar por redes sociales?, ¿has sido testigo o víctima de estos casos?: Como docente, he trabajado en prevenciones en aula. Además de apoyo en casos en convivencia escolar

¿Qué rol empleas en un un caso de cyberbullying escolar?: Prevención

*En caso de educadores y otros profesionales:

¿Existe un protocolo para abarcar el cyberbullying en tu ambiente

laboral?: sí, existe un protocolo de acción.

*En caso de padres o apoderados: ¿Qué acciones tomarías o has tomado en un caso de cyberbullying?: seguir protocolo que incluye notificación a apoderados, intervención en sala y sanciones

*En caso de estudiantes/adolescentes: ¿Cómo reaccionarías o has reaccionado en un caso de cyberbullying?: -

¿Conocías toda la información entregada en el video sobre el cyberbullying?: Conocía parte de esta información.

Como herramienta de información, te pareció: Muy útil, es información relevante que todos deberían tener.

* En caso de profesionales y apoderados: ¿La información entregada serviría de apoyo alguno para el rol que desempeñas?, ¿de qué modo?:sí, para la concientización de la comunidad escolar en la prevención del ciberbullying

*En caso de estudiantes y adolescentes: ¿crees que esta información es relevante para tu vida cotidiana?, ¿la compartirías con tus amigos o compañeros?:-

¿Hay alguna sección en especial que llamó tu atención?, ¿por qué?: No.

¿Para quiénes consideras que sería útil la información entregada?: Fundaciones y campañas contra el abuso escolar., Educadores y docentes de la Educación, Profesionales fuera del ámbito educacional. (ej. Psicólogos, terapeutas, etc), Padres y apoderados., Estudiantes y adolescentes.

¿Hay alguna sección e información con la que te encuentres en desacuerdo o no consideres relevante?, ¿por qué?: No.

En qué medios sería relevante esta información: En apoyo a una charla sobre el abuso escolar., En plataformas como Youtube para fácil acceso., En plataformas como Whatsapp para su rápida difusión., En posesión de un establecimiento educacional o de profesionales competentes al tema., plataformas variadas institucionales como instagram, página web, etc

Comentarios finales y opinión sobre infografía animada: Buen material de información. concreto y conciso.

6/17

Nombre completo: Claudia Vallecillo Cornejo

Edad: 52 años

Estudios o grado adquirido: Universitario completo con postítulos

¿Qué uso le das a las redes sociales en tu vida cotidiana? (ej. Facebook, WhatsApp, Twitter, Instagram, Snapchat, Reddit, etc.): Muy frecuente. Las uso cada día y varias veces al día.

Usas las redes sociales por: Trabajo (ej. comunicarte con tu comunidad laboral), Ocio (ej. chatear con amigos, compartir videos o memes, etc), Educación (ej. compartir o enterarte de información sobre un tema en específico)

Consideras las redes sociales: Útiles y necesarias.

¿Qué veracidad le otorgas a la información que recibes por redes sociales?: Regular. Verifico que la información sea verídica si parece pertinente hacerlo.

¿Conoces el término cyberbullying?, ¿es usado en tu ambiente laboral/escolar?: Sí, lo conozco y es utilizado.

¿Cuál es tu experiencia con el cyberbullying o abuso escolar por redes sociales?, ¿has sido testigo o víctima de estos casos?: Si lo he visto

¿Qué rol empleas en un caso de cyberbullying escolar?: informo e investigo

*En caso de educadores y otros profesionales:

¿Existe un protocolo para abarcar el cyberbullying en tu ambiente laboral?: Si

*En caso de padres o apoderados: ¿Qué acciones tomarías o has tomado en un caso de cyberbullying?: Denunciar

*En caso de estudiantes/adolescentes: ¿Cómo reaccionarías o has reaccionado en un caso de cyberbullying?: -

¿Conocías toda la información entregada en el video sobre el cyberbullying?: Conocía parte de esta información.

Como herramienta de información, te pareció: Muy útil, es información relevante que todos deberían tener.

* En caso de profesionales y apoderados: ¿La información en-

tregada serviría de apoyo alguno para el rol que desempeñas?,
¿de qué modo?: Sí de modo preventivo

*En caso de estudiantes y adolescentes: ¿crees que esta información es relevante para tu vida cotidiana?, ¿la compartirías con tus amigos o compañeros?: -

¿Hay alguna sección en especial que llamó tu atención?, ¿por qué?: conocí conceptos nuevos para mi

¿Para quiénes consideras que sería útil la información entregada?: Fundaciones y campañas contra el abuso escolar., Educadores y docentes de la Educación, Profesionales fuera del ámbito educacional. (ej. Psicólogos, terapeutas, etc), Padres y apoderados., Estudiantes y adolescentes.

¿Hay alguna sección e información con la que te encuentres en desacuerdo o no consideres relevante?, ¿por qué?: No.

