



Universidad de Chile
Facultad de Arquitectura y Urbanismo
Escuela de Diseño

Santiago de Chile, Diciembre 2011



**Modelo de servicio de diseño, fundamentado en el
uso de TIC para el desarrollo de proyectos sociales.**

Proyecto para optar al Título de Diseñador Gráfico

Autor: Camilo Ignacio Soto Toro
Profesor Guía: Cristián Gómez

Mantener el esfuerzo constante, la mirada crítica, el respeto y el valor del desarrollo social, son parte de los elementos más importantes para mi propio desarrollo, los valores de la familia que me han impulsado en esta empresa que he desarrollado aquí, a quienes estoy agradecido por guiarme y emprender conmigo el camino de la vida.

Familia, amigos, profesores,

Muchas gracias.

Índice

I. PRIMERA PARTE ANTECEDENTES	6
I.1. INTRODUCCIÓN	9
I.2. DIAGRAMA DE SISTEMA	10
I.3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	12
I.4. OBJETIVOS	13
I.4.1. Objetivo General	13
I.4.1.1. Objetivos Específicos	13
I.5. PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	14
I.6. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	14
I.7. TIPO DE INVESTIGACIÓN	15
I.8. MARCO TEÓRICO O DISCUSIÓN DE FUENTES.	16
I.8.1. La Clasificación Y Catalogación De Los Tipos De Fuentes	16
I.8.1.1. Primarias	16
I.8.1.2. Secundarias	17
I.8.1.3. Terciarias	18
I.8.2. La Definición De Un Estado De La Cuestión	20
I.8.2.1. Contexto Histórico	20
I.8.2.2. Contexto Político	22
I.8.2.2.1. Nacional	22
I.8.2.2.2. Internacional	35
I.8.2.3. Contexto Social Y Cultural de la Innovación	44
I.8.3. Planteamiento De Un Perfil De Investigación	46
I.8.3.1. Innovación	46
I.8.3.2. El Diseño En La Actualidad	51
I.9. METODOLOGÍA	56
I.9.1. Enfoques En Investigación.	56
I.9.2. Estrategias De Proximidad Con Los Grupos De Afectados	57
I.9.2.1. Marco Demográfico Y Psicográfico	57
I.9.2.2. Definir El Espacio De Percepción Visual (Exógeno - Endógeno)	59

I.9.3. Tipo De Muestras	62
I.9.4. Una Mirada Al Test De Usuario	63
I.9.5. Evaluación De Usabilidad	65
I.10. ESTUDIO DE USUARIOS	67
I.10.1. Personas	67
I.11. ESTUDIO SOBRE TIPOLOGÍAS	69
I.11.1. Tipologías Directas	70
I.11.2. Tipologías Indirectas	74
I.11.3. Benchmarking De Diseño	81
I.11.3.1. Idea Tu Empresa	81
I.11.3.2. Kickstarter	82
I.11.3.3. Social Innovation Camp	86
I.11.3.4. Socialnest	87
I.12. CONCLUSIONES PRELIMINARES.	88
I.12.1. Políticas Públicas	88
I.12.2. El Diseño Gráfico, ¿Social Y Tecnológico?	89
II. SEGUNDA PARTE – PROYECTACIÓN	90
II.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE DISEÑO	91
II.1.1. Institución U Organismo	91
II.1.2. Necesidades Del Usuario	91
II.1.2.1. Antecedentes Del Tipo De Usuario	91
II.1.2.2. Antecedentes Del Usuario Para El Programa Piloto	92
II.1.2.2.1. Escuela Libre Luchín	92
II.1.3. Prospectiva De Innovación	98
II.1.3.1. La Minga	98
II.1.4. Responsabilidad Social En El Grupo De Afectados	100
II.2. JUSTIFICACIÓN DE LA SOLUCIÓN DE DISEÑO	101
II.3. DEFINICIÓN DE CÓDIGOS VISUALES	102
II.3.1. Naming	102
II.3.2. Desarrollo De Branding	103
II.3.2.1. Desarrollo De Isotipo	103

