

infraestructura de telecomunicaciones y capital humano preparado para hacer uso de recursos electrónicos.

En México se han empezado a medir los portales gubernamentales estatales. A principios del 2006 se publicó la Primera Evaluación de Portales Web Estatales en México. Dicha evaluación analiza a los sitios web del gobierno en función de cinco elementos: información, interacción, transacción, integración y participación. (Sandoval & Gil-García, 2006). Estas evaluaciones han logrado que las autoridades pongan especial atención al desarrollo de sus portales, pero sin incluir explícitamente aspectos de usabilidad y de accesibilidad.

Por otro lado, el Centro de Investigación de la Web, de la Universidad de Chile, indica que la usabilidad se encuentra en una etapa de introducción en Iberoamérica. De acuerdo a lo anterior se puede concluir que uno de los principales problemas en el rezago del área de la usabilidad ha sido su propia difusión (Baeza-Yates, Rivera & Velasco, 2004).

El manifiesto espera lograr dos objetivos. Por un lado, expresa la intención por realizar esfuerzos concertados para mejorar la comunicación e interacción entre gobierno y sociedad. Por otro lado, apoya el tercer artículo de la declaratoria realizada en el marco del Día Mundial de la Usabilidad (World Usability Day Charter, 2006), relacionado con gobierno.

El manifiesto expresa los siguientes puntos (UAWEB, 2007): 1) Asegurar el acceso democrático, inclusive a personas con discapacidad, a los portales gubernamentales cumpliendo con los estándares del W3C; 2) Facilitar la creación, el archivo y la administración del contenido utilizando sistemas accesibles; 3) Asegurar que el contenido y los servicios sean fáciles de encontrar, descubrir y usar según las mejores prácticas de diseño y desarrollo web; 4) Garantizar la transparencia de la información, específicamente en el uso de recursos públicos; 5) Facilitar y promover la participación ciudadana en los temas gubernamentales, así como la colaboración entre gobiernos; 6) Promover la convergencia de sistemas gubernamentales en los niveles federal, estatal y municipal para una interacción sin barreras; 7) Aprovechar el potencial de las tecnologías de información para mejorar la atención a los ciudadanos; 8) Asegurar que el contenido sea entendido fácilmente por todas las personas siguiendo las recomendaciones de Lenguaje Ciudadano; 9) Promover los ideales y los conceptos expresados en este manifiesto; 10) Mejorar constantemente las metodologías referidas en este documento. El manifiesto está respaldado por 22 estados y el Distrito Federal. Fue enriquecido por un consejo consultivo formado con los conferencistas del Seminario: Louis Rosenfeld (E.E.U.U.), Paulo Saavedra (Chile), Sarah Swierenga (E.E.U.U.), Marcelo Barbosa (Brasil), Salomé Flores (México), Javier Velasco (Chile), Luis Carlos Aceves (México) y Sharron Rush (E.E.U.U.). El documento fue atestiguado por organizaciones de diversa naturaleza como la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI), el Sistema Internet de la Presidencia (SIP) y la Universidad de Monterrey (UDEM).

Este manifiesto será el documento que guiará los gobiernos de los estados mexicanos para que contar con portales centrados en los ciudadanos.

Hasta el día de hoy, no existe un precedente similar donde el gobierno exprese públicamente su intención de mejorar continuamente su oferta a través de Internet.

Por otro lado, el manifiesto es el preámbulo ideal para promover la promulgación de una ley de usabilidad y accesibilidad en sitios web mexicanos en lo general.

Conforme se divulgue y aplique este manifiesto, crecerá la posibilidad de convertirlo en una iniciativa latinoamericana e inclusive iberoamericana. En esta exposición presentaremos algunas mejores prácticas para portales gubernamentales. Estas mismas prácticas pueden aplicarse a portales comerciales.

Esta conferencia fue dictada por **Luis Carlos Aceves** y **Marta Sylvia Del Rio** (Universidad de Monterrey - México) el martes 29 de julio en el Tercer Encuentro Latinoamericano de Diseño 2008. Facultad de Diseño y Comunicación, Universidad de Palermo, Buenos Aires, Argentina.

Estrategias de innovación y diseño de un producto

Agustín Acuña y Nicolás Alem

Proceso de desarrollo de un producto

Prever como interactúa un nuevo producto con el consumidor a lo largo de todo su ciclo de vida en el mercado se ha tornado una herramienta fundamental a la hora de diseñar nuevos conceptos. TECKDES ha desarrollado, en base a su reconocida experiencia en el mercado, un proceso de diseño mediante el cual se pueden acortar los tiempos de lanzamiento debido a la disminución de errores en etapas de desarrollo. El sistema PDP (Proceso de Desarrollo de un Producto) se basa en la sinergia de los diferentes departamentos involucrados en el proceso creativo, desde la concepción de la idea hasta su materialización y posterior lanzamiento, dividiendo el proceso en seis etapas fundamentales: 1) Análisis del negocio: conocer el mercado, los potenciales consumidores, la competencia, identificar una oportunidad y generar un Brief de diseño certero, son herramientas básicas de Mkt a la hora comenzar un proceso creativo. Desde la concepción de un proyecto TECKDES fomenta la interacción entre el usuario final y los creativos, con el fin de acortar los tiempos de devolución de ideas (Feedback); 2) Generación de la idea: Actualmente, las grandes agencias de diseño y comunicación, utilizan métodos como el Design Sketching y el Idea Screening en su proceso de generación de ideas, haciendo participar desde el inicio a los futuros usuarios finales del producto en contacto directo con sus diseñadores, obteniendo resultados sorprendentes en términos de conceptualización de ideas; 3) Desarrollo 3D: Esta etapa es considerada fundamental para continuar adelante en este proceso, ya que involucra la materialización de toda la información e ideas recopiladas anteriormente. TECKDES utiliza software de última generación para

