Universidad Iberoamericana Puebla

Repositorio Institucional **http://repositorio.iberopuebla.mx**

Área de Síntesis y Evaluación Diseño Interacción y Animación - ASE

Proponimus

Ramos González, Paulina Alejandra

2018-05

http://hdl.handle.net/20.500.11777/3638

http://repositorio.iberopuebla.mx/licencia.pdf

Proponimus

Paulina Alejandra Ramos
Universidad Iberoamericana Puebla
Blvd. del Niño Poblano No. 2901
Colonia Reserva Territorial Atlixcáyotl
San Andrés Cholula, Puebla
+52 961 155 8991
paulinaalex@live.com.mx

Sonia Alexandra Race Ochoa
Universidad Iberoamericana Puebla
Blvd. del Niño Poblano No. 2901
Colonia Reserva Territorial Atlixcáyotl
San Andrés Cholula, Puebla
+52 24 41 06 01 63
sonia.ra.ce@hotmail.com

Arturo García Muñoz
Universidad Iberoamericana Puebla
Blvd. del Niño Poblano No. 2901
Colonia Reserva Territorial Atlixcáyotl
San Andrés Cholula, Puebla
+52 22 21 14 16 01
mr-sr@hotmail.com

RESUMEN

Actualmente los jóvenes cumplen con un papel muy importante dentro de las próximas elecciones, pero la gran mayoría no cuenta con la curiosidad o en otros casos no sabe dónde poder encontrar información de manera fácil y sin algún tipo de posición. También poseen lo que es el rechazo político lo que hace que sientan que no son escuchados, que no pueden generar un cambio y que los políticos son personas inalcanzables, por lo que terminan cayendo en la indiferencia.

Se debe crear un espacio donde los ciudadanos puedan crear propuestas de valor, las cuales posteriormente se puedan realizar y así generar la confianza necesaria para incitar a la gente a participar en las problemáticas que los rodean, además de informar a la gente qué es lo que los demás quieren resolver del país.

La plataforma Proponimus es una página Web diseñada para romper la barrera política existente entre ciudadanos y políticos, promoviendo la participación ciudadana y resolviendo la problemática de la falta de información sobre las próximas elecciones. Esta dirigida principalmente a los jóvenes entre 17 y 25 años, quienes son aquellos que podrían votar por primera o segunda vez, aunque la plataforma la podría usar cualquier ciudadano.

El prototipo final es una página Web donde los usuarios pueden iniciar sesión o simplemente visitarla. Cuenta con una parte enfocada a participación y otra a información. También cuenta con una herramienta para generar propuestas basada en una técnica llamada "Golden Circle" y una parte de "gamification" para incentivar a los usuarios a seguir participando.

A lo largo del desarrollo de la plataforma se hicieron investigaciones de las elecciones, entrevistas a jóvenes y adultos, observaciones, lluvias de ideas y métodos con tarjetas para obtener la idea del prototipo final. Así mismo, el prototipo está validado por diferentes pruebas de usuarios, donde se tomó en cuenta su retroalimentación para mejorarlo.

Palabras clave

Política, jóvenes, elecciones, voto, rechazo político, participación ciudadana, informar, gamification, golden circle.

1. INTRODUCCIÓN

En México, la política siempre ha sido un tema polémico. El ciudadano mexicano tiene un desapego a la política que se ve reflejado de diversas maneras, como en la ignorancia hacia lo que sucede en el país, la falta de empatía en los problemas nacionales, la desunión del pueblo mexicano, etc. Los políticos son vistos como algo fuera del círculo social común, como personas que traerán más un mal que un bien. Incluso se vínculan a la corrupción e inestabilidad del país.

Este año serán las elecciones presidenciales, donde se seleccionará un candidato para poder representar al país, así mismo también se votarán por diversos cargos como senadores, diputados y alcaldes. Será una de las elecciones más grandes de la historia por lo que la sociedad, en especial los jóvenes, tienen una gran tarea por delante: informarse acerca de lo que está pasando conforme a éstas elecciones, qué se propone para que se resuelvan los problemas actuales y qué cambios se esperan para México (Zepeda, 2017).

Aunque, para que lo anterior suceda necesita haber una relación bilateral entre los ciudadanos y los políticos, es decir, los ciudadanos deben ver a los políticos como el grupo de personas que podría representar su ideología, así como también los políticos deben escuchar lo que la sociedad tiene que decir. A pesar de todo, la relación bilateral no funciona, ya que hay una especie de barrera que no permite la comunicación entre políticos y ciudadanos.

El papel de los jóvenes en todo esto es que ellos representan una quinta parte de la población votante, por lo que es fundamental que como representantes del futuro de México, se interesen en lo que pasa en las elecciones para que puedan ejercen un voto consiente, romper la barrera política y empezar a involucrase mucho más con lo que sucede en México (Hernández, 2017).