II.3.3. Códigos Tipográficos	108	III.3. DIFUSIÓN	162
II.3.3.1. Logotipo	108	III.3.1. Online	162
II.3.3.2. Tipografía Para Lectura	109	III.3.1.1. Banners	162
II.3.4. Códigos Cromáticos	110	III.3.1.2. Posicionamiento en Buscadores	162
II.3.4.1. Catalogación Según Patrones Gráficos	111	III.3.1.3. Redes Sociales	163
II.3.4.2. Tipificación Según Apariencia	111	III.3.2. Offline	163
II.3.4.3. Impacto Y Sintaxis	111	III.3.2.1. Stickers	163
II.3.5. Variables Preceptuales	112	III.4. PRESUPUESTOS	164
II.3.5.1. Formemas	112	III.4.1. Plan de Costos	164
II.3.5.2. Manejo De Indicios En La Configuración Espacial	114	III.4.1.1. Gastos de Operación	164
II.3.6. Aplicaciones	116	III.4.1.2. Gastos De Honorarios	164
II.4. DEFINICIÓN DE ESTRATEGIA TECNOLÓGICA	119	III.4.1.3. Gastos De Inversión	164
II.4.1. Interfaz De Usuario	119	III.4.1.4. Carta Gantt	165
II.4.2. Mapas De Flujos	120	III.4.1.5. Cotizaciones	165
II.4.3. Mapas De Contenidos	121	III.4.2. Plan de Sustentabilidad del Proyecto	166
II.4.4. Tabla De Capacidades Del Sistema	122	III.4.2.1. Etapas	166
II.5. DESARROLLO DE ANÁLISIS CUALITATIVO	124	III.4.2.2. Flujo de Caja	167
II.5.1. Aplicación De Estrategias De Proximidad	124	III.5. CONCLUSIONES	168
II.5.1.1. Creación Del Personas	124	III.5.1. Teoría	168
II.5.1.2. Encuestas	128	III.5.2. Procesos	169
II.6. PRUEBAS DE PROTOTIPO	131	III.5.3. Política	170
II.6.1. Test Heurístico	132	III.5.4. Proyecto	171
II.6.2. Test De Usuario	133	III.6. BIBLIOGRAFÍA GENERAL	172
II.7. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS	135	III.7. ANEXOS	175
II.7.1. Análisis De Resultados Del Test Heurístico Wireframes	135	III.7.1. Anexo n°1 - Entrevista Hugo Arias	175
II.7.2. Tablas De Resultados Del Test De Usuario	137	III.7.2. Anexo n°2 - Borrador publicación 2011 MINECON	186
II.7.3. Análisis De Resultados Revisión En Diseño Visual	138	III.7.3. Anexo n°3 - Datos para la creación de las Fichas Personas	190
III. TERCERA PARTE – REALIZACIÓN	140	III.7.4. Anexo n°4 - Documento Escuela libre Luchín	196
III.1. DESARROLLO DEL PROTOTIPO FINAL	141	III.7.5. Anexo n°5 - Encuesta: Otros Comentarios	208
III.2. DIAGRAMA DE VISUALIZACIÓN DE LOS RESULTADOS	160	III.7.6. Anexo n°6 - Test Heurístico Realizado a Wireframes	209
		III.7.7. Anexo n°7 - Wireframes Primera Etapa	215
		III.7.8. Anexo n°8 - Comentarios de la Interfaz	219



I Primera Parte

ANTECEDENTES



I.1. INTRODUCCIÓN

Este es el proyecto para optar al Título de Diseñador Gráfico de la Universidad de Chile, en el se elabora una propuesta para la realización de un Modelo de servicio de diseño, fundamentado en el uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) para el desarrollo de proyectos sociales.

