

PRESENTACIÓN  
FINAL



# DIARIO DE LO HUMANO:

Una propuesta de mediación artística frente  
al doomscrolling.

CRISTINA FERNÁNDEZ DE CÓRDOVA  
Y OLGA GANIM

# CONTENIDO

## EL PROYECTO

---

01

ROLES EN EL PROYECTO  
PROBLEMA → SOLUCIÓN

## RESULTADOS Y DISCUSIÓN

---

02

RESULTADOS GENERALES  
MÉTRICAS  
DISCUSIÓN

## CONCLUSIONES

---

03



Obra de @Buelta Yolanda en el reto azul de Diario de lo Humano

# ROLES EN EL PROYECTO

## AMBAS

Conceptualización y proyección de la idea

Planificación y diseño posts y gestión Tik Tok

Redacción de la memoria

## CRIS

Identidad visual y de marca

Metodología

Prototipo en Figma

## OLGA

Recopilación de datos (diseño de encuestas)

Revisión bibliográfica

Integración en Overleaf

# PROBLEMA → SOLUCIÓN

## EL PROBLEMA



Consumo pasivo y compulsivo de contenido en redes sociales sin conexión con el arte y la cultura.

**Impacto:** Ansiedad, fatiga digital y parálisis creativa en jóvenes

**Público:** (Generación Z y Millennials).

## LA PROPUESTA



**Diario de lo Humano:** proyecto de mediación artística digital.

**Objetivo:** Transformar el "scroll" pasivo en "creación" artística activa con al menos 20 obras colectivas en su piloto.