Sin embargo, los jóvenes tienen un gran problema y es que muchas veces la información política que se les presenta no es la adecuada, no llega por los medios correctos o no es el tipo de información que ellos esperan. Como ejemplo tenemos las elecciones y el gran bombardeo de propaganda política en las calles, televisión, internet y redes sociales. Por esto mismo y añadiendo el carácter difícil de los jóvenes, éstos no se interesan en la política o en los asuntos del país tan fácilmente.

Por otro lado, los políticos tienen la tarea de desarrollar estrategias que permitan a los ciudadanos involucrarse con la política. Estas estrategias pueden basarse en un modelo de participación ciudadana, la cual representa un punto de encuentro y por lo tanto de oportunidad para acercar a los ciudadanos y los políticos. También pueden valerse de las herramientas actuales, como lo son el internet y las redes sociales, generando contenido que pueda llegar a las personas de manera simple y efectiva.

A través de este proyecto se quiere resolver la problemática inicial dentro de este tema: la indiferencia y la falta de información, para poder hacer que más gente deje de pensar que la política es un tema aburrido y que la información no es transparente. También si cada persona tuviera una participación ciudadana más activa se podría crear grandes cosas y consigo un gran cambio.

El nombre del proyecto es Proponimus, se eligió dicho título por que la principal actividad dentro de esta plataforma será que los usuarios podrán registrarse y poder realizar propuestas con una herramienta que se utiliza en Mercadotecnia, el Golden Circle, en el cual podrán argumentar por que hicieron esa propuesta. Todo esto ayudará a que la propuesta no sólo sea algo superficial y para beneficio propio, sino para todos como comunidad.

2. LA POLÍTICA Y LOS JÓVENES

2.1 El papel de los jóvenes en las elecciones

Los jóvenes representan en éstas elecciones un porcentaje significativo de votos, ya que sólo los jóvenes que votaran por primera vez son 14 millones, representando el 17% del patrón electoral (Hernández, 2017).

Sin embargo los jóvenes, al igual que muchos sectores de la población votante, no creen en el poder de la política. Esta problemática no es sólo cuestión de estas elecciones. El desapego político se ha venido manejando en elecciones anteriores.

En las elecciones pasadas del 2012, según la Encuesta de Valores del Imjuve y la UNAM, al 89.6% de los jóvenes entre 12 y 29 años no les interesaba la política (La Razón Online, 2012).

¿Porqué los jóvenes están rechazando la política más que otros sectores de la población? Por su carácter natural. La juventud es una etapa caracterizada por la rebeldía.

Los jóvenes tienen más claro lo que rechazan que lo que buscan, por eso ellos pueden decir que desconfían más de cierto candidato, más que decir que confían de uno. No tienen confianza en los partidos, los consideran anticuados. Debemos tener en cuenta que los jóvenes sí confían en la democracia, por lo que parte del descontento político viene de la incompetencia de los partidos para hacer una democracia justa. Rechazan la política clásica y el sistema, ya que a los jóvenes les interesa el cambio. Son seres dinámicos, instantáneos, en movimiento. Se consideran líderes de sí mismos. Son fuertes e impulsivos, por lo que no son tan fáciles de controlar. También por lo mismo rechazan los halagos fáciles o engañosos (Arias, 2014).

Si bien, los jóvenes son un grupo con poder para cambiar a México, no siempre se demuestra. Hasta antes del terremoto de la ciudad de México en septiembre de 2017, la mayoría de la gente pensaba que a los jóvenes no les interesaba nada, pero se demostró lo contrario cuando miles de jóvenes se unieron para ayudar en el terremoto. Rescatamos de esto uno de los puntos más importantes de los jóvenes actuales: les gusta ayudar y participar.

2.2 Estrategias para llegar a los jóvenes

Debido al carácter difícil de los jóvenes, llegar a ellos es complicado, en especial en estas elecciones, donde los políticos deberán obtener su voto si quieren simpatizar con al menos a la quinta parte de la población votante.

Obtener el voto de los jóvenes es difícil pero no imposible. Además, lo importante es que los políticos se den cuenta que los jóvenes son la fuerza de México y la posibilidad de su cambio. Representan a la sociedad del futuro que puede generar un México prospero, por lo que su acercamiento a la política y a los problemas de su entorno debe ser lo primero a resolver.

Para hacerlo, existen consejos o maneras que los políticos pueden seguir. Dichas maneras son la clave para que no sólo los jóvenes sino toda la sociedad mexicana empiece ver la política como algo positivo:

Primero que nada, los candidatos deben ser auténticos, honestos en sus propuestas y congruentes. Esto es para combatir la desconfianza y la apatía hacía la política. Es común pensar que los políticos engañan a la gente, pero la sociedad de hoy en día y en especial los jóvenes no son tan fáciles de engañar, ya que no es tan fácil venderles una figura política debido a que están expuestos a muchos más medios de información como internet, donde pueden encontrar mucha más información de manera accesible (Hernández, 2017).