El proyecto nace a partir de investigar en las políticas sobre innovación establecidas por la División de Innovación del Ministerio de Economía, que tiene entre sus propósitos, fomentar el desarrollo de la ciencia en general, basada en la innovación de la investigación científica aplicada al desarrollo tecnológico, focalizado hacia sectores con potencial de crecimiento y de capital humano avanzado, promoviendo una cultura innovadora, sin perder de vista la necesidad de generar una amplia red de actores en permanente colaboración. (Ministerio de Economía, 2010)

La Política de Innovación en sus principios manifiesta que para el desarrollo de ésta, uno de los elementos esenciales es la cooperación, las interacciones de redes de personas y organizaciones (Ministerio de Economía, 2009). Una forma de llevar a la práctica este principio es a través del desarrollo de proyectos sociales, en los cuales una comunidad se organiza y participa cooperativamente para un bien común. En este sentido surge la reflexión a partir de la investigación sobre la Política Estatal, en la cual se observa la necesidad de incorporar e integrar al diseño como motor de factores condicionantes para la innovación, enfocados en apoyar proyectos sociales mediante el uso de las TIC.

Es así como nace el proyecto “La Minga” que tiene como fin apoyar el desarrollo de proyectos sociales, usando al diseño como puente entre la tecnología y el desarrollo social.

En la **primera parte**, se encuentran los Antecedentes que se han investigado, recopilado y desarrollado para la fundamentación del proyecto, la toma de decisiones y la lógica de trabajo que impulsa y crea los objetivos a desarrollar.

Esta etapa se caracteriza por la estructuración del problema, es decir, la puesta en escena de todos los actores que intervienen en el ámbito de

trabajo y especialización del tema, de aquí se desprende:

el diagrama de sistema-contextual, el planteamiento del problema, los objetivos generales y específicos, seguido por las preguntas de investigación, la justificación de la misma y el tipo de investigación que se llevó a cabo.

