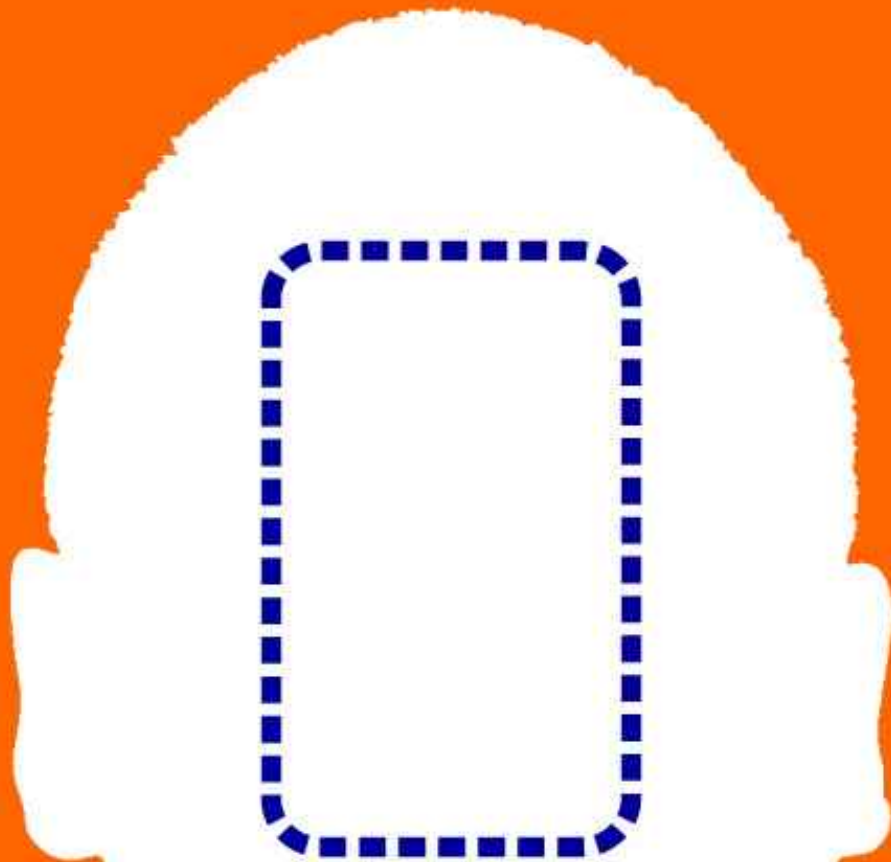


Entrar a la CUARTA PANTALLA

Guía para *pensar en móvil*



Entrar a la
CUARTA PANTALLA
Guía para pensar en móvil

Jalil Abd-el Kader Flores
Antoine Dorat Contreras
Pablo Pérez Quinteros
Matías Raby Coddou
Alexis Zamorano Soto



Entrar a la Cuarta Pantalla: Guía Para Pensar en Móvil

Este libro es propiedad de sus autores.

Compartir bajo licencia Creative Commons:

Atribución - NoComercial (CC BY-NC).

Esta licencia permite a otros distribuir, remezclar, retocar, y crear a partir de esta obra de modo no comercial, y mencionando a los autores.

Para otro tipo de permisos, contactar a los autores.

www.4tapantalla.com

Índice

Por qué pensar en móvil

1. Introducción.....	5
2. Qué es internet móvil	5
3. Estado de internet móvil	6

Antes de comenzar

4. Dispositivos	7
5. Conoce a tu usuario	7
6. Apps o sitio web móvil	8
7. Sitio adaptable o versiones alternativas	10
8. Restricciones	11

Interfaz de usuario

9. Natural User Interface	11
10. Gestos táctiles comunes	13
11. Área de interacción	13
12. Facilita el clic (y evita errores)	16
13. Legibilidad	16
14. Accesibilidad	17

Generar contenido

15. Optimizar contenido	17
16. Escribir para móvil	18

Finalizando

17. Consideraciones y recomendaciones	19
18. Conclusión	20

Bibliografía	21
--------------------	----

Sobre los autores	22
-------------------------	----

1. Introducción

Pensar en móvil. Así de simple.

El mundo está cambiando y se está enfocando a una nueva pantalla. Si primero fue la del cine, luego la televisión, después fue el computador personal, ahora es la cuarta pantalla la que marcará la forma en que nos conectamos: la pantalla de nuestros dispositivos móviles.

En los últimos años hemos ido asimilando este cambio que afecta tanto nuestra vida privada como nuestros negocios. En muchos sentidos, ya estamos pensando en móvil. Pero si queremos estar preparados para esta realidad debemos hacer un ejercicio consciente. Saber qué ofrecer y qué esperar de un sitio web o aplicación móvil.