Por supuesto el medio del internet y otros como las redes sociales son un arma de doble filo, porque si bien hay más información accesible, también está la posibilidad de encontrar información falsa o alterada.

De lo anterior deriva el segundo punto, que es saber aprovechar correctamente el internet y las redes sociales. Éste es un aspecto muy importante que los candidatos deberían tomar en cuenta, pero no muchos lo hacen o no logran llegar a los jóvenes por medio de las redes sociales.

Según la Primera Encuesta a Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones del 2016, hecha por el Instituto Federal de Telecomunicaciones, 85 de cada 100 jóvenes entre 18 a 24 años usan Internet, de los cuales el 88% lo usa para estar en redes sociales. Además, el sector tecnológico evoluciona y crece, por lo que cada vez más personas usan el internet o las redes sociales que por ejemplo, en las elecciones del 2012 (Hernández, 2017).

Lo correcto sería que los políticos aprovechen las redes sociales, el internet o otros medios de comunicación para difundir información de valor, contrario a lo que por ejemplo pasa comunmente en las elecciones, donde los candidatos no muchas veces promueven sus propuestas, sino su partido o atacan a otros candidatos.

En tercer lugar, hay que saber que los jóvenes se mueven por causas y no por intereses, como en el ejemplo ya mencionado del terremoto de septiembre de 2017 (Henández, 2017).

En este caso es escencial involucrar a los jóvenes en la política no desde la posibilidad de obtener un beneficio económico o social propio, sino un bien para toda la comunidad. También darles la oportunidad a los jóvenes de involucrarse en primera persona resolviendo los problemas de su contexto, pues la participación activa es lo que les motiva e interesa.

2.3 Participación ciudadana

Continuando el punto anterior, la participación activa de los jóvenes puede aprovecharse en lo que es la participación ciudadana, acción que cualquier ciudadano de mexicano puede y debe hacer para mejorar México.

La participación ciudadana se define como la actuación de la sociedad en asuntos públicos de forma organizada y definida, que resulta en la capacidad de tomar decisiones en los mismos (Serrano, 2015; Isunza, 2006 y Olvera, 2007).

¿Cómo se relaciona exactamente con los jóvenes? Con su ausencia de miedo al cambio. Los jóvenes son seres dinámicos por lo que la búsqueda y la capacidad de poder tomar decisiones en los asuntos públicos puede ser ideal para ellos y beneficiarles. Generarían una sociedad de cambio y progreso.

La participación ciudadana no es algo reciente, ya que por ejemplo, libros del IFE de hace casi 20 años citan "Participar activamente en mejorar la sociedad en que vivimos es una tarea de todos los días, y necesitamos organizarnos continuamente con otros integrantes de la comunidad para conseguir metas que nos beneficien a todos". Lo importante es saber que cada generación necesita una respuesta diferente de participación ciudadana (IFE, 1999).

La plataforma desarollada tiene como principal herramienta el desarrollo de propuestas. De esta forma las personas pueden crear una propuesta basada en una problemática que ellos quieran resolver con la posibilidad de compartirla y que sus conocidos o terceras personas conozcan su propuesta. También los usuarios que entren a la plataforma podrán visualizar las propuestas de otros usuarios y votar por ellas, en caso de que compartan la misma problemática y simpaticen con su manera de resolverla. Lo que hace está mecánica es promover el sentido de comunidad entre los usuarios, haciendoles ver que el problema de un individuo puede ser el mismo problema de una sociedad.

Se hará un concurso mensual donde las propuestas más votadas tendrán la posibilidad de ser evaluadas por el equipo de Proponimus y hacerse realidad, contactando a políticos o especialistas en el tema de la propuesta que la puedan hacer posible. En la plataforma se hará un listado de los casos de éxito, donde se encontaran las propuestas que han sido transformadas en proyectos que se realizaron o se están realizando. Esta es una forma de generar confianza en la gente y que sientan que la participación ciudadana vale la pena, incentivándolas a participar más.

2.3.2 Propuestas de valor: Golden Circle

La participación ciudadana es importante siempre y cuando se realice de manera correcta y consciente, es decir, que se propongan cosas que tengan sustento para resolver una problemática.

Para esto la plataforma cuenta con una herramienta basada en el "Golden Circle", el cual es una herramienta utilizada en marketing. Hecha por Simon Sinek, se basa en que la mayoría de las empresas tienen claro qué hacen, algunas el cómo lo hacen, pero muy pocas tienen claro en por qué lo hacen lo que hacen. De este modo, una iniciativa no es mala o buena por si misma, sino que lo es en relación a si ayuda a avanzar hacia el cumplimiento de un objetivo o no (Terol, 2014).