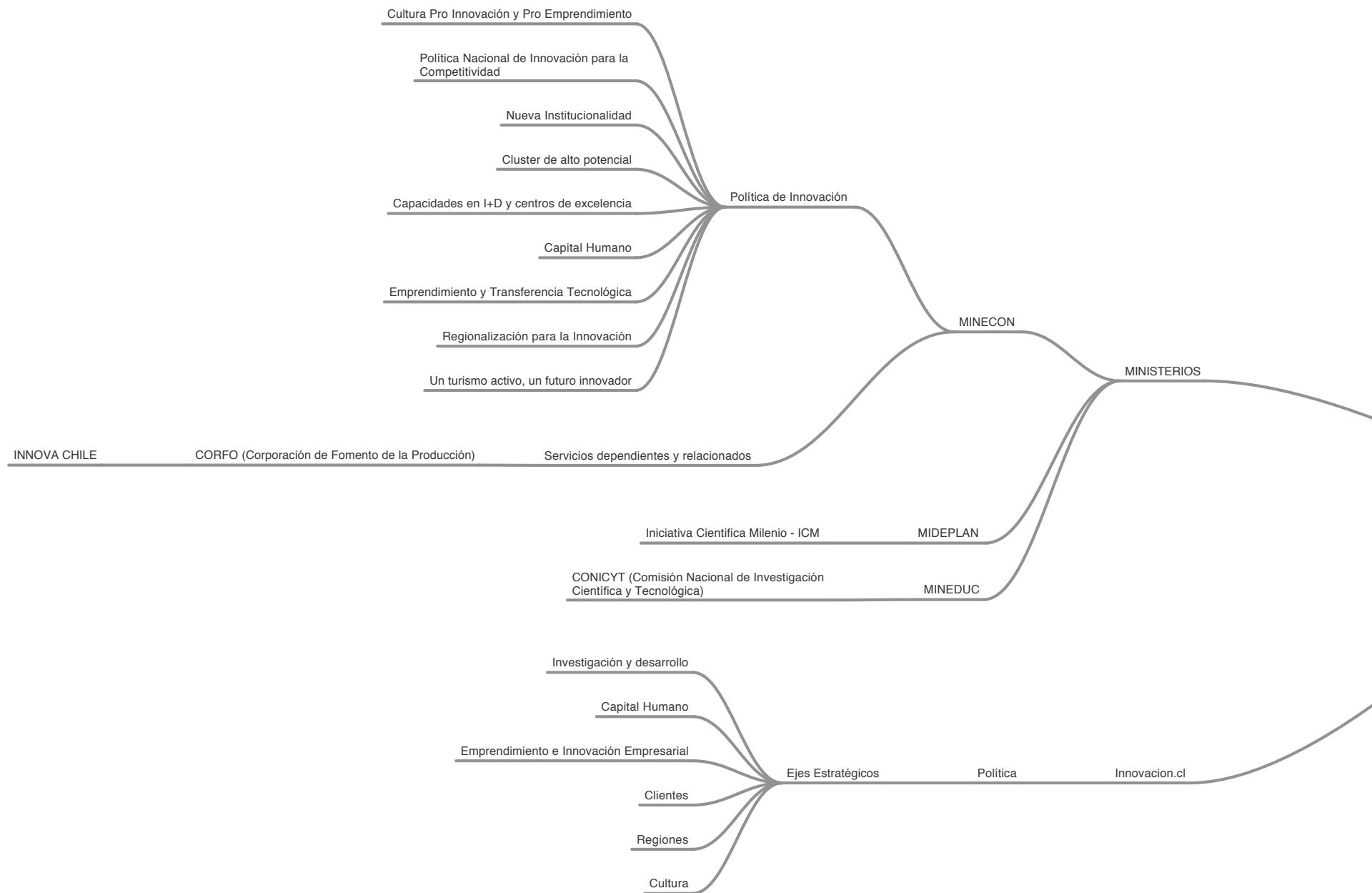
Seguido de esto se encuentra la clasificación del Marco Teórico, por sus fuentes (primarias, secundarias, terciarias), la investigación y desarrollo del estado de la cuestión y el establecimiento del perfil teórico de la investigación. Se explica la metodología de investigación, su enfoque y estrategias de recolección de datos con los grupos afectados, para los estudios de usuarios. La parte final de esta etapa muestra el estudio de tipologías haciendo uso del benchmarking y con las conclusiones preliminares.

En la **segunda parte**, se enmarca el proceso de Proyectación, en la cual se describen y desarrollan la búsqueda de alternativas y toma de decisiones de diseño, según variables formales, tecnológicas y pruebas de usuarios. Todas ellas tomando en cuenta la investigación de la primera parte, donde se explicitan las decisiones de diseño.

Se plantea el problema de diseño, es decir las necesidades del usuario, la correspondiente justificación de la solución planteada, la definición de los códigos visuales, de la estrategia tecnológica, el desarrollo de análisis cualitativos, como las entrevistas y la creación de las fichas de personas.