Esta guía busca ayudarte a pensar en móvil.

2. Qué es Internet Móvil

Por Internet se entiende el conjunto de servicios y protocolos que funcionan en una red interconectada de comunicación. Estos servicios incluyen, pero no se limitan a, la World Wide Web, los correos electrónicos, transmisión de archivos, conversaciones en línea, mensajería instantánea y juegos en línea.

Por décadas esto se llevó a cabo en computadores de mesa o portátiles, y se vio limitado a conexiones físicas o inalámbricas de corto alcance.

Si llevamos todo esto a la palma de nuestra mano, donde sea que estemos y a la hora que sea, tenemos una nueva forma de consumir contenido y de interactuar con nuestras redes de contactos. Actualmente esto incluye dispositivos como smartphones, tablets y netbooks, pero lo más importante es tener en consideración que todo apunta a una convergencia móvil de nuestros productos de uso diario.

3. Estado de Internet Móvil

Nada mejor que unas cuantas cifras de Chile y el mundo, para dimensionar el presente y futuro de Internet móvil, junto con la experiencia actual de sus usuarios.

- Chile es el segundo país con mayor penetración móvil en la región. ⁽¹⁾
- Para el 2012, la cantidad de dispositivos móviles conectados, superarán la población mundial. ⁽²⁾
- La navegación en smartphones en Chile ha crecido más de 4 veces desde el 2009 al 2011. ⁽³⁾
- Para el 2013, más usuarios usarán su celular para entrar a internet que su computador. ⁽⁴⁾
- En 2014 la velocidad de conexión móvil promedio será de 1 mb. ⁽²⁾
- Se proyecta que el tráfico móvil crecerá 18 veces entre 2011 y 2016. ⁽²⁾
- En los países en desarrollo, mucha gente se saltará el paso a tener un computador con internet en su casa, y pasará directamente al móvil.
- 52% de los usuarios dicen que una mala experiencia móvil, disminuye la probabilidad de que interactúe con esa empresa. ⁽⁵⁾
- 51% de los usuarios chilenos encuentran que su experiencia en sitios y apps móviles es mala o podría ser mejor. ⁽⁶⁾
- 67% de los usuarios dicen que un buen sitio móvil genera más posibilidades de comprar un producto o usar un servicio. ⁽⁵⁾
- 93% de los usuarios abandona un sitio móvil si es que tiene una mala experiencia de uso. ⁽⁷⁾
- 79% de los usuarios pasan a otro sitio si la experiencia móvil es mala. ⁽⁵⁾
- 50% de las búsquedas en móvil llevaron a una compra. ⁽⁸⁾

Por dispositivos móviles entendemos todos los aparatos por donde podemos

4. Dispositivos

acceder a internet, los cuales están pensados para ser llevado fácilmente de forma personal.

Por masividad y características, nos referiremos a teléfonos smartphones y tablets. Siendo los más populares:

- Apple iPhone e iPad, con sistema operativo iOS.
- Samsung Galaxy, Galaxy Tab y HTC ONE X con sistema operativo Android.
- HTC 8X y Nokia Lumia, con sistema operativo Windows Phone.

5. Conoce a tu usaurio

Lo más importante para el éxito de un sitio o aplicación móvil, es enfocarla en el usuario. Por lo que debemos comenzar conociendo su comportamiento al usar dispositivos móviles.

Cuándo y dónde.

Según dos estudios, los usuarios usan sus dispositivos móviles:

	Mundo ⁽⁹⁾	Chile ⁽⁶⁾
En su casa:	84%	78%
Tiempos muertos durante el día:	80%	80%
Mientras va de compras:	69%	33%
En el trabajo:	64%	72%
Mientras ve televisión:	62%	46%
En el transporte público:	47%	73%

Es importante considerar el contexto en que está usando su dispositivo. Lo más probable es que no esté prestando el 100% de su atención. Puede estar usándolo en condiciones adversas: mucha o muy poca luz, mala conectividad, en movimiento, con mucho ruido, etc.

Cómo

El usuario móvil suele usar su dispositivo con la mano derecha y usando el pulgar o dedo índice (ampliamos esta información más adelante).

Perfil de usuarios

Google dividió a sus usuarios móviles en 3 grupos ⁽¹⁰⁾:

- **Repetitivo Ahora:** Acceden a su móvil brevemente a ver información actualizada cómo clima, resultados deportivos e información financiera. Esto lo hacen de forma repetitiva una y otra vez.
- **Aburrido Ahora:** Usuarios con tiempo libre momentáneo. Esperando en colas o en lugares donde puedan usar su dispositivo sin mucha interrupción.
- **Urgente Ahora:** Necesitan encontrar información específica de forma rápida.