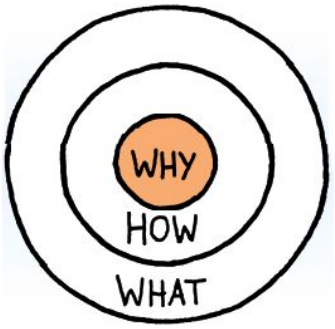

Figura 1. Golden Circle

La herramienta de Proponimus funciona de la misma manera que el Golden Circle, el usuario debe de responde a las preguntas de qué quiere proponer, cómo planea hacer lo que propone, por qué propone lo que propone (la parte más importante, que es donde el usuario reflexiona sobre el objetivo de su propuesta) y se añadió una última pregunta: ¿Para quiénes proponer? Es decir, a quiénes va dirigida la propuesta, con el fin de no olvidar el sentido de comunidad que se quiere transmitir.

Para responder a las preguntas se le proporciona al usuario pasos o sugerencias que puede seguir para desarrollar sus ideas en cada punto de la propuesta. Lo escencial es que el usuario observe a su alrededor, encuentre una problemática, investigue sobre ella, evalue las opciones a resolverla, reflexione por qué es importante resolverla y a quién beneficiará resolviéndola.

2.3 3 Gamification

Se planeó implementar una forma de Gamification para incentivar a los usuarios a utilizar la plataforma para participar.

El "gamification" es la implementación de técnicas o mecánicas de juego, como misiones, niveles, puntos, recolección de recursos, progresión o avatares (Emprenderalia, S.F.).

En el caso de la plataforma, el gamification funciona mediante tarjetas especiales que el usuario tendrá que conseguir para poder hacer una de sus propuestas realidad. Las tarjetas se consiguen realizando determinadas actividades en la plataforma. Al conseguir todas el usuario se convierte en un "Ciudadano Proponimus", que es un ciudadano que participa, informa, observa su entorno y propone soluciones a problemas que identifique.

Al tener todas las tarjetas, se le enviará una invitación para presentar una de sus propuestas, la cual se evaluará para determinar si es una propuesta de valor. De ser positiva, se hará lo mismo que en el concurso de propuestas: se contactará a políticos o especialistas en el tema de la propuesta que la puedan hacer posible.

3. METODOLOGÍA

3.1 Investigaciones

Primeramente, se realizaron investigaciones generales de las elecciones del 2018: cuándo es, quienes participan, los candidatos y que se habla de los jóvenes en estas elecciones.

También se comparó sobre los candidatos a elecciones de México con los de otro país, que fue Francia. Esto con el fin de averiguar si había alguna diferencia en otros países sobre como se presenta la información política en temporada de elecciones. Se encontró que los spot publicitarios de los candidatos federales no siempre son originales y qué lo que más destaca en ellos es la declaración de enemistad hacía otros candidatos.

3.2 Acercamiento a los usuarios

Se realizaron 2 entrevistas y dos actividades, en su mayoría a jóvenes pero también a unos cuantos adultos.

La primera entrevista constaba de preguntas generales del tema de las elecciones. Su objetivo fue saber qué tanto conocimiento poseían los entrevistados de las elecciones, además de obtener algunas posturas en cuanto a algunos temas (qué opinan de los candidatos, la publicidad de los partidos, si se identifican con un partido, los partidos y candidatos en las redes sociales).

La primera actividad constaba de poner en círculos de conjuntos las influencias que ellos recibían de la sociedad, de su familia y de sus amigos sobre las elecciones. También se pusieron fotos de los candidatos en una tabla con valores, con la intención de que los entrevistados los asociaran los candidatos a uno o dos valores.

Los resultados de esta entrevista y actividad arrojaron datos como: la mayoría no poseía muchos conocimientos sobre las elecciones, los partidos o los candidatos. Los candidatos Ricardo Anaya y Andrés Manuel López Obrador son los que tienen más presencia en redes sociales. Los jóvenes se enteran de los partidos en las redes sociales, mientras que los adultos en la televisión. A la mayoría no le gusta ver la publicidad de los partidos políticos y no se sienten identificados con algún partido. Como observaciones se notó que los jóvenes eran más redundantes al contestar que los adultos, además de resultó más difícil entrevistar a los jóvenes porque se aburrían con el tema.

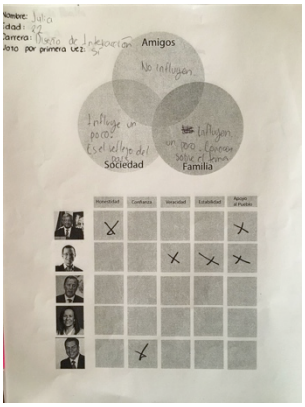

Figura 2. Hoja con respuestas de actividad 1

En la segunda entrevista se les preguntó a los entrevistados que cosas que le han pasado al país en los últimos 6 años también le han afectado a ellos, que harían para mejorar la situación del país y cómo les gustaría que se les presentara la información política. Las primeras dos preguntas se realizaron con el objetivo de saber si los entrevistados ligaban sus problemas a al gobierno o a los políticos.