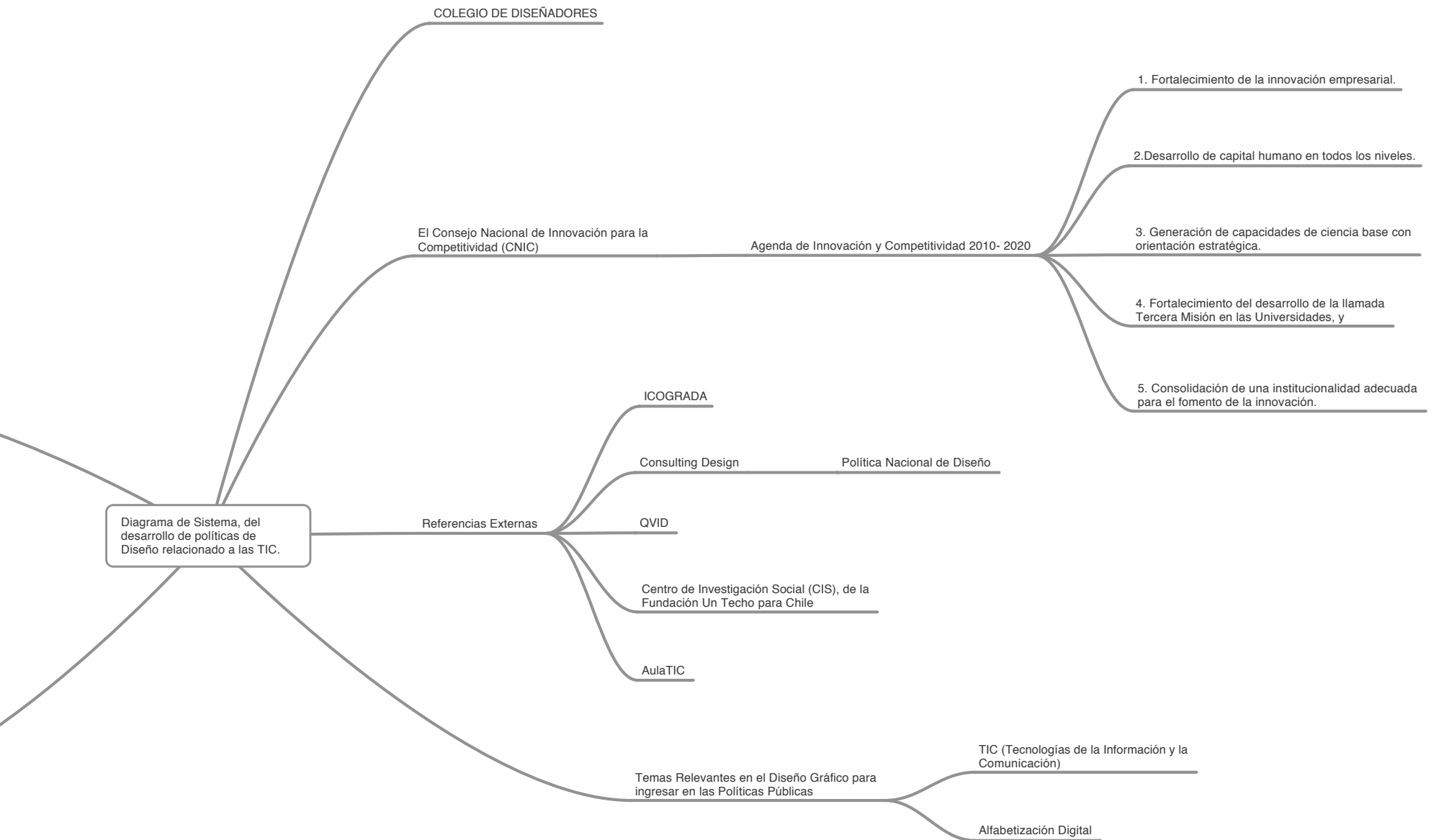
Luego están las pruebas o test del prototipo con los stakeholders y finalmente el análisis e interpretación de los datos recopilados.

En la **tercera parte** y final se encuentra la Realización, que corresponde a la fase concluyente del prototipo final, con los ajustes tomados de las pruebas anteriores y la visualización de los resultados finales. Desde aquí surgen: el desarrollo del prototipo final, el diagrama de visualización de los resultados, el presupuesto, el plan de negocios, conclusiones, bibliografía y anexos.



I.2. DIAGRAMA DE SISTEMA

ANTECEDENTES



El diagrama de sistema pretende hacer una referencia a las instituciones mas relevantes que tienen que ver con el diseño, las TIC y las políticas de innovación.

