



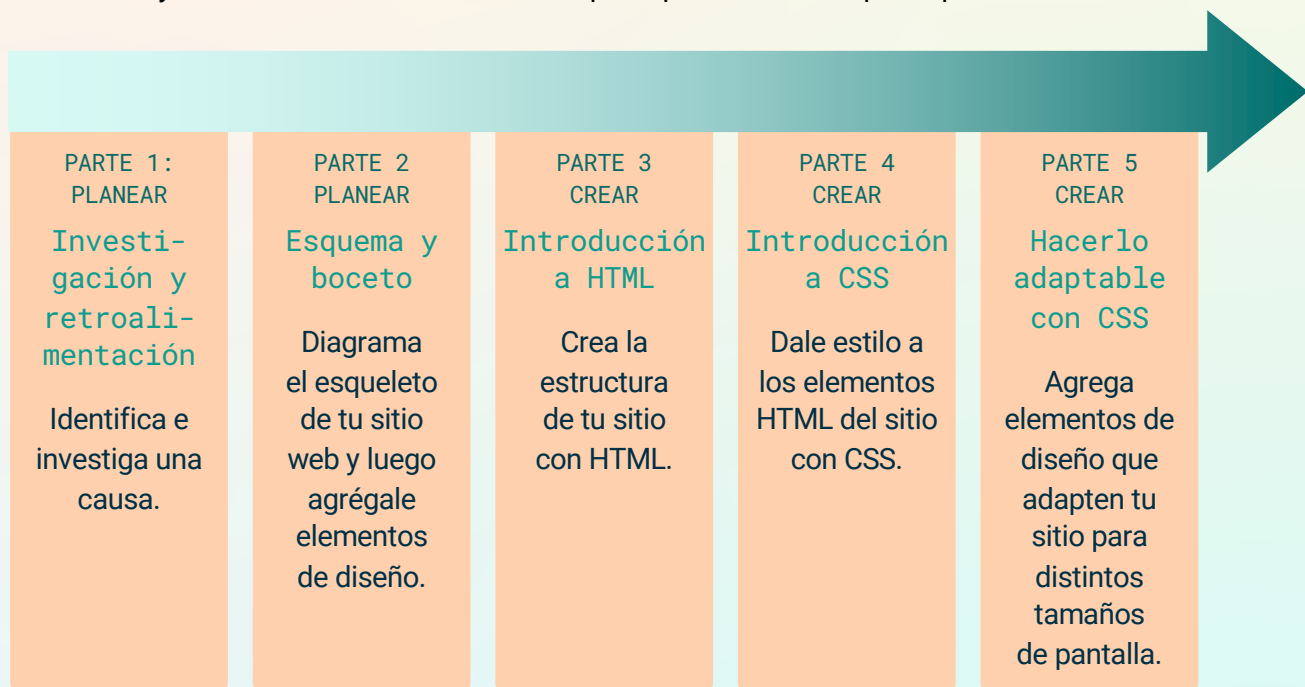
Girls Who Code en casa

Kit de herramientas para activistas, parte 1
Planeación: Investigación y retroalimentación

Descripción de la actividad

Desde la creación de la Internet, los activistas la han utilizado para organizar a las personas con respecto a causas importantes para ellos y compartir maneras en que la gente puede conectarse y actuar. En este proyecto, aprenderás los conceptos básicos de la planeación de proyectos, HTML y CSS para crear un sitio web para una causa importante para ti.

En la parte 1 de este proyecto, analizarás sitios web de apoyo a causas, identificarás e investigarás una causa que te interesa, harás una lluvia de ideas sobre el mensaje que quieres compartir acerca de la causa, y elaborarás una lista de acciones para que la audiencia participe.



Hoy, no programaremos. En lugar de ello, aprovecharemos el tiempo para planear el mensaje de tu sitio web. Aunque hemos calculado unos 95 a 145 minutos para esta actividad, puedes dedicar todo el tiempo que quieras para acumular conocimientos y elaborar tu mensaje. Usarás la hoja de trabajo de planeación para capturar tus ideas. La encontrarás al final del paquete de la actividad. Anota en ella tus ideas o haz una copia digital utilizando Google Docs [aquí](#).