**Formato:** 4 retos creativos semanales publicados en TikTok.

## CÓMO LO HICIMOS

**Enfoque:** Mixto-exploratorio (Research through Design).

**Plataformas:** TikTok y formularios.

**Fases:** Investigación → Diseño de retos → Piloto (Dic 2025 - Ene 2026) → Evaluación.

**Evaluación:** Métricas de la plataforma, archivo y encuestas pre/post a un grupo de control.

# RESULTADOS Y DISCUSIÓN

# OBJETIVOS → META/KPI'S

02

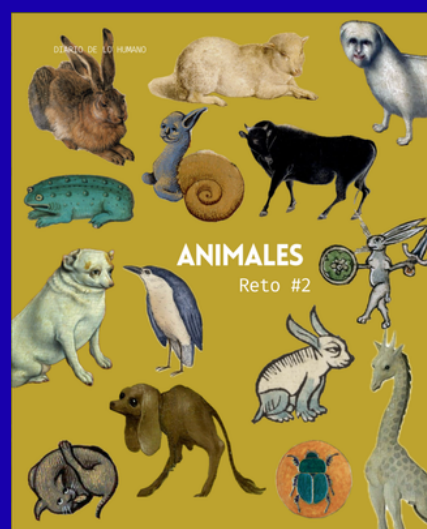
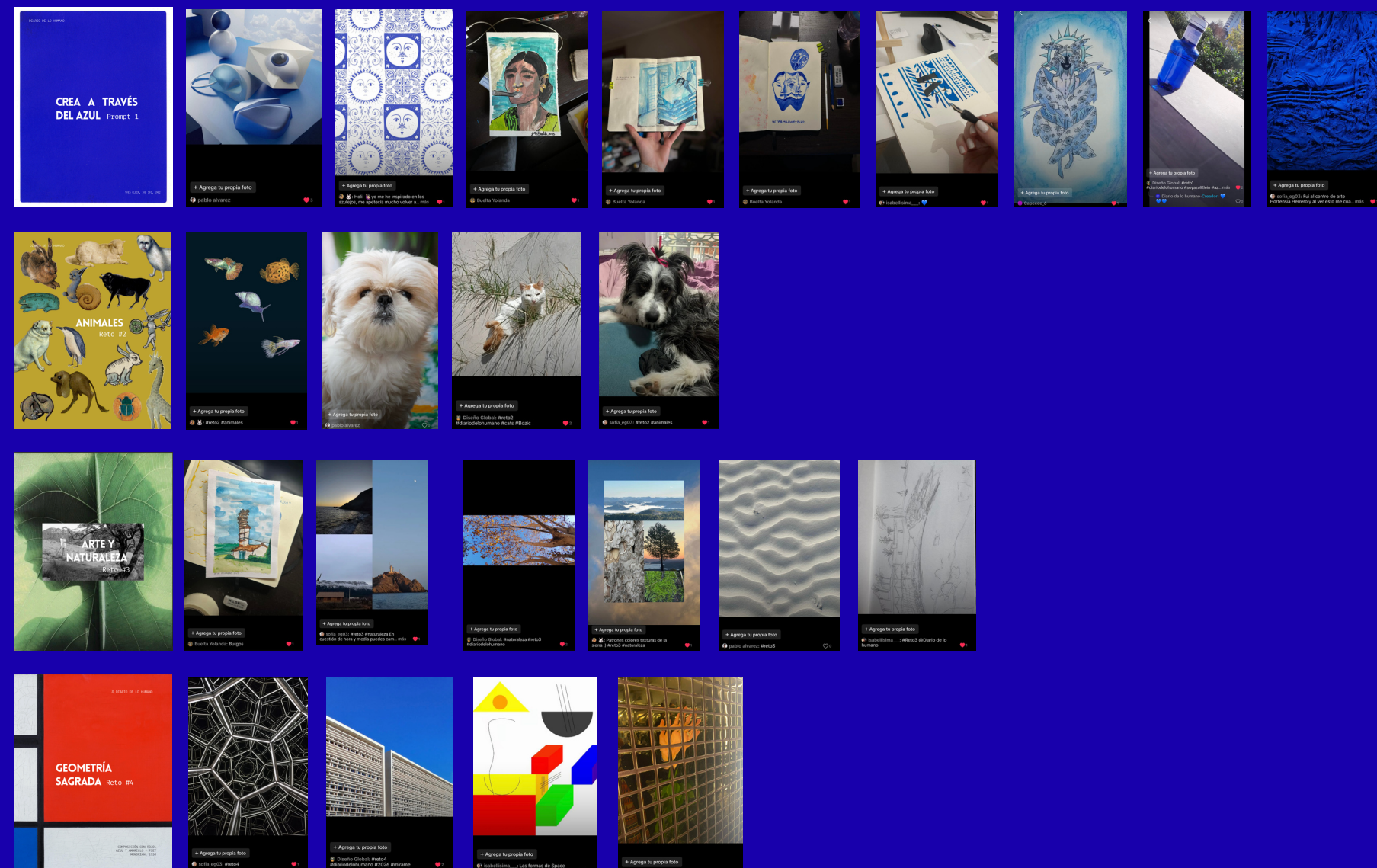
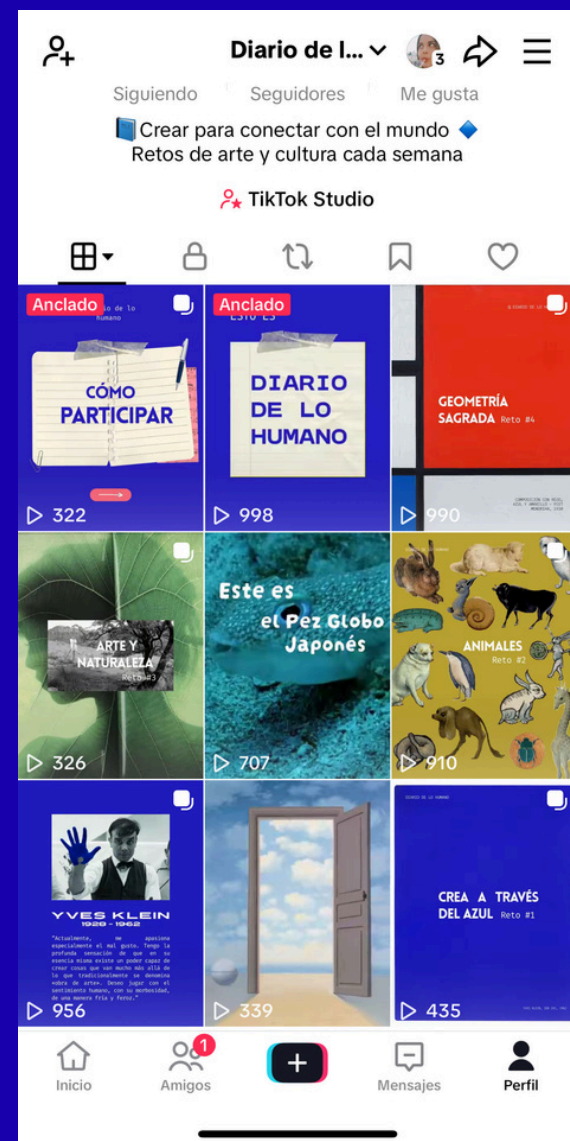
Tabla de comparación entre metas establecidas y resultados obtenidos en la fase demo del proyecto.