I.3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Los énfasis de las políticas públicas referidas a la innovación para la competitividad, es que si bien, consideran el desarrollo del capital humano y cultural, señalando orientaciones sobre las redes de personas y organizaciones como confirmadoras de innovaciones exitosas (Ministerio de Economía, 2009, p. 15), éstas poseen un carácter de orden más declarativo, que de concreción real en la práctica para el desarrollo y la inclusión social, pues se concentran más en la competitividad y la productividad, lo que se puede inferir de La Política de Innovación para al Competitividad del Ministerio de Economía (MINECON) y en el Consejo Nacional de Innovación para la Competitividad (CNIC):

La conclusión ha sido focalizar la acción estatal sobre la función emprendedora-empresarial, ya que la innovación ocurre en la empresa (Ministerio de Economía, 2009, p. 14)

Fomentar el desarrollo de la ciencia en general, como una de las bases de la innovación con énfasis en aquella investigación científica más aplicada al desarrollo tecnológico o enfocada a dar respuesta a los problemas productivos (CNIC, 2007, p. 18)

En este contexto, el problema que presentan estas políticas, es que no potencian el enlace entre la innovación tecnológica y el desarrollo social, para generar una cultura innovadora en los diferentes ámbitos desarrollo país:

La política nacional de innovación busca crear las condiciones para que las empresas demanden conocimiento y lo apliquen en sus procesos (Ministerio de Economía, 2009, p. 14).

I.4. OBJETIVOS

I.4.1. OBJETIVO GENERAL

Apoyar el desarrollo de proyectos sociales-sustentables por medio del diseño de un modelo de servicio en Tecnologías Sociales, que promueva el uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC)

I.4.1.1. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Generar redes de cooperación y comunicación entre actores sociales con propósitos comunes.
- Crear una plataforma Web como modelo de servicio para el desarrollo de proyectos sociales.
- Facilitar el acceso de los usuarios a los beneficios del servicio.
- Validar el modelo de servicio planteado en su funcionamiento, con la aplicación práctica en un proyecto social activo.

I.5. PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

- ¿Cuáles son las políticas nacionales de innovación?, ¿A qué apuntan estas políticas?.
- ¿Qué se ha hecho internacionalmente respecto al tema?.
- ¿Está considerado el desarrollo social en la concreción de las políticas nacionales de innovación?.
- ¿Se considera al diseño como un eje indispensable en el desarrollo de las políticas nacionales de innovación?.
- ¿Cómo el diseño puede aportar al desarrollo de la innovación social?.

I.6. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

El diseño en la mirada de la sociedad

El diseño gráfico trabaja a través de las interfaces y la comunicación visual, posee un amplio campo de desarrollo, sin embargo existe poco conocimiento de ello. En general es usado mayoritariamente en el ámbito publicitario, asociado a imagen de marca, construcción de sitios Web, etc., que tiene por objetivo solucionar problemas predeterminados, lo que ha opacado el área de la investigación.

El diseño en las políticas de innovación del MINECON

Chile en la última década ha generado políticas de innovación, centradas en la “generación de bienes de capital, tecnología y conocimiento avanzado, exportables al resto del mundo” (Ministerio de Economía, 2009, p. 21), en este sentido si bien ha avanzado en términos de innovación, aún no se considera el diseño como un aliado ineludible a la hora de la planificación e implementación de estas políticas. Un ejemplo de ello es el desarrollo de los cluster del sector turístico y de servicios globales (Ministerio de Economía, 2010, p. 40-41). Ellos pueden desarrollarse a través del estudio de interfaces, de la arquitectura de información, visualización de datos, alfabetización visual y muchos otros tópicos de investigación y producción. En este contexto Bonsiepe (2011) señala:

En la fase histórica actual que se caracteriza por una alta intensidad de innovación científica, tecnológica e industrial, se hace cada vez más evidente la necesidad de generar conocimientos desde la perspectiva proyectual, sobre todo si se trata de problemas complejos que exceden el know-how de una disciplina particular. (p. 3)

El rol del diseño como apoyo al desarrollo e inclusión social.