Materiales

- Hoja de trabajo de planeación.
 - ◆ Puedes imprimir la copia localizada al final de este documento o acceder a la versión digital [aquí](#).
- Opcional: Lápiz, pluma o marcadores

Artículo destacado «Mujeres en tecnología»: Catt Small



Fuente de la imagen: [Catt Small](#)

Catt Small es una diseñadora de productos, creadora de juegos y desarrolladora que actualmente trabaja en [Asana](#). También es cofundadora de [Brooklyn Gamery](#), un estudio de desarrollo de juegos que se centra en el lanzamiento y desarrollo de juegos y eventos centrados en la diversidad.

Desde temprana edad, a Catt le gustó dibujar, diseñar y jugar videojuegos. Cuando tenía 10 años de edad, aprendió a programar y creó su primer videojuego: una muñeca para vestir. Notó que en los videojuegos que jugaba había una ausencia de personajes que se parecieran a ella. Esto fue su inspiración para relatar su historia personal a través de un juego de aventuras.

Al seguir creando y programando juegos, Catt también notó una disparidad entre la cantidad de jugadoras y desarrolladoras. Cerca del 48 % de las personas que juegan son mujeres, pero solo el 22 % de la fuerza laboral de la industria de los juegos está formada por mujeres, y solo un 33 % de estas mujeres son desarrolladoras. Esto significa que solo aproximadamente el 7 % de los desarrolladores en la industria de los juegos son mujeres. Esto fue una inspiración para que Catt cofundara [Code Liberation](#), una organización sin fines de lucro que les enseña a programar a mujeres y a personas que se identifican como no binarias, femme o mujeres. No solo les enseña a las mujeres las habilidades que necesitan para desarrollar juegos, sino también comparte con ellas las dificultades y el apoyo que necesitan para seguir una carrera profesional como desarrolladoras.

Mira el video [aquí](#) para conocer más sobre la industria de los juegos y la organización Code Liberation de Catt (solo tienes que mirar el video de las marcas de tiempo 2:34 a 6:58). Conoce más acerca de Catt y su trabajo en su [sitio web](#).



RESILIENCIA

Incluso Catt enfrenta dificultades al desarrollar un juego. ¿Cómo te sientes al oír de los fracasos y retos de los profesionales?

Comparte tus respuestas con un familiar o amigo. Anima a otras personas para que lean sobre Catt y se unan a la charla.

Paso 1: Analizar sitios web activistas (5 a 10 minutos)

Antes de comenzar la planeación de tu proyecto, veamos a otras personas y organizaciones que han desarrollado sitios web para sus causas. Aquí, el objetivo es que pienses críticamente en su diseño y luego elabores una lista de criterios y atributos que puedas usar para informar tu propio sitio web. La exploración del panorama de sitios web similares, aplicaciones, robots, etc. antes de comenzar un proyecto, puede ayudarte a determinar qué quieres incluir, evitar o adaptar para que tu proyecto sobresalga.



Compara y contrasta

Selecciona **dos** sitios web cualesquiera de la siguiente lista para compararlos. También puedes usar los sitios web de grupos activistas que ya conozcas. Observa ambos sitios web y reflexiona sobre las siguientes preguntas para cada uno de ellos.

Justicia racial

[Color of Change](#)
[Black Lives Matter](#)
[Black Visions Collective](#)

Brutalidad policiaca

[Campaign Zero](#)

Abolición de prisiones

[No New Jails](#)

Mujeres en tecnología

[League of Women Coders](#)
[Code Liberation](#)

Sostenibilidad y medioambiente

[Fashion Revolution](#)
[Sunrise Movement](#)
[Zero Hour](#)

Apoyo a discapacitados

[Disability Visibility](#)

Privacidad digital y tecnología

[Electronic Frontier Foundation](#)
[AI Now Institute](#)

Derechos humanos

[Human Rights Campaign](#)
[ACLU](#)
[Food Not Bombs](#)

Refugiados

[International Rescue Committee](#)
[Refugees Welcome](#)

Arte y tecnología para el cambio social

[Allied Media Projects](#)

Justicia económica

[Fight for \\$15](#)
[Debt Collective](#)

Derechos de inmigrantes

[Make the Road NY](#)

Salud mental

[The Trevor Project](#)
(también LGBTQ)
[notOk](#)
[ReThink](#)

LGBTQ

[GLSEN](#)
[Out in Tech](#)

Derechos reproductivos

[Planned Parenthood](#)

Derechos y defensa de indígenas

[Aboriginal Territories in Cyberspace](#)
[Earth Guardians](#)
[Natives Rising](#)

NOTA: Esta lista no es exhaustiva, pero sí un buen lugar para comenzar.