| DIMENSIÓN / OBJETIVO                               | INDICADOR DE EVALUACIÓN                              | META ESTABLECIDA            | RESULTADO OBTENIDO                                     | NIVEL DE CUMPLIMIENTO        | INTERPRETACIÓN   |
|--|--|-----------------------------|--|------------------------------|--|
| <b>Producción de retos creativos</b>               | Nº de retos creativos publicados                     | ≥ 4 retos a 5               | 4 retos publicados                                     | <b>Cumplido</b>              | Los retos funcionaron como eje narrativo y creativo del proyecto                           |
| <b>Producción de contenido audiovisual</b>         | Nº de piezas audiovisuales                           | <b>8 piezas</b>             | 9 contenidos con material de apoyo dentro de los retos | <b>Cumplido</b>              | El foco se desplazó hacia mediación creativa.  |
| <b>Visibilidad del proyecto</b>                    | Visualizaciones orgánicas acumuladas en TikTok       | <b>1.500 / 3.000</b>        | 6.704 visualizaciones                                  | <b>Cumplido (superado)</b>   | TikTok permitió alto alcance orgánico, validando la viabilidad comunicacional del proyecto |
| <b>Participación de la audiencia</b>               | Nº total de contribuciones creativas                 | ≥ 20 contribuciones         | 23 contribuciones                                      | <b>Cumplido</b>              | Se superó la meta mínima de producción cultural colectiva.                                 |
| <b>Diversidad de formatos</b>                      | Variedad de lenguajes artísticos                     | ≥ 3 formatos                | Foto, ilustración, dibujo, collage                     | <b>Cumplido</b>              | El diseño abierto favoreció la expresión multiformato                                      |
| <b>Impacto en bienestar digital y salud mental</b> | Ítems adaptados de la Doomscrolling Scale (pre/post) | <b>Identificar indicios</b> | Sin datos estadísticos concluyentes                    | <b>No concluyente</b>        | Limitaciones muestrales impiden validación cuantitativa                                    |
| <b>Retención y continuidad</b>                     | Usuarios que participaron en más de un reto          | ≥ 25 %                      | 6 personas recurrentes                                 | <b>No cumplido</b>           | Dificultad para sostener la participación en entornos de consumo rápido                    |
| <b>Selección de muestra destacada</b>              | Nº de obras seleccionadas                            | ≥ 10 obras                  | Selección de 10 obras en Figma                         | <b>Parcialmente cumplido</b> | Se seleccionaron las obras sin técnicas de gamificación.                                   |