modelar rápidamente una idea con el fin de asegurar su factibilidad técnica de la misma en un 100%. Las imágenes de carácter fotorrealístico obtenidas en esta etapa del proceso serán las aprobadas por Mkt para continuar con el desarrollo; 4) Testeo del producto: Todavía estamos a tiempo de equivocarnos y revisar nuestros diseños, ya que en esta etapa todavía no hemos incurrido en costos extra por fabricación de moldes y pruebas interminables en la línea de producción. TECKDES utiliza en esta etapa, herramientas de Simulación de control de producto y proceso, las cuales replican virtualmente los posibles inconvenientes que tendrá nuestro diseño una vez fabricado. Esto nos permite corregir nuestro modelo en etapa de desarrollo acortando así nuevamente los tiempos de lanzamiento y generando un Cost Saving en el proyecto aun sin haber sido lanzado al mercado; 5) Implementación Técnica: Ahora llegó el momento de documentar nuestro diseño, liberar los planos constructivos y compartir nuestros archivos de manera universal y estándar con el resto de la cadena de proveedores que el cliente solicite. TECKDES asegura en esta instancia la correcta lectura de la información y el seguimiento de la ingeniería referente a la construcción de los moldes a la implementación en planta; 6) Lanzamiento: Acompañamos a nuestros cliente en la puesta en marcha de los nuevos productos, contribuyendo en la comunicación, publicidad, puntos de venta, etc.

Esta conferencia fue dictada por **Agustín Acuña** y **Nicolás Alem** (Teckdes - Argentina) el jueves 31 de julio en el Tercer Encuentro Latinoamericano de Diseño 2008. Facultad de Diseño y Comunicación, Universidad de Palermo, Buenos Aires, Argentina.

Diseño de estrategia comunicacional dirigida a la integración social

Jesús Alcalá, María José Barrios Antolinez, Carmen Virginia Grisolí Cardona, Juan Leon y Asdrubal Navas

La ponencia abordará el proceso metodológico para la creación de piezas gráficas, con el objetivo de incitar la reconciliación social en Venezuela.

Esta situación de división ideológica nacional, se origina de la hegemonía que poseyeron los dos principales partidos políticos a partir de la década de los 60's y que se perpetuó durante 40 años hasta la llegada al poder del actual Presidente de la República; Hugo Rafael Chávez Frías en el año de 1998. La situación de división social se agudiza en el año 2002 cuando acaecen los acontecimientos del paro petrolero y los sucesos del once, doce y trece de abril en los cuales cientos de personas perdieron la vida por motivos políticos. A partir de estos acontecimientos la sociedad civil venezolana, se ha mantenido en una constante confrontación ideológica por la falta de tolerancia entre ambas partes.

A partir de esta situación, el tutor del trabajo Jhonatan Medina desarrolló un ejercicio, el cual tuvo como objetivo primordial la reconciliación social, sin encontrarnos parcializados hacia ninguna ideología. Se acordó trabajar con un sistema gráfico en el que se utilizó el signo de la mano como elemento unificador, el tricolor patrio para identificar la propuesta y la frase 'la unidad está en nuestras manos' para reforzar el mensaje de conciliación. A partir de estos elementos se desarrollaron diversos conceptos generadores, en los cuales a la mano se le atribuyeron diversas cualidades pertinentes al objetivo de reconciliación, entre ellas la mano como unificadora, transmutadora, accionante; todo esto surgió a partir de discusiones en clase. Para complementar la fuerza del mensaje, se estableció una correcta armonización entre imagen y texto.

Uno de los objetivos del proyecto está basado en estudiar la efectividad del diseño visto a través de distintos medios y aplicaciones, los cuales contemplaban: Cartel, Valla Publicitaria, *stickers* o pegatinas, marca libros, tarjetas, libretas, tazas, elementos lúdicos como rompecabezas y cubo mágico, páginas web, *Street Art*, además de medios textiles como franelas (remeras).

Las propuestas gráficas son el producto de una motivación a la que nos vemos comprometidos como diseñadores venezolanos, aunado al hecho de que ningún ente gubernamental ha realizado algún tipo de propuesta gráfica que aborde este tema, con la premisa de poder generar un cambio en la conducta social a través del diseño gráfico. Cada estudiante de la cátedra, dio un enfoque distinto, de manera que el mensaje de unidad no solo como un concepto general sino también más específicamente nos habla de unión familiar, laboral, entre otros.

Esta conferencia fue dictada por **Jesús Alcalá**, **María José Barrios Antolinez**, **Carmen Virginia Grisolí Cardona**, **Juan León** y **Asdrubal Navas** (Universidad de Los Andes - Venezuela) el miércoles 30 de julio en el Tercer Encuentro Latinoamericano de Diseño 2008. Facultad de Diseño y Comunicación, Universidad de Palermo, Buenos Aires, Argentina.

Una librería con cuerpo y alma: análisis del caso Hiperión

María Eugenia Alonso

Santiago del Estero capital es una ciudad de 400.000 habitantes capital de la provincia del mismo nombre y primer ciudad de la Argentina, con un bagaje cultural riquísimo sostenido en tradiciones milenarias pero con un desarrollo espacial caótico que responde a infinitos vaivenes económicos y políticos que sumaron a la provincia en el estancamiento y la mediocridad, es en este contexto donde la realización de una librería pionera en el NOA cobra una especial significatividad. Hiperión & Cía. Libros es una empresa joven de 6 años de antigüe-