También se realizaron 2 actividades de tarjetas. La primera consistió en darles a los entrevistados unas tarjetas con el perfil de los candidatos pero sin sus nombres, se les planteaba una situación hipotética donde las tarjetas representaban los candidatos a presidente de una empresa y los entrevistados tendrían que elegir uno y responder si lo eligieron por lo bueno o por lo malo. La segunda actividad consistió en presentarles 4 tarjetas cada una con la imagen un presidente del pasado que haya repercutido o participado en una situación negativa para el país. El objetivo era saber si los entrevistados sabían la situación negativa a la que se le atribuía a cada presidente de las tarjetas y obtener que tanto conocimiento poseían de la historia del país en cuestión política.

Los resultados de la segunda entrevista y actividades arrogaron datos como: la mayoría de los entrevistados jóvenes no relacionaban nada malo de su vida con el gobierno, mientras que los adultos sí. Dos de las personas entrevistadas arreglarían sólo la corrupción del país, mientras que los demás dieron respuestas más extensas. A los entrevistados les gustaría que se les presentara información accesible, clara, donde vengan las propuestas, sin necesidad de "basura" publicitaria. En la primera actividad de las tarjetas, la mayoría eligió a los candidatos más por lo bueno que por lo malo. En la segunda actividad de las tarjetas, sólo la persona adulta logró identificar a todos los presidentes y lo que hicieron, mientras que los jóvenes no.

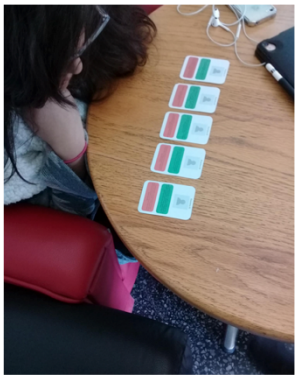

Figura 3. Entrevistado durante la actividad 2

Por último, se realizó una entrevista a Óscar Vera, maestro en diseño estratégico e innovación que actualmente trabaja en la campaña de Lalo Rivera. La principal aportación de Óscar fue introducirnos en el tema de participación ciudadana como punto de encuentro entre la sociedad y los políticos, ya que la experiencia que el tiene trabajando con un candidato le ayudó a entender que los políticos están dispuestos a escuchar las propuestas y aprovecharlas para su candidatura.

3.3 Métodos adicionales

Se usaron dos métodos adicionales para obtener información que nos pudiera ser de provecho para la propuesta (Martin y Hanington, 2012). Estos fueron:

Brainstorm Graphic Organizers: se les dio a los entrevistados una serie de post-its, donde se les decía una serie de preguntas para que desarrollaran un nuevo medio de comunicación que involucrara a los políticos y la sociedad, además que hicieran un dibujo de su medio.

Card Sorting: Se les dio a los entrevistados una serie de tarjetas con categorías y otras con elementos de comunicación (medios, formatos, etc). Acto seguido, se les pidió a los entrevistados que unieran las categorías con los elementos de comunicación que ellos creyeran pertenecientes.

Figura 4. Resultado de Card Sorting

3.4 Tabla de categorías

Toda la información obtenida se clasificó en una tabla de categorías, donde las respuestas obtenidas de las entrevistas y actividades se dividieron en temas y subtemas. Esta tabla fue esencial para visualizar mejor la información que recabamos y poder obtener los insights.

3.5 Mapas de relaciones

Se hizo un mapa de relaciones donde se ponen a los principales elementos de la investigación y cómo se vinculan entre sí, sus funciones, su importancia, etc. Se trabajó con la intención de que fuera más fácil ubicar al público meta y con qué elementos se relaciona.

3.6 Insights

Con base a los resultados de las etapas de investigación y acercamientos a los usuarios, se obtuvieron descubrimientos que serían la base para plantear la propuesta con sus respectivos principios de diseño.

Se descubrió que habían 2 problemas principales: la barrera política y la falta de información hacía los jóvenes. Los insights que reflejan lo anterior son:

-Los jóvenes piensan que los políticos mexicanos buscan priorizar sus intereses personales por encima de aquello que el pueblo exige y necesita.

-Los jóvenes no conocen las propuestas de los candidatos ya que la información no les llega de manera directa, como se esperaría que fuera.

-Existe una predisposición a la desconfianza y rechazo por parte de la jóvenes hacia los partidos políticos y sus candidatos.

-A los jóvenes no les gusta como es presentada la información sobre los candidatos, prefieren que la información se más abierta, clara y más accesible para todos.

-Los jóvenes buscan propuestas realizables, honestas y que realmente generen un cambio.

-Las personas creen que existe una barrera política que impide la comunicación entre pueblo y gobierno. Sin embargo, existen puntos de encuentro donde la sociedad y la política se podrían comunicar.

-Existe una evidente ausencia de comunicación entre los políticos y las propuestas de la ciudadanía, causada por la falta de promoción de la cultura de participación ciudadana.