# RESULTADOS GENERALES

02

## RETOS → CONTENIDOS → OBRAS



4 RETOS

9 CONTENIDOS

23 OBRAS COLECTIVAS

# RESULTADOS GENERALES

02

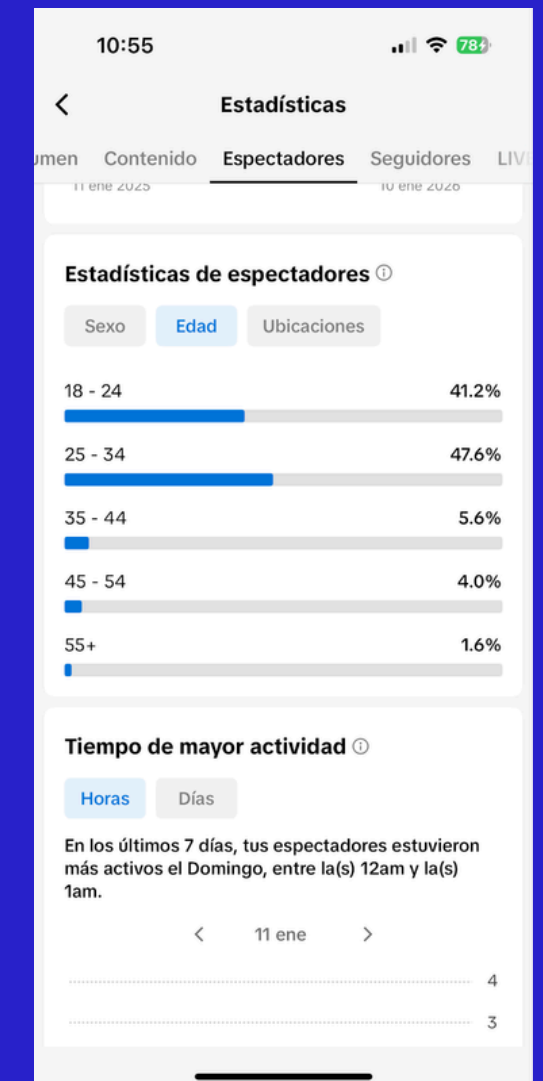
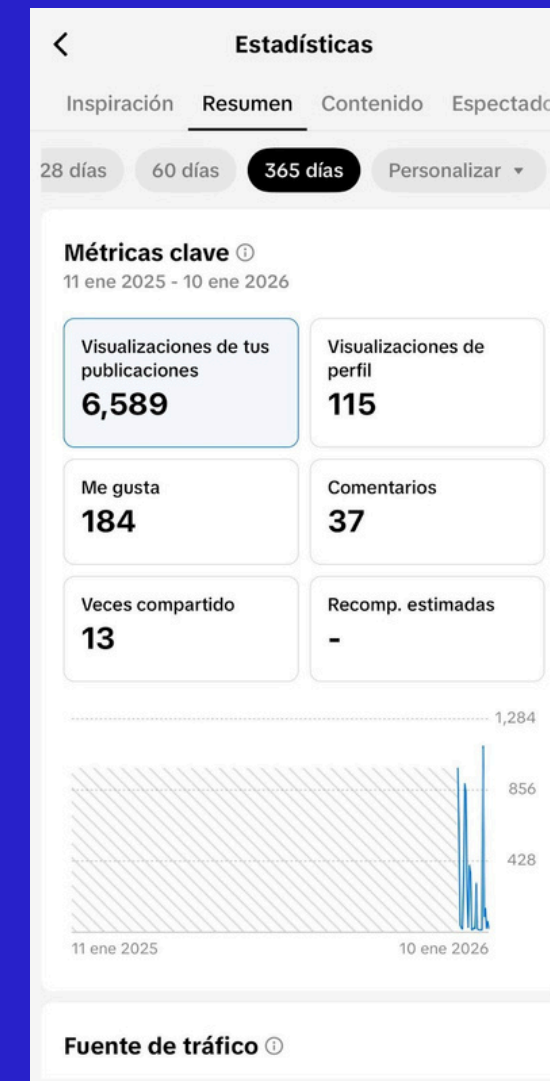
## ARCHIVO EN FIGMA