En qué medios sería relevante esta información: En apoyo a una charla sobre el abuso escolar., En plataformas como Whatsapp para su rápida difusión., En posesión de un establecimiento educacional o de profesionales competentes al tema.

Comentarios finales y opinión sobre infografía animada: excelente, muy buen material , claro y preciso

7/17

Nombre completo: Olimpia Segovia Odano

Edad: 54 años.

Estudios o grado adquirido: Profesora educación básica y licencia de Educación.

¿Qué uso le das a las redes sociales en tu vida cotidiana? (ej. Facebook, WhatsApp, Twitter, Instagram, Snapchat, Reddit, etc.): Frecuente. Las uso todos los días, para situaciones específicas.

Usas las redes sociales por: Trabajo (ej. comunicarte con tu comunidad laboral), Ocio (ej. chatear con amigos, compartir videos o memes, etc), Educación (ej. compartir o enterarte de información sobre un tema en específico), Seguridad (ej. informarte sobre tus seres queridos, compartir tu ubicación, etc)

Consideras las redes sociales: Útiles y necesarias.

¿Qué veracidad le otorgas a la información que recibes por redes sociales?: Alta. Sólo verifico los hechos si se trata de un emisor desconocido.

¿Conoces el término cyberbullying?, ¿es usado en utilizado en tu ambiente laboral/escolar?: Sí, lo conozco y es utilizado.

¿Cuál es tu experiencia con el cyberbullying o abuso escolar por redes sociales?, ¿has sido testigo o víctima de estos casos?: Trabajando en el establecimiento, hemos tenido casos de cyberbullying.

¿Qué rol empleas en un un caso de cyberbullying escolar?: Denunciar y apoyar a las personas que lo sufren.

*En caso de educadores y otros profesionales:

¿Existe un protocolo para abarcar el cyberbullying en tu ambiente laboral?: Sí, al tener un reglamento interno existen protocolos.

*En caso de padres o apoderados: ¿Qué acciones tomarías o has tomado en un caso de cyberbullying?: Personalmente no, pero he tenido que apoyar a los padres para que apoyen a sus hijos y además denuncien.

*En caso de estudiantes/adolescentes: ¿Cómo reaccionarías o has reaccionado en un caso de cyberbullying?: -

¿Conocías toda la información entregada en el video sobre el cyberbullying?: Conocía parte de esta información.

Como herramienta de información, te pareció: Conocía parte de esta información.

* En caso de profesionales y apoderados: ¿La información entregada serviría de apoyo alguno para el rol que desempeñas?, ¿de qué modo?: Muy útil, es información relevante que todos deberían tener.

*En caso de estudiantes y adolescentes: ¿crees que esta información es relevante para tu vida cotidiana?, ¿la compartirías con tus amigos o compañeros?: -

¿Hay alguna sección en especial que llamó tu atención?, ¿por qué?: Totalmente considero que la única forma de parar el cyberbullying es dar a conocer esta información.

¿Para quiénes consideras que sería útil la información entregada?: Fundaciones y campañas contra el abuso escolar., Educado-

res y docentes de la Educación, Profesionales fuera del ámbito educacional. (ej. Psicólogos, terapeutas, etc), Padres y apoderados., Estudiantes y adolescentes.

¿Hay alguna sección e información con la que te encuentres en desacuerdo o no consideres relevante?, ¿por qué?: considero que todo es relevante

En qué medios sería relevante esta información: En apoyo a una charla sobre el abuso escolar., En plataformas como Youtube para fácil acceso., En plataformas como Whatsapp para su rápida difusión., En posesión de un establecimiento educacional o de profesionales competentes al tema.

Comentarios finales y opinión sobre infografía animada: -

8/17

Nombre completo: Emiliano Cabrera Barra

Edad: 62 años

Estudios o grado adquirido: Magíster en Gestión y Dirección

¿Qué uso le das a las redes sociales en tu vida cotidiana? (ej. Facebook, WhatsApp, Twitter, Instagram, Snapchat, Reddit, etc.): Muy frecuente. Las uso cada día y varias veces al día.

Usas las redes sociales por: Ocio (ej. chatear con amigos, compartir videos o memes, etc), Educación (ej. compartir o enterarte de información sobre un tema en específico)

Consideras las redes sociales: Útiles y necesarias.

¿Qué veracidad le otorgas a la información que recibes por redes sociales?: Alta. Sólo verifico los hechos si se trata de un emisor desconocido.

¿Conoces el término cyberbullying?, ¿es usado en utilizado en tu ambiente laboral/escolar?: Sí, lo conozco y es utilizado.