Si cruzamos estos datos, podemos ver que el usuario móvil suele requerir acceso rápido y directo a la información que busca. Con diseños simples, limpios y fáciles de entender.

6. Apps o sitios web móviles

Los dispositivos móviles interactúan con contenido en Internet mediante sitios web (usando navegadores) o mediante aplicaciones (apps). Ambas comparten cosas en común, pero tienen grandes diferencias.

Un app debe ser descargada e instalada en el celular (normalmente desde una tienda virtual, como AppStore o Google Play). Un sitio web móvil es un sitio al que se accede mediante un browser desde el dispositivo móvil.

Consideramos como “sitio web móvil”, cuando el sitio es diseñado intencionalmente para correr en un dispositivo móvil.

Sitios web móviles: Pros y contras

Pro: El mismo desarrollo funcionará en cualquier dispositivo móvil.

Pro: Las actualizaciones son automáticas.

Pro: El usuario siempre buscará contenido mediante motores de búsqueda móviles. Cuyos resultados apuntan a sitios web.

Pro: El desarrollo y estandarización de lenguajes de programación (como HTML5), y el aumento de velocidades de conexión, permitirán sitios web más ágiles y ricos en contenido.

Contra: El mismo desarrollo debe funcionar en dispositivos muy distintos. Principalmente en el tamaño y resolución de sus pantallas.

Contra: No puede usar algunos recursos específicos del celular.

Apps: Pros y contras

Pro: Tienen acceso a recursos del sistema que no pueden ser accedidos por un sitio web, como: cámara, GPS, sensor de movimiento, lista de contactos, galería de fotos, etc.

Pro: Estudio demuestra que la experiencia de usuario es 12% mejor en apps que en sitios móviles. ⁽¹¹⁾

Pro: Pueden ser vendidas. Dando la posibilidad de generar ingresos por esta vía.

Pro: Pueden funcionar cuando el usuario no está conectado a internet. Sin considerar las apps que deben rescatar información de internet.

Contra: Son considerablemente más lentas de realizar.

Contra: Se debe realizar una versión para cada dispositivo móvil. Haciendo que su desarrollo sea más caro.

Contra: Requiere estar atento a las actualizaciones y nuevas versiones de los dispositivos móviles.

[con] Tiene que aceptar las reglas y tarifas de las principales plataformas de descargas de apps, como: Apple AppStore, Google Play, Windows Phone Apps y BlackBerry App World)

7. Sitio adaptable v /s versiones alternativas

Existen dos tendencias a la hora de realizar un sitio web pensado para dispositivos móviles. Una de estas es tener una versión alternativa al sitio principal, desarrollado especialmente para dispositivos móviles. Este será dirigido de forma automática al momento de ingresar desde tu móvil. La otra es tener un solo sitio web, que sea capaz de adaptarse al computador o dispositivo móvil desde el cual se está accediendo. Esto se llama “sitio adaptable” (en inglés: “responsive website”).

A continuación presentamos pros y contras de cada una:

Sitio Adaptable

Pro: Un solo sitio se adapta a cualquier dispositivo (móvil o de escritorio).

Pro: El usuario es capaz de acceder a todo el contenido.

Contra: Demoran más en cargar.

Contra: Al tener más contenido, requiere mayor scrolling.

Contra: Ciertas interacciones consideradas “erróneas” en interfaces web en computadores de escritorio, son esperadas en dispositivos móviles, y viceversa. Ejemplo: scroll horizontal, mouse-over, etcétera.

Versión Alternativa

Pro: Permite hacer un diseño especialmente pensado para las capacidades y características de los dispositivos móviles.

Pro: Estudios demuestran que la usabilidad en dispositivos móviles es mejor en sitios móviles que en versiones completas del sitio. ⁽¹²⁾

Pro: Se puede adaptar el contenido para mostrar sólo lo que se considera necesario para el usuario.

Contra: Debe poder funcionar en distintas pantallas móviles y en formato horizontal y vertical. Lo que implica mayor trabajo y testeo.

Contra: Si no se hace el estudio correcto, se puede cortar contenido que era importante para los usuarios.

Contra: El sistema debe poder identificar una gran cantidad de dispositivos, para poder reconocer correctamente cuando se está accediendo a un sitio móvil.

