



redes, si desconoce cómo crear contenido propio, relevante, para incrementar su empleabilidad? A través de la materia Redacción Publicitaria, además de brindar las herramientas clásicas de la asignatura, se incentiva a los alumnos a desarrollar su personal branding o marca personal, comenzando por el naming –que debe ser simple y contundente–. También se los orienta en la búsqueda de los *social media* que le permitan llegar con efectividad a potenciales empleadores o clientes para desempeñarse como freelancers. Particularmente en LinkedIn, se dan pautas para una presencia visual fuerte, y para lograr resultados en cuanto a captura de contactos, además de ejecutar de manera eficiente las acciones de brindar validaciones y recomendaciones, y la de hacer comentarios. En cuanto a la presencia visual en esa red, se estimula la creación de una cover photo –banner o portada– rupturista y clara, y un retrato –o avatar– que denote profesionalismo desde la sintaxis y la ortografía del rostro. El objetivo final es escalar en el Social Selling Index o SSI propio de esa red social.

La nueva empresa personal: los creadores de contenidos

Autora: Galindo, Gabriela / gabigalindo@gmail.com

Pertenencia institucional: UCES, UADE, UNTREF.

Resumen

Hoy existen en el mundo más de 50 millones de personas que son creadores de contenidos y se han transformado en sus propias empresas. Inician sus actividades siendo ellos mismos quienes piensan ideas, las producen y las comparten en sus redes sociales convirtiéndose luego en empresas generadoras de trabajo joven y principales gestoras de la economía naranja. Compartiremos algunos ejemplos y cómo este fenómeno transformó también al mundo publicitario.

Las personas en el centro: UX para mejorar las experiencias humanas

Autora: Di Stefano, Diana Leonor / diana.distefano@gmail.com

Pertenencias institucionales: UNLP, Universidad Autónoma de Madrid (UAM).

Palabras clave: UX, experiencia, personas, accesibilidad.

Resumen

La creciente utilización de dispositivos digitales con acceso a Internet, lo que se conoce como Internet de las Cosas (*IoT*), implica una revisión de paradigmas y teorías con el objetivo de posicionar a las personas en el centro de los procesos creativos y mejorar su interacción con las máquinas. La perspectiva UX, o experiencia de las personas usuarias, es



una disciplina integral y multidisciplinaria que ayuda a crear productos y servicios digitales accesibles, usables, cercanos y amigables para un amplio espectro humano.

La comunicación actual está interpelada por la digitalidad, por las redes sociales y los múltiples canales en donde podemos comunicarnos. En este sentido, las disciplinas más tradicionales están virando sus enfoques para trabajar en conjunto y enriquecer los procesos que involucran interacciones entre personas y máquinas. Se requieren nuevas formas de entender los cambios que estamos atravesando bajo perspectivas renovadas. Es necesario encontrar puntos de conexión y encuentro tanto conceptual como práctico para crear productos digitales que sean útiles, sustentables, con los que se pueda aprender y que faciliten la vida de las personas, desde la infancia hasta la adultez.

Por ejemplo, la investigación o UX Research permite conocer mejor a las personas, a la vez usuarias y prosumidoras. Los datos de valor encontrados o *insights* se utilizan para iterar los procesos y prototipos, para diseñar conversaciones desde el UX writing y los chatbots, o para enriquecer las relaciones entre diferentes equipos de trabajo (desarrollo, marketing, negocios, diseño, entre otros). Asimismo, en la actualidad contamos con herramientas de inteligencia artificial y machine learning, que nos invitan a revisar cómo ubicar a las personas en el centro del foco. Si bien se pueden automatizar procesos rutinarios, hay que dejar espacio para la emergencia de conocimiento disruptivo y novedoso que mejore la experiencia humana de forma holística.

Propuesta de taller experimental de pintura para personas con ceguera. Una concepción distinta de la Estética

Autor: Zarur Cortés, Jorge Eduardo / jezarurc@uaemex.mx

Pertenencia Institucional: Universidad Autónoma del Estado de México (UAEM).

Palabras clave: Arte, pintura, talleres, método de trabajo, personas con discapacidad visual.

Resumen

En la actualidad, los cambios a nivel global han planteado la creación de nuevas reglamentaciones las cuales inciden directamente en las personas con discapacidad. Entre estas, se han creado normas que apoyan la inserción de personas con discapacidad visual a actividades propias de las artes plásticas como lo es la pintura a través de talleres de experimentación de arte pictórico; a través de estos, se promueve la creatividad, el ocio, las técnicas de trabajo, las habilidades y la educación en general en torno a los conocimientos de la pintura. Así mismo, con este tipo de prácticas se han creado métodos de trabajo con los que los instructores han podido desarrollar propuestas incluyentes para estimular el interés de las personas con discapacidad visual por el quehacer artístico desarrollándose concepciones distintas acerca de la Estética.