¿Cuál es tu experiencia con el cyberbullying o abuso escolar por redes sociales?, ¿has sido testigo o víctima de estos casos?: He sido testigo en algunas ocasiones en estudiantes

¿Qué rol empleas en un un caso de cyberbullying escolar?: Conectar redes de apoyo y denunciar si es necesario

*En caso de educadores y otros profesionales:

¿Existe un protocolo para abarcar el cyberbullying en tu ambiente laboral?: Sí.

*En caso de padres o apoderados: ¿Qué acciones tomarías o has tomado en un caso de cyberbullying?: -

*En caso de estudiantes/adolescentes: ¿Cómo reaccionarías o has reaccionado en un caso de cyberbullying?: -

¿Conocías toda la información entregada en el video sobre el cyberbullying?: Sí, conocía toda la información entregada.

Como herramienta de información, te pareció: Muy útil, es información relevante que todos deberían tener.

* En caso de profesionales y apoderados: ¿La información entregada serviría de apoyo alguno para el rol que desempeñas?, ¿de qué modo?: Obvio que sí, es pertinente

*En caso de estudiantes y adolescentes: ¿crees que esta información es relevante para tu vida cotidiana?, ¿la compartirías con tus amigos o compañeros?: -

¿Hay alguna sección en especial que llamó tu atención?, ¿por qué?: En general lo encontré didáctico, atractivo y amigable

¿Para quiénes consideras que sería útil la información entregada?: Fundaciones y campañas contra el abuso escolar., Educadores y docentes de la Educación, Padres y apoderados., Estudiantes y adolescentes.

¿Hay alguna sección e información con la que te encuentres en desacuerdo o no consideres relevante?, ¿por qué?: No.

En qué medios sería relevante esta información: En apoyo a una charla sobre el abuso escolar., En plataformas como Youtube para fácil acceso., En plataformas como Whatsapp para su rápida difusión., En posesión de un establecimiento educacional o de profesionales competentes al tema.

Comentarios finales y opinión sobre infografía animada: Agradecimientos. Fue un aporte a nuestra gestión preventiva

9/17

Nombre completo: Valentina Leon Vergara

Edad: 14 años

Estudios o grado adquirido: Estudiante

¿Qué uso le das a las redes sociales en tu vida cotidiana? (ej. Facebook, WhatsApp, Twitter, Instagram, Snapchat, Reddit, etc.): Frecuente. Las uso todos los días, para situaciones específicas.

Usas las redes sociales por: Ocio (ej. chatear con amigos, compartir videos o memes, etc)

Consideras las redes sociales: Útiles y necesarias.

¿Qué veracidad le otorgas a la información que recibes por redes sociales?: Regular. Verifico que la información sea verídica si parece pertinente hacerlo.

¿Conoces el término cyberbullying?, ¿es usado en utilizado en tu ambiente laboral/escolar?: Sí, lo conozco pero no es utilizado.

¿Cuál es tu experiencia con el cyberbullying o abuso escolar por redes sociales?, ¿has sido testigo o víctima de estos casos?: No tengo experiencia

¿Qué rol empleas en un un caso de cyberbullying escolar?: Ninguno

*En caso de educadores y otros profesionales:

¿Existe un protocolo para abarcar el cyberbullying en tu ambiente laboral?: -

*En caso de padres o apoderados: ¿Qué acciones tomarías o has

tomado en un caso de cyberbullying?: -

*En caso de estudiantes/adolescentes: ¿Cómo reaccionarías o has reaccionado en un caso de cyberbullying?: A nadie de mi círculo le ha pasado

¿Conocías toda la información entregada en el video sobre el cyberbullying?: Sí, conocía toda la información entregada.

Como herramienta de información, te pareció: Muy útil, es información relevante que todos deberían tener.

* En caso de profesionales y apoderados: ¿La información entregada serviría de apoyo alguno para el rol que desempeñas?, ¿de qué modo?: -

*En caso de estudiantes y adolescentes: ¿crees que esta información es relevante para tu vida cotidiana?, ¿la compartirías con tus amigos o compañeros?: Sí

¿Hay alguna sección en especial que llamó tu atención?, ¿por qué?: Ninguna, conocía toda la información dada

¿Para quiénes consideras que sería útil la información entregada?: Educadores y docentes de la Educación, Profesionales fuera del ámbito educacional. (ej. Psicólogos, terapeutas, etc), Padres y apoderados., Estudiantes y adolescentes.

¿Hay alguna sección e información con la que te encuentres en desacuerdo o no consideres relevante?, ¿por qué?: Ninguna

En qué medios sería relevante esta información: En apoyo a una

charla sobre el abuso escolar., En plataformas como Youtube para fácil acceso.

Comentarios finales y opinión sobre infografía animada: -

10/17

Nombre completo: Angela Vergara Henríquez

Edad: 38 años

Estudios o grado adquirido: Magister.

¿Qué uso le das a las redes sociales en tu vida cotidiana? (ej. Facebook, WhatsApp, Twitter, Instagram, Snapchat, Reddit, etc.): Muy frecuente. Las uso cada día y varias veces al día.