8. Restricciones

Tanto un sitio web móvil como un app deben funcionar bajo ciertas restricciones y limitantes. Principalmente: tamaño y resolución de sus pantallas,

Espacio

El espacio para presentar contenido en una pantalla móvil es considerablemente menor al de una pantalla de computador.

Tamaño y resolución

Los dispositivos móviles varían mucho en el tamaño y resolución de sus pantallas. Lo que hace difícil la tarea de homogeneizar el layout para cada dispositivo (Fig 1).

Conectividad y velocidad de conexión.

Como el usuario lleva su dispositivo móvil a cualquier lado, no siempre va a tener la misma cobertura (velocidad de conexión) de su proveedor de internet.

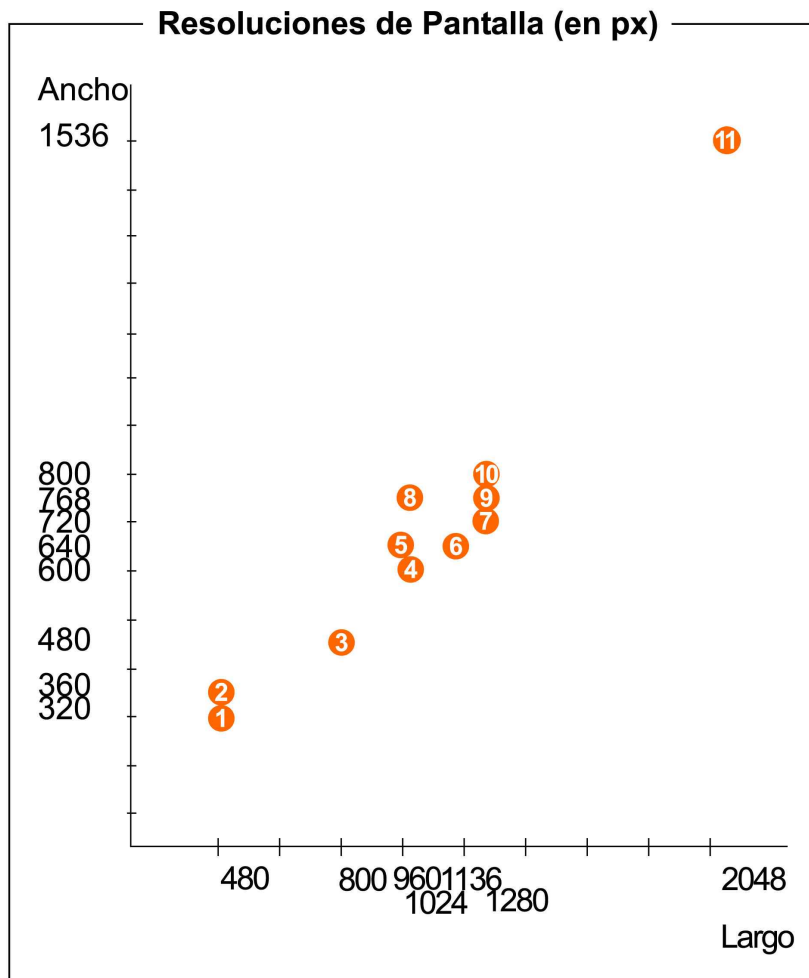
Comprensión.

Es 108% más difícil entender información leyendo desde una pantalla móvil. ⁽¹³⁾

9. NUI (Natural User Interface)

Al interactuar con un dispositivo móvil, estamos usando la llamada “Interfaz natural del usuario” (o NUI por sus siglas en inglés). En esta el usuario interactúa con un sistema mediante movimientos gestuales. Distinto a interactuar mediante sistemas de mando como mouse, teclados y touchpads, lo que se llama “interfaz gráfica de usuario (o GUI en inglés). A diferencia de las GUI, los usuarios llevamos poco tiempo asimilando la NUI. Acciones que requerían de un clic o doble clic con el mouse, ahora

Fig 1



- 1. Apple iPhone 3
- 2. BlackBerry Storm 9520
- 2. BlackBerry Curve 9380
- 3. Samsung Galaxy S2
- 3. BlackBerry Torch 980
- 3. Nokia Lumia 820
- 4. Samsung Galaxy Tab 2 (7")
- 5. Apple iPhone 4
- 6. Apple iPhone 5
- 7. Samsung Galaxy S3
- 7. Samsung Galaxy Note 2
- 7. HTC One X
- 7. HTC 8X
- 8. Apple iPad 2
- 9. Nokia Lumia 920
- 10. Samsung Galaxy Tab 2 (10")
- 11. Apple iPad 3

son remplazadas por acciones gestuales. Presionar el dedo en una pantalla, deslizar el dedo, juntar o separar dos dedos, mover o agitar el celular, son acciones a las que nos estamos acostumbrando. Sin embargo no están definidas, no siempre funcionan de la misma forma en todos los dispositivos y constantemente aparecen nuevas formas de interactuar con la información.