3.7 Principios de diseño

Basados en los insights, se pensó qué necesitaría la plataforma para poder resolver los problemas de la barrera política y la falta de información hacia los jóvenes. Con ello se obtuvieron 5 principios para implementar en la plataforma:

-Perfiles comparativos: Se presentan a los candidatos de tal forma que se puedan ver los perfiles de cada uno al mismo tiempo. Cada candidato esta dotado de botones, que representaran un aspecto de su información. Los usuarios podrán seleccionar la información de su agrado y la podrán comparar entre candidatos, desarrollando de este manera una opinión crítica basada en la comparación de hechos, desarrollando una perspectiva y no tomando la información a la ligera para así votar correctamente.

-Información transparente: La plataforma contiene información clara, objetiva y neutral. Esto permite que los usuarios se interesen por la información, además de desarrollar su pensamiento crítico, el cual trata de valorar la realidad objetivamente y sin ambigüedades, permitiendo que los usuarios tengan un mejor criterio a la hora de emitir su voto.

-Golden circle: Se utilizó el "Golden Circle" como medio para que los ciudadanos puedan generar propuestas confiables, bien fundamentadas y que estén encaminadas a lograr un objetivo o cambio. Las propuestas se desarrollan en base a su porque, evitando así la posibilidad de propuestas débiles o sin sentido (Terol, 2014).

-Concurso de propuestas: Se fomenta y promueve la participación ciudadana, punto de encuentro entre la sociedad y la política y esencial para que los candidatos formulen sus propuestas. Los usuarios pueden escribir en la plataforma sus propias propuestas para mejorar su entorno, con la posibilidad de que éstas participen en un concurso donde las mejores propuestas serán enviadas a una persona involucrada en el tema y tengan la posibilidad de ser realizadas. De este modo los usuarios sentirán que sus propuestas y opiniones no son en vano.

-Gamification: La gamification se basa en usar mecánicas de "juego" para motivar a los usuarios. En este caso, se implementó tarjetas que los usuarios podrán ganar dependiendo si realizan acciones en la página relacionadas con la participación ciudadana, con la posibilidad de que al obtenerlas todas, unas de sus propuestas se podrá cumplir (Emprenderalia, S.F.).

4. PRIMEROS PROTOTIPOS

4.1 Prototipo de baja fidelidad

El prototipo de baja fidelidad consistió en hojas de papel con pots-it que simulaban elementos de las pantallas de la plataforma. Se

hicieron 7 pantallas en las que se incluyeron los principios de diseño en su forma más básica.

Figura 5. Navegación de prototipo de baja fidelidad

Después se realizó la digitalización de las pantallas y se evaluó la posibilidad de la paleta de colores de la plataforma, tipografías y estilo de los elementos.

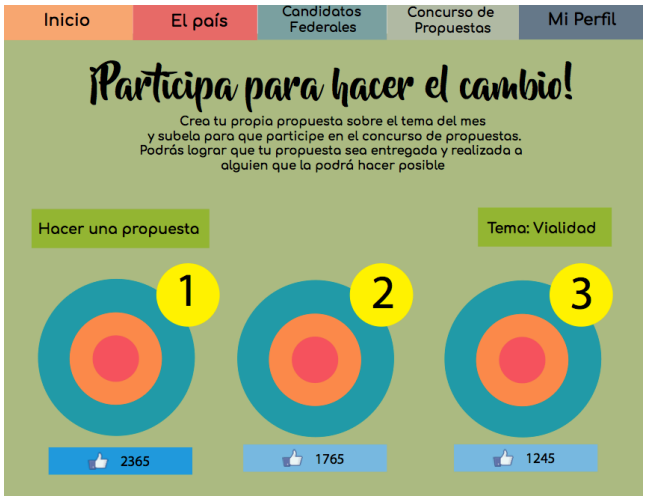

Figura 6. Pantalla de prototipo de baja fidelidad digitalizado

4.3 Journey Map

El journey map se realizó con la intención de plantearnos cómo uno de los usuarios usaría la plataforma. La situación imaginaria que se estableció es de una joven que tiene problemas para saber sobre las elecciones al mismo tiempo que observa una problemática. La situación se resuelve cuando ella usa la plataforma, ya que se informa sobre las elecciones y propone una solución a la problemática que ella vio.

4.4 Prototipos de media fidelidad

Se realizó el prototipo de media fidelidad con cambios en el diseño de las pantallas (color, tipografía, estilo de botones, etc). Se usó un programa de prototipado para poder navegar entre las pantallas de la plataforma.

Figura 7. Pantalla de prototipo de media fidelidad

4.5 Landing page y página en Facebook

Para promover la página se creó una landing page, la cual contiene las pantallas de la plataforma, qué es y qué se puede hacer en la ella. También se invitó a quienes la visiten a dejar sus opiniones y comentarios.

La landing page fue promovida en la página de Facebook de Proponimus, donde además se comparten otros elementos de Proponimus que contiene la plataforma.