Usas las redes sociales por: Trabajo (ej. comunicarte con tu comunidad laboral), Ocio (ej. chatear con amigos, compartir videos o memes, etc), Educación (ej. compartir o enterarte de información sobre un tema en específico), Seguridad (ej. informarte sobre tus seres queridos, compartir tu ubicación, etc)

Consideras las redes sociales: Útiles y necesarias.

¿Qué veracidad le otorgas a la información que recibes por redes sociales?: Regular. Verifico que la información sea verídica si parece pertinente hacerlo.

¿Conoces el término cyberbullying?, ¿es usado en utilizado en tu

ambiente laboral/escolar?: Sí, lo conozco y es utilizado.

¿Cuál es tu experiencia con el cyberbullying o abuso escolar por redes sociales?, ¿has sido testigo o víctima de estos casos?: Solo por noticias

¿Qué rol empleas en un un caso de cyberbullying escolar?: Trato de mediar

*En caso de educadores y otros profesionales:

¿Existe un protocolo para abarcar el cyberbullying en tu ambiente laboral?: Si

*En caso de padres o apoderados: ¿Qué acciones tomarías o has tomado en un caso de cyberbullying?: Recurriría al colegio y conversaría con mi hija

*En caso de estudiantes/adolescentes: ¿Cómo reaccionarías o has reaccionado en un caso de cyberbullying?: -

¿Conocías toda la información entregada en el video sobre el cyberbullying?: Sí, conocía toda la información entregada.

Como herramienta de información, te pareció: Muy útil, es información relevante que todos deberían tener.

* En caso de profesionales y apoderados: ¿La información entregada serviría de apoyo alguno para el rol que desempeñas?, ¿de qué modo?: Me gustó por se muy informativo y llamativo a la vez

*En caso de estudiantes y adolescentes: ¿crees que esta infor-

mación es relevante para tu vida cotidiana?, ¿la compartirías con tus amigos o compañeros?: -

¿Hay alguna sección en especial que llamó tu atención?, ¿por qué?: La primera de Inter conectividad, amplía muchísimo la visión que se tiene

¿Para quiénes consideras que sería útil la información entregada?: Fundaciones y campañas contra el abuso escolar., Educadores y docentes de la Educación, Padres y apoderados., Estudiantes y adolescentes.

¿Hay alguna sección e información con la que te encuentres en desacuerdo o no consideres relevante?, ¿por qué?: No

En qué medios sería relevante esta información: En apoyo a una charla sobre el abuso escolar., En plataformas como Youtube para fácil acceso., En posesión de un establecimiento educacional o de profesionales competentes al tema.

Comentarios finales y opinión sobre infografía animada: Llamativa

11/17

Nombre completo: Juan Pablo Hernández

Edad: 35 años

Estudios o grado adquirido: Superior

¿Qué uso le das a las redes sociales en tu vida cotidiana? (ej. Face-

book, WhatsApp, Twitter, Instagram, Snapchat, Reddit, etc.): Frecuente. Las uso todos los días, para situaciones específicas.

Usas las redes sociales por: Trabajo (ej. comunicarte con tu comunidad laboral), Educación (ej. compartir o enterarte de información sobre un tema en específico)

Consideras las redes sociales: Útiles y necesarias.

¿Qué veracidad le otorgas a la información que recibes por redes sociales?: Regular. Verifico que la información sea verídica si parece pertinente hacerlo.

¿Conoces el término cyberbullying?, ¿es usado en utilizado en tu ambiente laboral/escolar?: Sí, lo conozco y es utilizado.

¿Cuál es tu experiencia con el cyberbullying o abuso escolar por redes sociales?, ¿has sido testigo o víctima de estos casos?: Testigo

¿Qué rol empleas en un un caso de cyberbullying escolar?: Informo inmediatamente a la dirección

*En caso de educadores y otros profesionales:

¿Existe un protocolo para abarcar el cyberbullying en tu ambiente laboral?: No hay mucho protocolo.

*En caso de padres o apoderados: ¿Qué acciones tomarías o has tomado en un caso de cyberbullying?: -

*En caso de estudiantes/adolescentes: ¿Cómo reaccionarías o has reaccionado en un caso de cyberbullying?

¿Conocías toda la información entregada en el video sobre el cyberbullying?: Conocía parte de esta información.

Como herramienta de información, te pareció: Muy útil, es información relevante que todos deberían tener.

* En caso de profesionales y apoderados: ¿La información entregada serviría de apoyo alguno para el rol que desempeñas?, ¿de qué modo?: Entregando la información en la reunión de apoderados.

*En caso de estudiantes y adolescentes: ¿crees que esta información es relevante para tu vida cotidiana?, ¿la compartirías con tus amigos o compañeros?: -

¿Hay alguna sección en especial que llamó tu atención?, ¿por qué?: Todo fue claro y preciso.