Existen muchos gestos comunes que las personas intentan usar de forma intuitiva para lograr realizar tareas en pantallas táctiles. Esto queda demostrado en estudio ⁽¹⁴⁾ realizado a usuarios de 9 países, a los que se le pidió que realizaran 28 acciones, como rotar, copiar y borrar. El estudio demostró que no existe mucha diferencia entre estos.

Lo importante es que los desarrolladores manejen estas acciones para que el usuario logre interactuar sin problemas con la interfaz, y se mantengan al día en los estudios al respecto.

10. Gestos táctiles comunes

Existen algunos gestos táctiles comunes usados en dispositivos móviles. (Fig 2)

11. Área de interacción

Para dar una buena experiencia móvil al usuario, es importante que él logre hacer lo que quiere de forma cómoda, evitando que realice acciones no deseadas. Para eso es necesario manejar el área de interacción de un dispositivo.

Por ejemplo, consideremos los smartphones. Estos son manejados normalmente con la mano y pulgar derecho ⁽¹⁵⁾. Tenemos que saber en cuales zonas disponemos los elementos de interacción que queremos que el usuario acceda fácilmente y, por el contrario, donde ubicar las acciones que pueden llevar a resultados no deseados, (como borrar o cancelar).

Un estudio ⁽¹⁶⁾ muestra que existe consistencia en la documentación al respecto de empresas como Apple, Google, Microsoft, Palm y otras. Podemos destacar las siguientes áreas de interacción frente a una pantalla. (Fig 3)

Fig 2

Pulsar



Tocar rápidamente la pantalla.

Pulsar dos veces



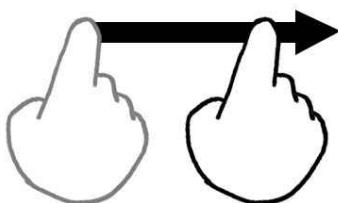
Tocar rápidamente la pantalla dos veces.

Presionar



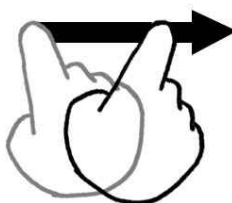
Tocar la pantalla y mantener presionado.

Arrastrar



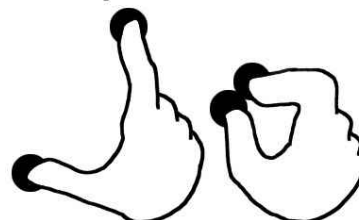
Mover dedo de un lado a otro sin soltar la pantalla.

Hojea



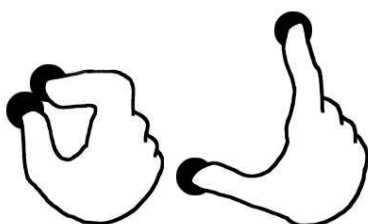
Mover dedo de un lado a otro, rápidamente, soltando al final.

Comprimir



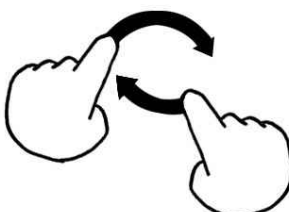
Tocar pantalla con índice y pulgar y unirlos sin soltar.

Expandir



Tocar pantalla con índice y pulgar y separarlos sin soltar.