# MÉTRICAS ALCANCE Y MÉTRICAS DE USO EN TIKTOK

02

| MÉTRICAS DE USO EN TIKTOK   |   |
|---|---|
| MÉTRICA   | RESULTADO   |
| Visualizaciones totales   | 6.704   |
| Visualizaciones del video de lanzamiento y Tiempo total de reproducción | 998<br>51 minutos.12 seg.   |
| Total de espectadores   | 5.051   |
| Me gusta totales  | 184   |
| Comentarios totales   | 37  |
| Compartidos   | 13  |
| Engagement Rate (ER)  | 3.49%   |
| Engagement por Visualizaciones (ERV)                                    | 4.63%   |
| Fuente de tráfico   | For you page 90,4%  |
| Perfil de la audiencia (Sexo, edad y ubicacion)                         | Sexo: Mujeres (66%) hombres (30%)<br>Edad: 18 - 24 años ( 41,2%) 25-34 (47,6%)<br>Ubicación: España (80,2%) |

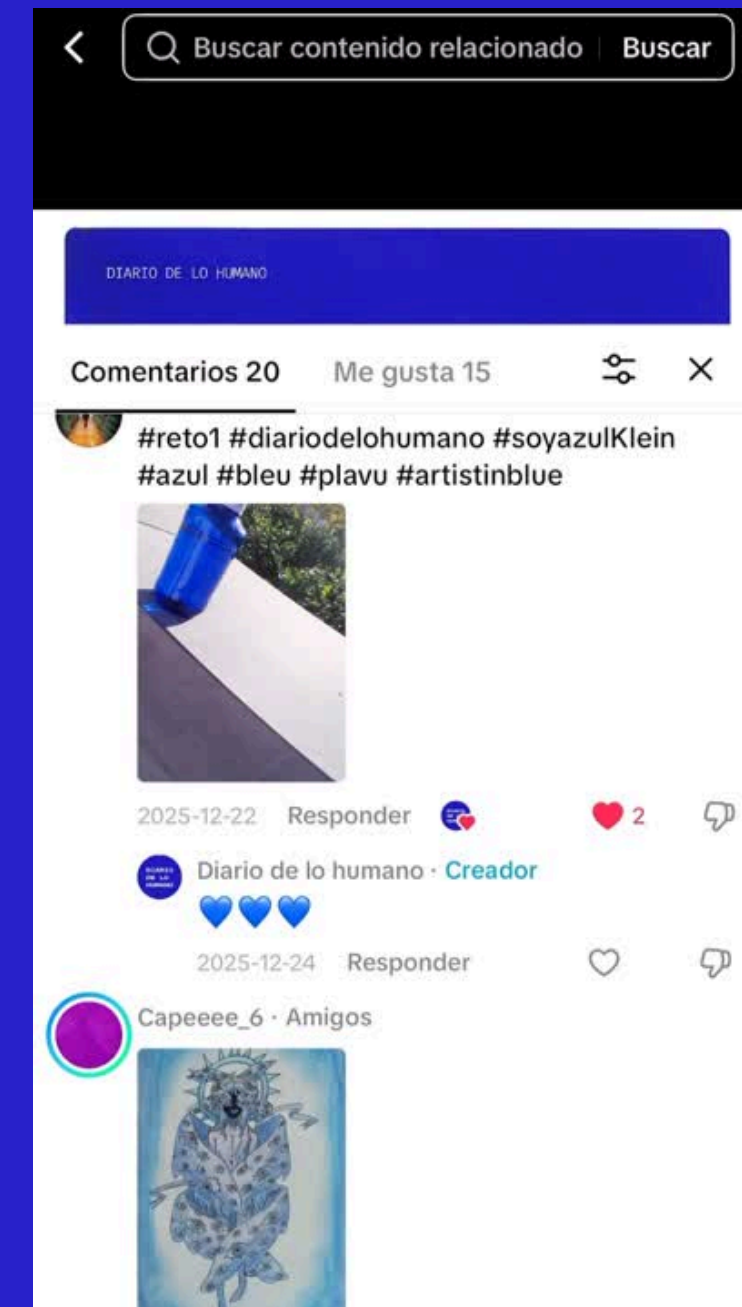


Capturas de pantalla de las métricas de Tik Tok (resumen, espectadores y datos demográficos)