4.6 Pruebas de usuario

Se realizaron un total de 3 pruebas de usuario en los 3 diferentes niveles del prototipo de la plataforma, todas a estudiantes de diferentes carreras de entre 18 y 22 años de edad. El objetivo de las pruebas en general era evaluar la funcionalidad de la plataforma, si los usuarios entendían o ignoraban la parte participativa e informativa, si funcionaba la navegación de las pantallas, qué cosas les agradaban a los usuarios, qué cosas quitarían, qué cosas cambiarían, si la plataforma los incentivaba a acercarse más a la política, entre otras diversas opiniones.

El la primera prueba de usuario con el prototipo de baja fidelidad, se obtuvo mucha retroalimentación, entre los comentarios más importantes y que se implementaron están los siguientes: cambiar la navegación de las pantallas de propuestas, animaciones en la parte informativa, el uso de colores no tan llamativos, indicar los partidos políticos de los candidatos, indicar la situación de las candidaturas en el mapa y que la plataforma sea visible por computadora.

Además de evaluar la plataforma se evaluó si el Golden Circle funcionaría para la generación de propuestas. Se les proporcionó a los usuarios una hoja de papel con los círculos del Golden Circle dibujados y se les pidió a los usuarios que hicieran su propia propuesta. Los resultados fueron satisfactorios ya que los usuarios al llegar a la parte del ¿por qué? se detenían a reflexionar su propuesta. Todos los usuarios nos dijeron que el Golden Circle es una buena idea para la participación ciudadana.

El la segunda prueba de usuario se evaluó sobre todo el diseño y funcionabilidad de las pantallas. Se obtuvieron las sugerencias de cambios del color, mejoras de los botones elementos de las pantallas, cambios de tipografías, mejoras en la pantalla del perfil del usuario y de visualización de las propuestas, entre otras sugerencias.

Figura 8. Javier, realizando prueba de usuario.

En la tercera prueba de usuario fue una evaluación general, ya que además de preguntarles a los usuarios su sentimiento con la plataforma, se evaluó si les ayudaría a romper la barrera política existente. Se obtuvieron resultados medianamente satisfactorios, ya que sí la consideran útil, pero aún había cosas a mejorar que todavía no terminaban de convencer a los usuarios, como la parte de la navegación.

5. PROPUESTA Y PROTOTIPO FINAL

El prototipo final de la plataforma Proponimus posee las siguientes características:

Cuenta con 4 pantallas principales: El inicio, la pantalla de propuestas, la pantalla del país y la pantalla de inicio de sesión/perfil de usuario.

La pantalla de inicio posee en primer lugar slides con links de las principales actividades de la página que son: hacer tu propuesta, cómo convertir tu propuesta en un caso de éxito, conocer lo que pasa en el país y conocer a los candidatos federales. Esto con el objetivo de facilitar la navegación a un usuario regular de la página e ir directamente a las pantallas de importancia.

Seguido de lo anterior, la pantalla de inicio explica qué es la plataforma, qué se puede hacer en ella y con qué finalidad fue desarrollada.

La segunda pantalla principal, la pantalla de propuestas explica por qué es importante la participación de la sociedad y la creación de propuestas. Contiene links a:

-¿Cómo hacer tu propuesta? Pantalla que explica el proceso de la creación de la propuesta mediante la herramienta del Golden Circle, además de proporcionar sugerencias para generar ideas en cada paso de la propuesta.

-Hacer tu propuesta. Pantalla donde el usuario escribe su propuesta tratando los puntos de qué propone, cómo lo propone, por qué lo propone y para quiénes lo propone. También puede elegir el tema de su propuesta por medio de íconos representativos de cada tema y añadir fuentes de consulta que le hayan servido para generar la propuesta.

-¿Cómo hacer la propuesta realidad? Es una extensa pantalla que explica las formas en las que la propuesta del usuario puede hacerse realidad. Contiene la explicación del Concurso Proponimus, donde las propuestas más votadas cumplirse. Contiene el tema del mes del concurso, la explicación de qué es y quién (político o persona experta del tema) podría colaborar haciendo la propuesta del mes realidad. Incluye links a las propuestas más votadas del concurso con la posibilidad de ver más propuestas del tema. También incluye la explicación de hacer una propuesta del usuario realidad siendo un Ciudadano Proponimus, que es completando las tarjetas especiales que se ganan con determinadas actividades de la página. Por último, la pantalla contiene los casos de éxito, que son las propuestas que se han hecho realidad.

La última parte de la segunda pantalla principal contiene el catálogo de propuestas, donde el usuario puede buscar la propuesta por tema, mes, rating o simplemente por medio de un buscador.

La tercera pantalla principal, la pantalla de “El País”, contiene la parte informativa de la plataforma. Explica por qué es importante informarse, contiene un mapa interactivo de la república mexicana, donde el usuario puede seleccionar a un estado y ver información de los candidatos estatales (si los tiene). También contiene animaciones y/o infografías con información general de las elecciones o la importancia del voto. Por último, contiene a los candidatos federales ordenador alfabéticamente por apellido. Cada candidato tiene slides que contienen su perfil, sus propuestas y su agenda, esto con la finalidad de darle al usuario la posibilidad de comparar la información entre candidatos.