¿Para quiénes consideras que sería útil la información entregada?: Padres y apoderados., Estudiantes y adolescentes.

¿Hay alguna sección e información con la que te encuentres en desacuerdo o no consideres relevante?, ¿por qué?: No, todo está claro.

En qué medios sería relevante esta información: En apoyo a una charla sobre el abuso escolar., En posesión de un establecimiento educacional o de profesionales competentes al tema.

Comentarios finales y opinión sobre infografía animada: Muy claro y didáctica.

12/17

Nombre completo: Paulina Mesina Catalán

Edad: 29 años

Estudios o grado adquirido: Educación superior.

¿Qué uso le das a las redes sociales en tu vida cotidiana? (ej. Facebook, WhatsApp, Twitter, Instagram, Snapchat, Reddit, etc.): Frecuente. Las uso todos los días, para situaciones específicas.

Usas las redes sociales por: Ocio (ej. chatear con amigos, compartir videos o memes, etc)

Consideras las redes sociales: Útiles y necesarias.

¿Qué veracidad le otorgas a la información que recibes por redes sociales?: Alta. Sólo verifico los hechos si se trata de un emisor desconocido.

¿Conoces el término cyberbullying?, ¿es usado en utilizado en tu ambiente laboral/escolar?: Sí, lo conozco pero no es utilizado.

¿Cuál es tu experiencia con el cyberbullying o abuso escolar por redes sociales?, ¿has sido testigo o víctima de estos casos?: No

¿Qué rol empleas en un un caso de cyberbullying escolar?: Informar a convivencia escolar

*En caso de educadores y otros profesionales:

¿Existe un protocolo para abarcar el cyberbullying en tu ambiente laboral?: Creo que si.

*En caso de padres o apoderados: ¿Qué acciones tomarías o has tomado en un caso de cyberbullying?: Orientar.

*En caso de estudiantes/adolescentes: ¿Cómo reaccionarías o has reaccionado en un caso de cyberbullying?: -

¿Conocías toda la información entregada en el video sobre el cyberbullying?: No, desconocía todo o casi toda la información entregada.

Como herramienta de información, te pareció: Muy útil, es información relevante que todos deberían tener.

* En caso de profesionales y apoderados: ¿La información entregada serviría de apoyo alguno para el rol que desempeñas?, ¿de qué modo?: Si, como primera fuente y cómo actuar en diferentes casos.

*En caso de estudiantes y adolescentes: ¿crees que esta información es relevante para tu vida cotidiana?, ¿la compartirías con tus amigos o compañeros?: -

¿Hay alguna sección en especial que llamó tu atención?, ¿por qué?: Los tipos de generaciones, cómo se clasifican

¿Para quiénes consideras que sería útil la información entregada?: Fundaciones y campañas contra el abuso escolar., Educadores y docentes de la Educación, Profesionales fuera del ámbito educacional. (ej. Psicólogos, terapeutas, etc), Padres y apoderados., Estudiantes y adolescentes.

¿Hay alguna sección e información con la que te encuentres en desacuerdo o no consideres relevante?, ¿por qué?: Ninguna

En qué medios sería relevante esta información: En apoyo a una charla sobre el abuso escolar., En plataformas como Youtube para fácil acceso., En posesión de un establecimiento educacional o de profesionales competentes al tema.

Comentarios finales y opinión sobre infografía animada: -

13/17

Nombre completo: Cynthia Unda Bahamondes

Edad: 37 años

Estudios o grado adquirido: Psicóloga

¿Qué uso le das a las redes sociales en tu vida cotidiana? (ej. Facebook, WhatsApp, Twitter, Instagram, Snapchat, Reddit, etc.): Muy frecuente. Las uso cada día y varias veces al día.

Usas las redes sociales por: Ocio (ej. chatear con amigos, compartir videos o memes, etc), Educación (ej. compartir o enterarte de información sobre un tema en específico)

Consideras las redes sociales: Útiles y necesarias.

¿Qué veracidad le otorgas a la información que recibes por redes sociales?: Regular. Verifico que la información sea verídica si parece pertinente hacerlo.

¿Conoces el término cyberbullying?, ¿es usado en utilizado en tu ambiente laboral/escolar?: Sí, lo conozco y es utilizado.

¿Cuál es tu experiencia con el cyberbullying o abuso escolar por redes sociales?, ¿has sido testigo o víctima de estos casos?: Ninguna hasta el momento ya que trabajo con niños pequeños que no tienen acceso aún a la tecnología

¿Qué rol empleas en un un caso de cyberbullying escolar?: Mediador.

*En caso de educadores y otros profesionales:

¿Existe un protocolo para abarcar el cyberbullying en tu ambiente laboral?: No.