# MÉTRICAS PARTICIPACIÓN CREATIVA Y ARCHIVO DIGITAL COLECTIVO

02

| ANÁLISIS DE PARTICIPACIÓN POR RETOS ARTÍSTICOS |                      |  |
|--|----------------------|--|
| RETO ARTÍSTICO                                 | Nº DE CONTRIBUCIONES | TIPOS DE FORMATO   |
| Reto Azul                                      | 9                    | Dibujo digital (2), dibujo a mano (5), fotografía (2)              |
| Reto Animalitos                                | 4                    | ilusta digital (1), fotografía (3)                                 |
| Arte y naturaleza                              | 6                    | Dibujo a mano (2), fotografía (2), collage (2)                     |
| Geometría Sagrada                              | 4                    | Ilustración digital (1) y fotografía (3)                           |
| <b>Total archivo digital</b>                   | <b>23</b>            | Foto (10), dibujo a mano (7), collage (2), ilustración digital (4) |



# MÉTRICAS PRE/POST TEST

02

## Limitación metodológica:

Muestra insuficiente (n=3) para validar estadísticamente el impacto en bienestar.

Ante esta limitación, la evaluación se reorientó hacia un análisis cualitativo de opinión para recoger el feedback directo sobre la experiencia.



Capturas de pantalla del pre y post test.

# DISCUSIÓN

02

## 1. Impacto y alcance.

**Visibilidad:** 6.704 visualizaciones (superando en un 200% la meta inicial).

**5.051 espectadores continuos,** tráfico de “**For you page**” concentrados en el **target** (18-34 años, España. Aunque para la participación había + edad.

Consolidación de **23 obras originales** (fotografía, dibujo, collage) de personas fuera y dentro del grupo de control, pero no de forma continua.

**GAMIFICACIÓN es necesaria.**

## 2. La paradoja digital

**Interés vs. Acción:** Existe una alta demanda de contenido de arte y cultura, pero una fuerte “parálisis operativa” para participar.

**TikTok:** La inmediatez de la plataforma compite directamente con la pausa introspectiva que requiere la creación.

**Inercia del espectador (Li y Qiu, 2023):** Grupo de control con baja respuesta en pre/post-test pese a mediaciones personales.

## 3. Interrogantes

**Periodo en el que se lanzó el proyecto creo fragmentación y necesita más tiempo para evaluarse.**

**Un equipo más amplio para sostener el proyecto en vivo. Solo la creación de contenido requiere trabajo diario y continuo.**

# CONCLUSIONES

DIARIO  
DE LO  
HUMANO

# CONCLUSIONES

03

## Concepto validado:

Se consolidó un archivo de 23 obras originales, demostrando que los retos de baja autoexigencia funcionan como motor creativo.

## Precisión de target en Tik Tok:

El proyecto alcanzó con éxito a su público objetivo (88% entre 18 y 34 años).

## Limitación del canal:

La inmediatez de TikTok garantiza alcance, pero bloquea la pausa reflexiva necesaria para crear arte. (gratificación instantánea)

## El alcance no es creación.

El éxito en visualizaciones no garantiza una participación activa sostenida sin incentivos extra (Gamificación)

## Limitaciones metodológicas:

No se puede afirmar impacto en salud mental por falta de datos.