Paso 1: Analizar sitios web activistas (cont.)

1. Su mensaje es fácil de entender. *Piensa en ello:* ¿Podrías explicarlo fácilmente a una persona que nunca ha oído hablar de ellos? ¿Por qué? ¿Qué hizo que el mensaje fuera o no claro?

2. Aprendí algo acerca de esta causa en el sitio. *Piensa en ello:* ¿Qué aprendiste? ¿Cómo lo aprendiste? ¿Cuánto tardaste en encontrar esta información? Si no aprendiste nada, ¿qué aspectos del sitio mejorarías?

3. Tengo un camino de acción claro que puedo seguir si decido unirme a esta causa. *Piensa en ello:* ¿Cómo alientan a las personas a participar? ¿Hay varias maneras en que las personas puedan participar?

4. El diseño y la disposición fueron efectivos para comunicar el mensaje. *Piensa en ello:* ¿De qué manera el texto, las imágenes, el esquema de colores, el diseño y el uso de medios (video, música, etc.) resaltaron u ocultaron su mensaje? Considera los siguientes principios de diseño:

- | | | |
|-------------------------------|--------------------------|---------------------------|
| → Fácil de navegar | → Diseño fácil de usar | → Los elementos de diseño |
| → Uso correcto de colores | → Agradable a la vista | no interfieren con |
| → Uso correcto de animaciones | → Apropiado para el tema | el contenido |

Criterios de diseño

Antes de comenzar a crear tu sitio, pensemos en qué hace que un sitio web activista sea efectivo, a partir de tu análisis previo. Piensa en las siguientes preguntas:

- ¿Qué sitio web crees que fue el mejor en general? ¿Por qué?
- ¿Hay estrategias visuales, textuales o interactivas de cualquiera de los sitios que quisieras aplicar en el tuyo? ¿Por qué?
- ¿Hubo elementos de diseño o estilo que quisieras evitar?



Ahora, escribe en tu **hoja de trabajo de planeación** de 3 a 5 criterios que quisieras tener presente al crear tu sitio web. Regresaremos a ellos en la siguiente parte del proyecto. Por ejemplo, un criterio podría ser: *Usar un título y una descripción cortos y concisos que las personas puedan entender rápidamente.*

Paso 2: Identificar tu causa (5 a 10 minutos)

Una **causa** es un principio, objetivo o movimiento con el que estás comprometida y dispuesta a defender, incluso si hay oposición. Las causas pueden ser injusticias y desigualdades relacionadas con asuntos sociales, políticos, raciales, de género, económicos, de salud (mental y física), de accesibilidad o ambientales. Tal vez descubras que tu causa tiene raíces en más de una de estas categorías, pues están interrelacionadas.

Las causas pueden ser profundamente personales y locales. Las personas que luchan por ellas han sido afectadas directamente o tienen amigos o familiares afectados.

Paso 2: Identificar tu causa (cont.)

Nombra tu causa

Tu idea puede ser general por el momento o muy específica. Si aún no tienes una causa en mente, piensa en estas preguntas:

- ¿Qué retos ves en tu comunidad? La comunidad no tiene que ser geográfica; puede ser una comunidad creativa, de aprendizaje, etc.
- ¿En qué mundo quieres vivir? ¿Cuál es tu visión del futuro?
- ¿Qué te desanima? ¿La falta de opciones en el almuerzo escolar? ¿La inseguridad alimenticia como resultado de los desiertos alimenticios? ¿El “impuesto rosa”? ¿El cuidado de la salud? ¿La falta de fondos para las artes? ¿La moda rápida y la falta de opciones de prendas atractivas producidas de modo sustentable?

Es importante tener presente que si eliges un asunto que requiere mucha energía emocional, deberás cerciorarte de hacer pausas frecuentes y cuidarte.

Si necesitas más inspiración, regresa a los sitios web y las categorías mostradas arriba o consulta las listas de causas de [Do Something](#) y [Advocates for Youth](#). Una vez que estés satisfecha con tu decisión, anótala en el **paso 2** de tu **hoja de trabajo de planeación**.