*En caso de padres o apoderados: ¿Qué acciones tomarías o has tomado en un caso de cyberbullying?: En primera instancia asistir al establecimiento educacional

*En caso de estudiantes/adolescentes: ¿Cómo reaccionarías o has reaccionado en un caso de cyberbullying?: -

¿Conocías toda la información entregada en el video sobre el cyberbullying?: Conocía parte de esta información.

Como herramienta de información, te pareció: Muy útil, es información relevante que todos deberían tener.

* En caso de profesionales y apoderados: ¿La información entregada serviría de apoyo alguno para el rol que desempeñas?, ¿de qué modo?: Sería muy útil ya que se podría trabajar con toda

la comunidad educativa

*En caso de estudiantes y adolescentes: ¿crees que esta información es relevante para tu vida cotidiana?, ¿la compartirías con tus amigos o compañeros?: -

¿Hay alguna sección en especial que llamó tu atención?, ¿por qué?: -

¿Para quiénes consideras que sería útil la información entregada?: Fundaciones y campañas contra el abuso escolar., Educadores y docentes de la Educación, Profesionales fuera del ámbito educacional. (ej. Psicólogos, terapeutas, etc), Padres y apoderados., Estudiantes y adolescentes.

¿Hay alguna sección e información con la que te encuentres en desacuerdo o no consideres relevante?, ¿por qué?: No.

En qué medios sería relevante esta información: En apoyo a una charla sobre el abuso escolar., En plataformas como Youtube para fácil acceso., En plataformas como Whatsapp para su rápida difusión., En posesión de un establecimiento educacional o de profesionales competentes al tema.

Comentarios finales y opinión sobre infografía animada: Es un vídeo interesante, entretenido, directo y con información clara y precisa

14/17

Nombre completo: Camila Belén Trincado Rivas

Edad: 27 años

Estudios o grado adquirido: Educadora diferencial con grado de magíster en motricidad infantil.

¿Qué uso le das a las redes sociales en tu vida cotidiana? (ej. Facebook, WhatsApp, Twitter, Instagram, Snapchat, Reddit, etc.): Muy frecuente. Las uso cada día y varias veces al día.

Usas las redes sociales por: Educación (ej. compartir o enterarte de información sobre un tema en específico)

Consideras las redes sociales: Útiles y necesarias.

¿Qué veracidad le otorgas a la información que recibes por redes sociales? Alta. Sólo verifico los hechos si se trata de un emisor desconocido.

¿Conoces el término cyberbullying?, ¿es usado en utilizado en tu ambiente laboral/escolar?: Sí, lo conozco y es utilizado.

¿Cuál es tu experiencia con el cyberbullying o abuso escolar por redes sociales?, ¿has sido testigo o víctima de estos casos?: He sido víctima cuando estudiaba básica y media.

¿Qué rol empleas en un un caso de cyberbullying escolar?: Observador, mediador e informante, rol activo

*En caso de educadores y otros profesionales:

¿Existe un protocolo para abarcar el cyberbullying en tu ambiente laboral?: Si hay, pero no estaba socializado con toda la escuela

*En caso de padres o apoderados: ¿Qué acciones tomarías o has tomado en un caso de cyberbullying?: -

*En caso de estudiantes/adolescentes: ¿Cómo reaccionarías o has reaccionado en un caso de cyberbullying?: -

¿Conocías toda la información entregada en el video sobre el cyberbullying?: Conocía parte de esta información.

Como herramienta de información, te pareció: Muy útil, es información relevante que todos deberían tener.

* En caso de profesionales y apoderados: ¿La información entregada serviría de apoyo alguno para el rol que desempeñas?, ¿de qué modo?: Si, mucho,especialmente para ser expuesto a equipos directivos y planta docente, de manera que pueda ser utilizado en trabajos dentro del aula

*En caso de estudiantes y adolescentes: ¿crees que esta información es relevante para tu vida cotidiana?, ¿la compartirías con tus amigos o compañeros?: -

¿Hay alguna sección en especial que llamó tu atención?, ¿por qué?: La de la forma en que ha afectado el cyberbullying últimamente.

¿Para quiénes consideras que sería útil la información entregada?: Fundaciones y campañas contra el abuso escolar., Educadores y docentes de la Educación, Profesionales fuera del ámbito educacional. (ej. Psicólogos, terapeutas, etc), Padres y apoderados., Estudiantes y adolescentes., Como exposición comunal para abarcar el tema

¿Hay alguna sección e información con la que te encuentres en desacuerdo o no consideres relevante?, ¿por qué?: No

En qué medios sería relevante esta información: En apoyo a una charla sobre el abuso escolar., En plataformas como Youtube para fácil acceso., En plataformas como Whatsapp para su rápida difusión., En posesión de un establecimiento educacional o de profesionales competentes al tema.