# TRABAJO FUTURO:

02

## Infraestructura tecnológica propia:

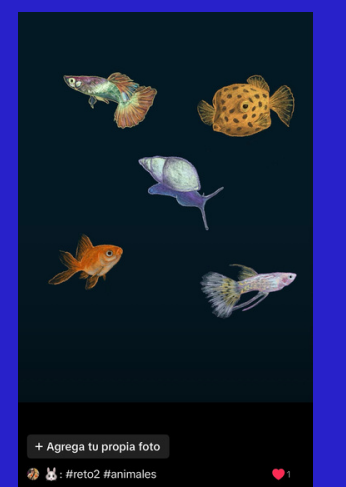
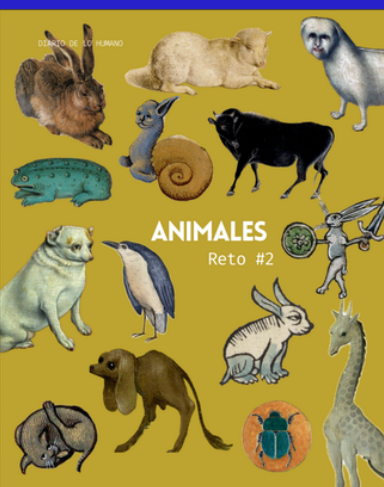
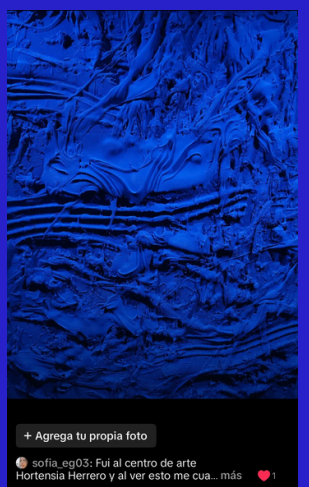
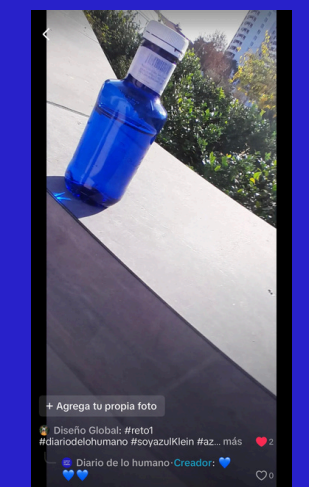
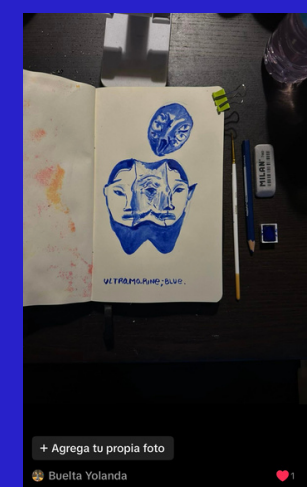
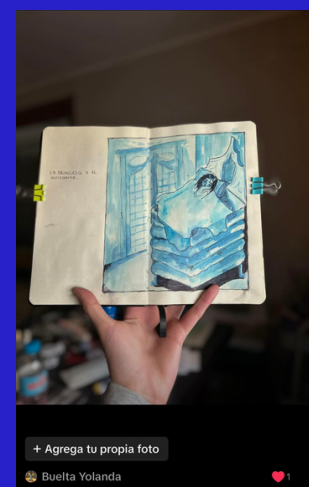
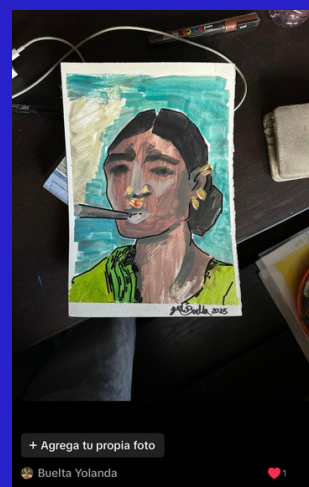
Desarrollar una plataforma específica que priorice la curaduría y el archivo digital.

## Evolución hacia un modelo multicanal:

Combinar TikTok para visibilidad con plataformas que permitan pausa, reflexión y archivo persistente reduciendo la fricción técnica y cognitiva.

## Mecanismos de motivación y gamificación:

Implementar incentivos, mecánicas de progreso y disparadores de acción (triggers), como notificaciones tipo "push" o newsletters, para fomentar la participación recurrente y el compromiso creativo.



¡GRACIAS!