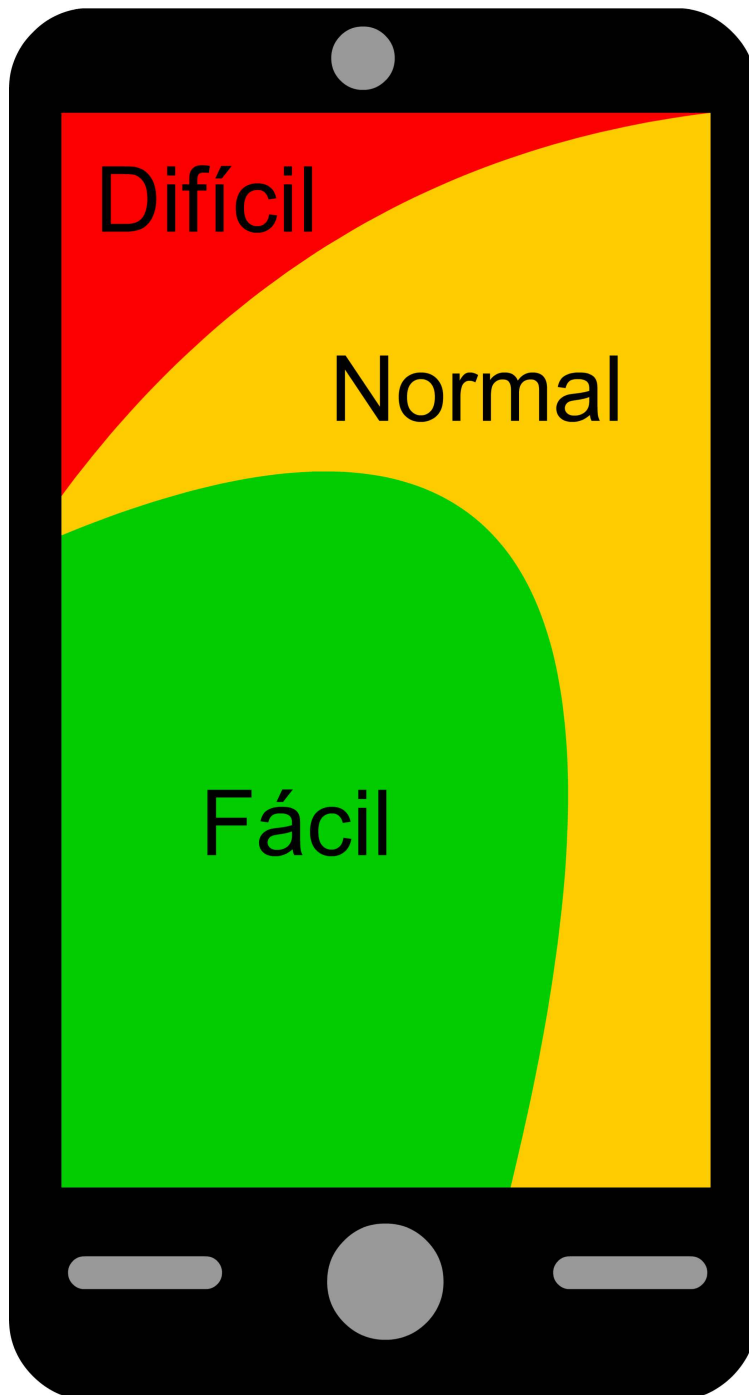
Rotar



Tocar pantalla con dos dedos y rotarlos.



Fig 3



12. Facilita el clic (y evita errores)

Los vínculos dentro de una interfaz móvil pueden ser con botones o textos enlazados. En ambos casos, el usuario interactúa con ellos mediante su pulgar o dedo índice. Estos son instrumentos bastante imprecisos (si se comparan con la exactitud de un mouse). Si estos no se hacen de forma adecuada, es fácil generar taps innecesarios y activaciones accidentales.

Recomendaciones

- **Botones grandes:** deben tener un espacio adecuado para ser activados con un dedo. Apple recomienda 44 x 44 puntos ⁽¹⁷⁾ y Microsoft y Android recomiendan entre 7 y 10 mm. ⁽¹⁸⁾ ⁽¹⁹⁾
- **Espacio entre botones:** se debe dejar un espacio adecuado entre botones, de esta forma, no se activan por equivocación. Se recomienda aproximadamente 2 mm. ⁽¹⁸⁾ ⁽¹⁹⁾
- **Vínculos largos:** cuando un texto está marcado como vínculo, mientras más largo sea (más palabras incorpore el enlace), más grande es el área de interacción y más fácil para el usuario hacer un clic correcto.

13. Legibilidad

- **Tipografías:** Usar tipografías sin decoraciones complicadas que dificulten la lectura.
- **Tamaño:** Usar un tamaño adecuado para la correcta lectura.
- **Contraste:** Entre el texto y fondo, colores de los vínculos y en el menú.
- **Jerarquía:** Dejar claro la importancia y el orden de cada contenido en el sitio (menú, títulos, secciones, etc.). Mediante el uso de tamaños, colores y ubicación en el espacio.

14. Accesibilidad

- **No uses flash:** no es soportado por dispositivos (como los que operan con iOS)
- **Usa programación adecuada:** HTML5, CSS3 y JavaScript.
- **Evita:** Tablas y marcos.
- **Orientación:** Que tu sitio se vea bien tanto en versión horizontal y vertical.
- **Evita pop-ups y shadowboxes:** interrumpen la navegación fluida.
- **Todo en su lugar:** evita interacciones accidentales no deseadas (cerrar, cancelar, salir) por haber hecho un mal diseño de interfaz.
- **Texto alternativo:** Provee un equivalente en texto para cualquier elemento que no sea de texto.