Comentarios finales y opinión sobre infografía animada: -

15/17

Nombre completo: Margarita Angélica Durán Díaz

Edad: 57 años

Estudios o grado adquirido: Profesora en Educación Básica. Magíster en Currículo y Evaluación

¿Qué uso le das a las redes sociales en tu vida cotidiana? (ej. Facebook, WhatsApp, Twitter, Instagram, Snapchat, Reddit, etc.): Frecuente. Las uso todos los días, para situaciones específicas..

Usas las redes sociales por: Ocio (ej. chatear con amigos, compartir videos o memes, etc), Educación (ej. compartir o enterarte de información sobre un tema en específico)

Consideras las redes sociales: Útiles, pero innecesarias.

¿Qué veracidad le otorgas a la información que recibes por redes

sociales?: Regular. Verifico que la información sea verídica si parece pertinente hacerlo.

¿Conoces el término cyberbullying?, ¿es usado en utilizado en tu ambiente laboral/escolar?: Sí, lo conozco y es utilizado.

¿Cuál es tu experiencia con el cyberbullying o abuso escolar por redes sociales?, ¿has sido testigo o víctima de estos casos?: Lo he visto en estudiantes de octavo básico

¿Qué rol empleas en un un caso de cyberbullying escolar?: Denunciante

*En caso de educadores y otros profesionales:

¿Existe un protocolo para abarcar el cyberbullying en tu ambiente laboral?: Si

*En caso de padres o apoderados: ¿Qué acciones tomarías o has tomado en un caso de cyberbullying?: -

*En caso de estudiantes/adolescentes: ¿Cómo reaccionarías o has reaccionado en un caso de cyberbullying?: -

¿Conocías toda la información entregada en el video sobre el cyberbullying?: Conocía parte de esta información.

Como herramienta de información, te pareció: Muy útil, es información relevante que todos deberían tener.

* En caso de profesionales y apoderados: ¿La información entregada serviría de apoyo alguno para el rol que desempeñas?, ¿de qué modo?: Es meramente informativa. Falta mayor impacto

en el joven, faltan ejemplos y datos duros o estadísticas en Chile

*En caso de estudiantes y adolescentes: ¿crees que esta información es relevante para tu vida cotidiana?, ¿la compartirías con tus amigos o compañeros?: -

¿Hay alguna sección en especial que llamó tu atención?, ¿por qué?: Si los tipos de conexiones y las generaciones.

¿Para quiénes consideras que sería útil la información entregada?: Educadores y docentes de la Educación, Padres y apoderados., Estudiantes y adolescentes.

¿Hay alguna sección e información con la que te encuentres en desacuerdo o no consideres relevante?, ¿por qué?: Creo que faltó mayor impacto

En qué medios sería relevante esta información: En apoyo a una charla sobre el abuso escolar., En plataformas como Youtube para fácil acceso., En plataformas como Whatsapp para su rápida difusión., En posesión de un establecimiento educacional o de profesionales competentes al tema.

Comentarios finales y opinión sobre infografía animada: La infografía está muy bien estructurada, es clara en conceptos e imágenes, falta aterrizar el tema a datos duros y ejemplos de casos en Chile.

16/17

Nombre completo: Manuel Eduardo Saa Riveros

Edad: 58 años

Estudios o grado adquirido: Técnico jurídico.

¿Qué uso le das a las redes sociales en tu vida cotidiana? (ej. Facebook, WhatsApp, Twitter, Instagram, Snapchat, Reddit, etc.): Frecuente. Las uso todos los días, para situaciones específicas.

Usas las redes sociales por: Trabajo (ej. comunicarte con tu comunidad laboral), Educación (ej. compartir o enterarte de información sobre un tema en específico)

Consideras las redes sociales: Útiles, pero innecesarias.

¿Qué veracidad le otorgas a la información que recibes por redes sociales?: Regular. Verifico que la información sea verídica si parece pertinente hacerlo.

¿Conoces el término cyberbullying?, ¿es usado en utilizado en tu ambiente laboral/escolar?: Sí, lo conozco y es utilizado.

¿Cuál es tu experiencia con el cyberbullying o abuso escolar por redes sociales?, ¿has sido testigo o víctima de estos casos?: Fui víctima.

¿Qué rol empleas en un un caso de cyberbullying escolar?: Informar de inmediato a la autoridad competente.

*En caso de educadores y otros profesionales:

¿Existe un protocolo para abarcar el cyberbullying en tu ambiente laboral?: Sí

*En caso de padres o apoderados: ¿Qué acciones tomarías o has tomado en un caso de cyberbullying?: Informar-custodiar a la imagen del afectado/a-

*En caso de estudiantes/adolescentes: ¿Cómo reaccionarías o has reaccionado en un caso de cyberbullying?: -

¿Conocías toda la información entregada en el video sobre el cyberbullying?: Conocía parte de esta información.