Paso 3: Reflexionar sobre tu causa (10 minutos)

En esta serie de ejercicios, harás una lluvia de ideas a partir de tres preguntas y anotarás tus ideas en la **hoja de trabajo de planeación**. En el tiempo asignado, anotarás la mayor cantidad posible de ideas relacionadas con la pregunta. Estamos usando el tiempo como una restricción creativa; siempre podrás regresar a esto más tarde si lo deseas.

PREGUNTA 1

¿Por qué te interesa tu causa?

PREGUNTA 2

¿Qué sabes acerca de tu causa?

PREGUNTA 3

¿Qué dudas tienes acerca de tu causa?

Paso 4: Encontrar tus recursos (10 a 20 minutos)



Los activistas y las personas que los apoyan necesitan estar bien informados sobre su causa. Debes entender el problema o reto fundamental, los datos principales, las personas afectadas, las estructuras o políticas subyacentes que afectan a la causa y el trabajo que ya están realizando otras comunidades. Lee todas las instrucciones antes de comenzar a explorar la Internet.

Paso 4: Encontrar tus recursos (cont.)

Identifica de 3 a 5 recursos

Pueden ser sitios web, personas, libros, etc. que puedas usar para obtener más información sobre tu causa. Pueden ser de la lista que revisaste anteriormente, nuevos o algunos a los que les hayas dado seguimiento cierto tiempo. Documentalos en la **hoja de trabajo de planeación** y escribe algunos puntos que describan por qué son útiles. Usarás la información que encuentres en estos recursos como ayuda en las siguientes secciones. *Recuerda:* Quieres que tus recursos sean creíbles. Al buscar los recursos, evalúalos con ojo crítico. Analiza las siguientes preguntas:



- ¿Quién creó esto?
- ¿Por qué lo crearon?
- ¿Qué intención u objetivos tenían los creadores?
- ¿Cuál es su punto de vista?
- ¿Es una fuente válida?
- ¿Los datos y las perspectivas coinciden con los otros recursos que has encontrado, o hay grandes disparidades?
- ¿Cómo te hizo sentir el mensaje? ¿Fue demasiado unilateral?

Compila tus imágenes

Al leer los recursos y hablar con personas, compila una lista de posibles imágenes que querrás usar en tu sitio web. Si estás entrevistando personas, puedes pedirles autorización para realizar capturas de pantalla de entrevistas virtuales o preguntarles si tienen imágenes que podrías usar. También puedes usar tus propias fotografías y dibujos. Si no encuentras en este momento todas las imágenes que necesitas, no hay problema. Puedes añadir más posteriormente. Sigue las instrucciones de la **hoja de trabajo de planeación** para comenzar. (No olvides la descripción de la imagen; la usaremos más adelante para el texto alternativo).

Cómo encontrar imágenes que puedes usar en línea

Querrás usar imágenes con licencias que te permitan reutilizarlas, como aquellas con licencias [Creative Commons](#). Estas son licencias alternativas a los derechos de autor. Algunas de estas licencias te permiten utilizar imágenes sin citar o atribuir al autor, mientras que otras requieren atribución si las usas. He aquí algunos sitios con imágenes gratuitas y sin derechos de autor, pero deberás revisar si necesitas atribuir al autor.

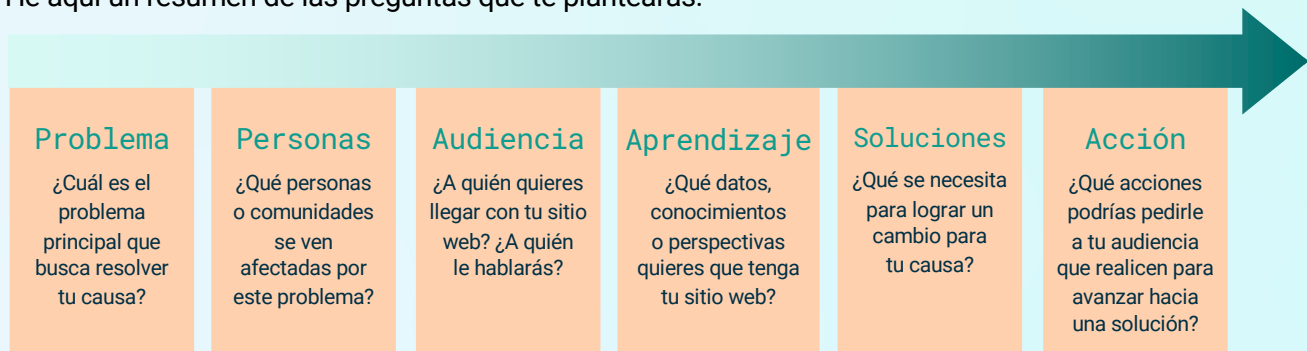
[Pixabay](#)