La última pantalla es la pantalla de perfil del usuario, donde el usuario tiene la posibilidad de editar su información, ver las tarjetas que ha ganado y ver las propuestas que ha realizado.

En entre otras características, la plataforma maneja 3 colores principales: el azul, rojo y blanco. Son colores elegidos por su neutralidad ya que en conjunto no recuerdan a algún partido político. La plataforma también contiene enlaces a la página de Proponimus en Facebook.

Figura 9. Plataforma Proponimus en su versión final

6. CONCLUSIONES

La participación ciudadana es una de las muchas cosas que los políticos y los ciudadanos podrían hacer para romper la barrera política que los separa. Lo importante es que ambos grupos estemos dispuestos a cooperar y a entenderse el uno con el otro.

El proceso es difícil ya que la gente tiene diferentes razones para desconfiar de la política y no todas se pueden resolver. Pero lo mejor es reforzar el sentido de comunidad de los mexicanos y entender que juntos y unidos podemos lograr el cambio que es mejor para hacer a México un gran país.

En el desarrollo de Proponimus aún quedan cuestiones a probar y validar, entre ellas:
-Que tanto puede ser el acercamiento de la gente a la política por medio de la participación ciudadana.
-Que tan funcional es usar gamification para atraer a las personas a participar o que tanto las desvía del objetivo original.
-Que tan dispuestos estarían los políticos a participar en las propuestas de la plataforma.

Así mismo, la plataforma podría seguir en pie y evolucionar si se hicieran las siguientes cosas:
-Contar con un equipo especializado para la evaluación de las propuestas.
-El seguimiento y actualización de la parte informativa de la plataforma.
-Contar con el apoyo del gobierno o instituciones que den aprobación a la realización de proyectos.

Se tiene la intención de que el desarrollo de proyectos como este motiven a la población a participar activamente para generar un cambio a los problemas y la situación actual que vive México, en especial a los jóvenes, la principal fuerza de cambio y diferencia.

7. RECONOCIMIENTOS

Este proyecto así como todo su proceso fue impulsado por la Universidad Iberoamericana Puebla. Se agradece el apoyo para encaminar nuestro proyecto correctamente a nuestro asesor Arturo García Muñoz. También se agradece el apoyo de nuestro coordinador de la carrera Roberto Razo y al profesor Arturo Córdoba por los consejos de interacción y diseño respectivamente.

8. REFERENCIAS

-Arias, Juan (2014). ¿Por qué la política está perdiendo a los jóvenes?. México. *El País.* https://elpais.com/internacional/2014/02/25/actualidad/1393358639_000137.html

-Emprenderalia (S.F.). ¿Qué es la gamification? Emprenderalia Magazine. https://www.emprenderalia.com/que-es-la-gamification/

-Hernández, Saúl (2017). 14 millones de jóvenes mexicanos definirán las elecciones del 2018. México. *El Sol de México*. https://www.elsoldemexico.com.mx/mexico/politica/14-millones-de-jovenes-mexicanos-definiran-las-elecciones-de-2018-309346.html

-IFE (1999). Los jóvenes y la participación ciudadana. México, D.F. (Apuntes de cultura democrática)

-Isunza, E. (2006), "El reto de la confluencia. Los interfaces socioestatales en el contexto de la transición política mexicana (dos casos para la reflexión)", en E. Dagnino, A. Panfichi y A. J. Olvera, *La disputa por la construcción democráctica en América Latina,* México, Fondo de Cultura Económica/CIESAS/Universidad Veracruzana.

-La Razón Online (2012). A 90% de los jóvenesBruce no les interesa la política. México. *La Razón*. https://www.razon.com.mx/a-90-de-los-jovenes-no-les-interesa-la-politica/

-Martin, Bella; Hanington, Bruce (2012). Universal Methods of Design. Rockport Publishers.

-Olvera, A. (2007), *Notas sobre la participación ciudadana desde la óptica de las OSC,* México, INCIDE Social.

-Serrano, Azucena (2015). La participación ciudadana en México. México. *Scielo.* http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-16162015000100005

-Terol, Alberto (2014). El "Círculo Dorado" de Simon Sinek. Marketingstormig. https://marketingstorming.com/2014/10/18/el-circulo-dorado-de-simon-sinek/

-Zepeda, Aurora (2017).Suena el silbatazo electoral; arranca proceso 2017-2018. México. *Excelsior.* http://www.excelsior.com.mx/nacional/2017/09/08/1187023

9. ANEXOS

Para más información: https://ase2aleyale.wordpress.com/

Landing page: https://asealeale.wixsite.com/proponimus

Prototipo final: https://asealeale.wixsite.com/ale2proponimus