Como herramienta de información, te pareció: Muy útil, es información relevante que todos deberían tener.

* En caso de profesionales y apoderados: ¿La información entregada serviría de apoyo alguno para el rol que desempeñas?, ¿de qué modo?: Sí.

*En caso de estudiantes y adolescentes: ¿crees que esta información es relevante para tu vida cotidiana?, ¿la compartirías con tus amigos o compañeros?: -

¿Hay alguna sección en especial que llamó tu atención?, ¿por qué?: La falta de control de los padres hacia los hijos, cautivados en el dormitorio sin conocer lo que realmente sucede alrededor.

¿Para quiénes consideras que sería útil la información entregada?: Fundaciones y campañas contra el abuso escolar., Educadores y docentes de la Educación, Profesionales fuera del ámbito educacional. (ej. Psicólogos, terapeutas, etc), Padres y apoderados., Estudiantes y adolescentes.

¿Hay alguna sección e información con la que te encuentres en

desacuerdo o no consideres relevante?, ¿por qué?: Uso mediático para que un infante se quede tranquilo.

En qué medios sería relevante esta información: En apoyo a una charla sobre el abuso escolar., En plataformas como Whatsapp para su rápida difusión., En posesión de un establecimiento educacional o de profesionales competentes al tema.

Comentarios finales y opinión sobre infografía animada: Interesante, pero faltó más profundidad, más incisivo.

17/17

Nombre completo: Isabel Valeria Rivas Muñoz

Edad: 50 años

Estudios o grado adquirido: Pedagogía en Educación general Básica, Coordinadora de Primer Ciclo Básico

¿Qué uso le das a las redes sociales en tu vida cotidiana? (ej. Facebook, WhatsApp, Twitter, Instagram, Snapchat, Reddit, etc.): Frecuente. Las uso todos los días, para situaciones específicas.

Usas las redes sociales por: Trabajo (ej. comunicarte con tu comunidad laboral), Ocio (ej. chatear con amigos, compartir videos o memes, etc), Educación (ej. compartir o enterarte de información sobre un tema en específico), Seguridad (ej. informarte sobre tus seres queridos, compartir tu ubicación, etc)

Consideras las redes sociales: Útiles y necesarias.

¿Qué veracidad le otorgas a la información que recibes por redes sociales?: Baja. Siempre verifico la información, independiente de su emisor o contenido.

¿Conoces el término cyberbullying?, ¿es usado en utilizado en tu ambiente laboral/escolar?: Sí, lo conozco y es utilizado.

¿Cuál es tu experiencia con el cyberbullying o abuso escolar por redes sociales?, ¿has sido testigo o víctima de estos casos?: Sí, víctima y testigo.

¿Qué rol empleas en un un caso de cyberbullying escolar?: Apoyo al alumno en conjunto al equipo de convivencia escolar y apoderado.

*En caso de educadores y otros profesionales:

¿Existe un protocolo para abarcar el cyberbullying en tu ambiente laboral?: No.

*En caso de padres o apoderados: ¿Qué acciones tomarías o has tomado en un caso de cyberbullying?: -

*En caso de estudiantes/adolescentes: ¿Cómo reaccionarías o has reaccionado en un caso de cyberbullying?: -

¿Conocías toda la información entregada en el video sobre el cyberbullying?: Conocía parte de esta información.

Como herramienta de información, te pareció: Muy útil, es información relevante que todos deberían tener.

* En caso de profesionales y apoderados: ¿La información en-

tregada serviría de apoyo alguno para el rol que desempeñas?, ¿de qué modo?: Sí, como base legal para actuar en apoyo.

*En caso de estudiantes y adolescentes: ¿crees que esta información es relevante para tu vida cotidiana?, ¿la compartirías con tus amigos o compañeros?: -

¿Hay alguna sección en especial que llamó tu atención?, ¿por qué?: La cantidad de herramientas que presentan las redes sociales, y que, si se usaran correctamente, podrían ser muy favorables.

¿Para quiénes consideras que sería útil la información entregada?: Fundaciones y campañas contra el abuso escolar., Educadores y docentes de la Educación, Profesionales fuera del ámbito educacional. (ej. Psicólogos, terapeutas, etc), Padres y apoderados., Estudiantes y adolescentes., Adultos en contacto (a cargo) con jóvenes, ej. transportistas escolares, monitores de iglesias

¿Hay alguna sección e información con la que te encuentres en desacuerdo o no consideres relevante?, ¿por qué?: Ninguna.

En qué medios sería relevante esta información: En apoyo a una charla sobre el abuso escolar., En plataformas como Youtube para fácil acceso., En plataformas como Whatsapp para su rápida difusión., En posesión de un establecimiento educacional o de profesionales competentes al tema.

Comentarios finales y opinión sobre infografía animada: Clara, comprensible para el universo receptor y atingente a nuestra realidad.