[Unsplash](#)

[Burst](#)

Paso 5: Investigar tu causa (20 a 40 minutos)

En esta sección, regresarás a la **hoja de trabajo de planeación** para investigar tu causa y organizar tus ideas. No te preocupes si solo tienes algunos puntos o frases burdas, podrás refinarlas más adelante. He aquí un resumen de las preguntas que te plantearás:



Paso 6: Enfocar tu mensaje (10 minutos)

Has dedicado mucha energía a investigar tu causa y reflexionar sobre ella. Ahora, es el momento de enfocarla y hacerla ejecutable.

Su mensaje principal

¿Cuál es tu mensaje principal? ¿Cuál es la idea fundamental que quieres compartir? Si alguien pudiera llevarse una sola cosa, ¿qué sería? Anótalo en tu **hoja de trabajo de planeación**. A continuación se presentan algunos ejemplos que extrajimos de otros sitios web como inspiración:

SUNRISE MOVEMENT

Estamos formando un ejército de jóvenes para detener el cambio climático y crear millones de buenos empleos al hacerlo.

ACLU

La misión de la ACLU sigue siendo hacer realidad las promesas de la Declaración de Derechos de los Estados Unidos para todas las personas y ampliar el alcance de sus garantías. Más allá de una sola persona, partido o lado, la ACLU se atreve a crear una unión más perfecta.

COLOR OF CHANGE

Color Of Change te ayuda a hacer algo real con respecto a la injusticia.

Selecciona una acción

Un objetivo principal de este proyecto es alentar a tu audiencia para que tome acción y apoye tu causa. Lograr que las personas se organicen y participen en tu causa puede ser una tarea difícil. Para que las personas se integren en una causa, es una buena idea pedirles que hagan algo pequeño, como firmar una petición sobre deuda estudiantil o que elaboren una tarjeta de aprecio para un trabajador de salud. Si tu audiencia está más familiarizada con la causa, puedes pedirles que hagan algo de mayor magnitud, como trabajar como voluntarios en un evento local.

Piensa en las acciones que enumeraste al final del paso 5. ¿Algunas de ellas te parecen buenas candidatas? Selecciona una acción y regístrala en tu **hoja de trabajo de planeación**.



Si necesitas inspiración, visita dosomething.org. Realmente nos gusta cómo lo enmarcan.

Lista de elementos de acción

Una buena manera de apoyar a tu audiencia es dividir la acción en tareas más pequeñas. Piensa en las tareas que tendría que realizar una persona para llevar a cabo la acción y anótalas en la **hoja de trabajo de planeación**. Usaremos estos elementos para elaborar nuestra lista de verificación en actividades futuras.

Ejemplo

- ☐ **Paso 1:** Si tienes acceso a internet, averigua quién es tu proveedor de servicios de internet.
- ☐ **Paso 2:** Si tienes acceso a internet, usa este sitio para probar tu velocidad de conexión.
- ☐ **Paso 3:** Encuentra a los senadores y su información de contacto aquí.
- ☐ **Paso 4:** Llama a uno de tus senadores y lee o adapta el guion que aparece a la izquierda.

Paso 7: Probar tu mensaje y obtener retroalimentación (15 a 20 minutos)

Al crear cualquier cosa, lo que sea, siempre es buena idea obtener retroalimentación sobre tu trabajo inicial mientras aún se encuentra en las primeras etapas. Llamamos a esto **diseño iterativo**. Significa que no creamos todo primero, solo para descubrir que el producto terminado no funciona o no satisface las necesidades de las personas que lo usarán. Esto es algo estándar en el diseño web y la programación, y lo seguiremos aquí.

Preparación

Probaremos las ideas, las palabras, los diseños, el código y la facilidad de uso de tu sitio web en distintos momentos. Por el momento, nos centraremos en tus **ideas**. Esto es en lo que deben pensar:

¿Con quién debo probarlo?

Intenta probarlo con una o dos personas que se aproximen a tu audiencia objetivo. Si no puedes reunirte en persona o por videochat, pídeles retroalimentación escrita por correo electrónico.