15. Optimizar contenido

Hemos visto que el usuario necesita que el contenido sea entregado de forma rápida, no siempre prestará toda su atención, las pantallas no dan espacio para mucho contenido y no siempre contará con el mejor acceso a internet.

Por lo mismo, es crucial redoblar todos los esfuerzos para optimizar el contenido y diseño de tus desarrollos móviles.

- **Contenido por sobre navegación:** dale más espacio al contenido, disminuyendo el espacio del menú de navegación. Opcionalmente puedes esconderlo bajo un botón “menú”.
- **Directo al contenido:** evita páginas de inicio de bienvenida y lleva al usuario directamente donde quiere ir.

- **Suprime secciones:** que no funcionen bien bajo dispositivos móviles. Sólo ten mucho cuidado de no omitir contenido importante.
- **Define:** contenidos principales (imprescindibles) y secundarios.
- **Corta y optimiza contenido:** disminuye la cantidad de palabras y gráficos en los contenidos del sitio, pero siempre enfocando a lo que necesitará tu usuario móvil.

16. Escribir para móvil

Escribir para la web móvil sigue muchos de los principios de escribir para la web normal, pero debe ser aún más estricto.

Consideraciones para escribir en internet móvil:

- **Sé brutalmente conciso:** Busca comunicar lo que quieres usando la menor cantidad de palabras.
- **Enfócate:** en lo que necesita el usuario. Suprime el resto.
- **Diseña escaneable:** rompe la uniformidad mediante párrafos cortos, uso de negritas, listados, bullets y números.
- **Optimiza tus títulos:** Primera parte del título de una noticia debe ser cautivador, ya que usuarios prestan más importancia al primer tercio de los titulares. ⁽²⁰⁾
- **Piensa en SEO:** títulos descriptivos, uso de palabras claves, etiquetado, jerarquía de información, etcétera.
- **Expande los contenidos:** incluye vínculos a los contenidos secundarios dentro de los contenidos principales. De esta forma el usuario que quiere informarse más, pasará a una segunda pantalla.
- **Optimiza:** Las imágenes deben estar muy bien optimizadas, para no afectar la carga de la página.
- **Formularios cortos:** para minimizar el tiempo que toma a un usuario llenarlos.

17. Consideraciones y recomendaciones

- **Testear:** Revisa tu desarrollo en distintos dispositivos y ayúdate con emuladores.
- **Beta testing:** Revisa el sitio con usuarios de prueba antes de lanzarlo.
- **Maneja el peso:** que cada página no pese más de 20 Kb. ⁽²¹⁾
- **Facilita el acceso:** Genera URL cortas, o permite al usuario acceder mediante otras formas, como códigos QR, vínculo desde otros sitios, mensajes de texto, etc.
- **Agiliza la carga:** Cada página no debe demorarse más de 5 segundos en cargar.
- **Diseña en una columna:** Aprovecha mucho mejor el espacio.
- **Vincula al sitio web completo:** En caso que el usuario busque un contenido que no esté en la versión móvil.
- **Optimiza las imágenes:** usa imágenes del tamaño adecuado. Esto se puede dejar fijo, o mediante programación, haciendo que se adapte al visor.
- **Re-direccionar:** Cuando el usuario llegue a tu sitio desde su dispositivo móvil, re-direcciónalo automáticamente a la versión móvil.
- **Conversiones:** Enfócate en facilitar los pasos para lograr las acciones que consideras más importante en tu sitio (vender un producto, conseguir un contacto, etc.)
- **Analiza tu sitio constantemente:** usa herramientas para medir cómo se comportan los usuarios en tu sitio y busca formas de mejorarlo.

18. Conclusión

Las cifras lo dejan claro, y las predicciones son aún más categóricas: vivimos en una realidad donde nuestra interacción con internet será mediante nuestros dispositivos móviles. La internet móvil es una realidad que debemos entender de forma consciente. Debemos poder “pensar en móvil”.

Para esto debemos entender los distintos aspectos de este fenómeno:

- **Dispositivos:** con sus ventajas, limitaciones y alternativas.
- **Usuarios:** cómo interactúan, qué esperan y cómo transformarlos en nuestra prioridad.
- **Diseño y programación:** cómo desarrollarla pensando en usuarios móviles.
- **Contenido:** Re-pensar como creamos contenido para móviles.