¿Qué ideas debo compartir?

Prueba las ideas y las palabras que creaste en el paso 6. Se convertirán en el mensaje clave de tu sitio web. Resume el problema, quién se ve afectado por él y cuál es tu audiencia.

¿Cómo debo probar mis ideas?

Piensa en cómo te gustaría probar tus ideas. ¿Quieres tener una conversación, mostrarles tu hoja de trabajo de planeación o crear una presentación?

Ahora, necesitamos pensar en cómo quieres recibir retroalimentación. Puedes tener una conversación abierta, hacer preguntas específicas o combinar ambos métodos. Si necesitas un punto de partida, he aquí un marco que nos gusta usar para guiar las conversaciones sobre retroalimentación:

🌟 **Brillar:** ¿Hubo algo que te gustó acerca del proyecto? ¿Qué resultó atractivo? ¿Qué funcionó conforme a los objetivos del proyecto?

🌱 **Creecer:** ¿Qué no te gustó acerca del proyecto? ¿Dónde hay espacio para crecer?

🗋️ **Pregunta:** ¿Qué preguntas tienes acerca del proyecto? Pueden ser preguntas para aclarar la intención detrás de la idea, las palabras, etc., o preguntas para sondear los supuestos o las ideas subyacentes del trabajo.

📢 **Sugerencia:** ¿Qué ideas tienes para que el proyecto sea más robusto? ¿Estas ideas son fáciles de implementar o requieren mucho tiempo para realizarse?

Si tienes puntos específicos sobre los cuales quieres retroalimentación, prepárate también con esas preguntas. Algunas podrían ser:

- ☐ ¿Mis ideas son fáciles de entender? ¿Tienen sentido?
- ☐ ¿Mis ideas son persuasivas? ¿Por qué?
- ☐ ¿Te involucrarías si escucharas acerca de esto? En caso afirmativo, ¿por qué? En caso negativo, ¿qué te haría cambiar de opinión?
- ☐ ¿Se destacan?
- ☐ ¿Mis ideas son fácticamente correctas?

Paso 7: Probar tu mensaje y obtener retroalimentación (cont.)

Pruebas

Ahora que has hecho los preparativos, es el momento de hacer pruebas. He aquí una agenda que puedes seguir:

1. **Presenta el proyecto al probador.** Describe los objetivos del proyecto, el problema que estás abordando y qué esperas lograr.
2. **Comparte el mensaje fundamental y los elementos de acción.** Esto es lo que escribiste en el paso 6.
3. **Solicita retroalimentación.** Puedes formular las preguntas específicas que quieras o usar el marco anterior como punto de partida. ¡Recuerda tomar notas! También ten presente de cuánto tiempo dispone el probador y procura no excederlo.
4. **¡Dale las gracias!** No olvides darle las gracias al probador cuando termine.



Sensaciones de la retroalimentación

En esta parte del proceso, el objetivo de recibir retroalimentación es ayudarte a tomar una decisión. Es importante recordar que la retroalimentación no es un reflejo de TI. Es difícil aprender a recibir (y dar) retroalimentación, sobre todo cuando es retroalimentación que tal vez no quieras escuchar. Intenta mantenerte imparcial y no ponerte a la defensiva si alguien dice algo que no te gusta. Haz preguntas y escucha las respuestas. Incluso podrías tener una mejor idea.

Paso 8: Analizar e iterar (5 a 10 minutos)

Ahora que has recibido retroalimentación, es el momento de usar esa información para tomar decisiones. Formúlate estas preguntas:

- ¿Qué tipo de retroalimentación te resultó útil o valiosa?
- ¿Qué retroalimentación no fue tan útil?
- ¿Qué cambios podrías implementar con facilidad?
- ¿Qué cambios requerirían más tiempo? ¿Valen la pena?

Una vez que hayas determinado qué cambios quieres efectuar, actualiza tu mensaje. Usaremos este proceso iterativo de crear, probar, modificar y repetir a lo largo del proyecto.

Paso 9: Compartir tu proyecto de Girls Who Code en casa (5 minutos)

¡Nos encantaría ver tus ideas! Comparte tu mensaje principal con nosotros. No olvides etiquetar @girlswhocode #codefromhome, ¡y quizá te destaquemos en nuestra cuenta!

Hoja de trabajo de planeación

Kit de herramientas para activistas, parte 1
Planeación: Investigación y retroalimentación