Manejando esta información, podrás contar con las herramientas y nociones para el desarrollo, comprensión y alcances de la internet móvil; evitar caer en errores comunes, comprendiendo la naturaleza de su uso en este tipo de dispositivos.

A través de esta guía se pretende establecer el inicio de lo que comprende el desarrollo, uso y transformaciones del mundo móvil en la actualidad y hacia el futuro. Este manual es el principio de futuras investigaciones que irán actualizando la información y novedades en relación al tema.

Bibliografía

- 1: Mobile.fox (2012).
- 2: Cisco Visual Networking Index: Global Mobile Data Traffic Forecast Update 2011–2016. (2011). Cisco Systems, Inc.
- 3: “Estadísticas de la Industria Telecomunicaciones”. (Mayo 2012). Subsecretaría de Telecomunicaciones, Gobierno de Chile.
4. Gartner (2010).
5. Google (2012).
6. Investigación Propia.
7. Limelight Networks Inc., 2011.
8. Google “The Mobile Movement: Understanding Smartphone Users,” (2011)
- 9: “Compete Quarterly Smartphone Intelligence 2010” . (2010) Compete.
- 10: Rechis, Leland (2007). “Charla: Google Presents User Experience & Mobile Apps”.
11. Nielsen, Jakob (2011), “Mobile Usability Report”. www.usit.com
12. Nielsen, Jakob (2012), “Mobile Site vs. Full Site”. www.usit.com
13. R. I. Singh, M. Sumeeth, J. Miller (2011). International Journal of Mobile Human Computer Interaction. Information Resources Management Association
- 14: Mauney, Dan (2010). “Gesture Research”. HumanCentric e Internacional Usability Partners.
- 15: Holder, M. K. (1997). "Why are more people right-handed?". Sciam.com. Scientific American Inc.
- 16: Luke Wroblewski (2010) “Mobile First”. A Book Apart.
17. “ iOS Human Interface Guidelines” (2012), Apple iOS Developer Library.
18. Interactions and Usability with Windows Phone (2012). Microsoft Windows Developer Center. <http://dev.windowsphone.com>.
19. Metrics and Grids. Adroid Developers Center. <http://developer.android.com>.
20. Franco, Guillermo (2007), “Como Escribir Para La Web”, Centro Knight para el Periodismo en las Américas.
21. Mobile Web Best Practices 1.0 (2008) World Wide Web Consortium.

Sobre los autores

Jalil Abd-el Kader Flores

Community Manager en Agencia Digital Pejerrey. Anteriormente se desempeñó como Community Manager en Media Interactive y Simplycit.

- Periodista Universidad Católica del Norte.
- Magister en Comunicación y Periodismo Digital Universidad Mayor.

Antoine Dorat Contreras

Social Media Manager en el Poder Judicial de Chile. Anteriormente se desempeñó como Community Manager en Extend Comunicaciones y como Jefe de Proyectos en desarrollos digitales en Medios Australes (MAUS).

- Bachiller en Humanidades de la Universidad Andrés Bello.
- Periodista de la Universidad Andrés Bello
- Magíster en Comunicación y Periodismo Digital en Universidad Mayor

Pablo Pérez Quinteros

Académico en Universidad del Pacífico y Universidad Mayor. Social Media Strategist de la Universidad Andrés Bello. Anteriormente se desempeñó como Director para Chile del Observatorio Iberoamericano de Comunicaciones Digitales, Coordinador Académico del Magíster Internacional en Gestión de Comunidades Digitales y Subeditor de LaCuarta.com. Sus inicios se desarrollaron en Emol.

- Periodista Universidad Católica del Norte.
- Magíster en Comunicación Social de la Pontificia Universidad Católica de Chile.
- Magíster en Comunicación y Periodismo Digital Universidad Mayor.

Matías Raby Coddou

Socio y Director de Nuevos Medios en MRC Comunicación y Diseño. Especializado en gestión y desarrollo de proyectos digitales, estrategia en redes sociales y asesoría y planificación de proyectos web. Anteriormente se desempeñó como académico en Universidad del Pacífico y Director Creativo en Kinetica E-builder.

- Diseñador Gráfico Universidad del Pacífico.
- Magíster en Comunicación y Periodismo Digital Universidad Mayor.

Alexis Zamorano Soto

Coordinador de Comunicación y Difusión Corporación Municipal de Deportes de Peñalolén. Anteriormente se desempeñó como Community Manager en MRC Comunicación y Diseño y Periodista en la Corporación Cultural de Peñalolén.

- Periodista Pontificia Universidad Católica de Valparaíso.
- Magíster en Comunicación y Periodismo Digital Universidad Mayor.