Como se profundiza más adelante en el punto *1.8.3.2.1 El Diseño y la Sociedad*, Margolin (2011) expone la relevancia del rol que juega hoy el diseñador para enfrentar los desafíos de comunicación, no sólo en función de la publicidad de productos, sino que además su aporte como agente de cambio para el bien social.

Paralelamente es uno de los tantos incentivos en la disciplina del diseño nacional, abriendo su campo de investigación, especialmente el ámbito social, que tiene poca exploración.

El planteamiento e implementación de políticas de innovación que consideren la participación de la comunidad para el bien social, podrían generar un impulso importante en los avances tecnológicos, culturales y sociales del país, lo que lleva al diseño a ser un medio para su desarrollo ocupando herramientas tecnológicas a su servicio como son las TIC.

I.7. TIPO DE INVESTIGACIÓN

Este proyecto se fundamenta en una investigación con enfoque proyectual, pues la Investigación Base de Memoria (IBM) recopila diferentes fuentes de información que se constituyen la base teórica que apoyará el desarrollo del Proyecto de Título.

I.8. MARCO TEÓRICO O DISCUSIÓN DE FUENTES.

I.8.1. LA CLASIFICACIÓN Y CATALOGACIÓN DE LOS TIPOS DE FUENTES

I.8.1.1. PRIMARIAS

- Arias H., Comunicación personal, 24, Mayo, (2010).
- CNIC, Agenda de Innovación y Competitividad 2010 – 2020, (2010), Santiago, Chile. Editor: Hugo Arias
- CNIC. (2007). Hacia una Estrategia Nacional de Innovación Para la Competitividad Volumen I, Santiago, Chile; Editor: Hugo Arias.
- CNIC. (2008). Hacia una Estrategia Nacional de Innovación Para la Competitividad Volumen II, Santiago, Chile; Editor: Hugo Arias.
- Ministerio de Economía (2010). Política Nacional de Innovación: Memoria 2006- 2010. Santiago, Chile. Edición: Ministerio de Economía.
- Ministerio de Economía (2009). Política Nacional de Innovación Para la Competitividad: Orientaciones y Plan de Acción 2009-2010, Santiago, Chile.
- Ministerio de Economía (2008). Rol ministerial. Acerca de este Ministerio. Obtenido desde <http://www.economia.cl/>.
- Barriga A., MINECON, Comunicación personal, 28, Abril, 2011.

I.8.1.2. SECUNDARIAS

- Bonsiepe, G. (1998). Del Objeto a la Interfase. Buenos Aires, Argentina; Ediciones Infinito.
- Centro de Innovación Un Techo para Chile / Un Techo para Mi País (2009). Brief Centro de Innovación Un Techo para Chile - Mínimo. Obtenido el 8 de Julio, 2010, desde <http://www.slideshare.net/InnovacionTecho/brief-centro-de-innovacin-un-techo-para-chile-minimo>.
- ChilePD (2007). Quiénes Somos. Obtenido el 8 de Julio, 2010, desde http://www.chilepd.cl/content/view/44098/Quienes_Somos.html.
- CreaChile (n.f.). Quienes Somos. Obtenido el 6 de Julio, 2010, desde <http://www.creachile.org/>
- Danish Government (2007). DesignDenmark. Obtenido el 25 de Mayo, 2010, desde <http://www.deaca.dk/>
- Department of Trade and Industry (DTI) (2005). DTI ECONOMICS PAPER NO.15 Creativity, Design and Business Performance. Obtenido el 25 de Mayo, 2010, desde <http://www.bis.gov.uk/>
- DESIGN21 (2008). Our Mission. Obtenido el 7 de Julio, 2010, desde <http://www.design21sdn.com/design21/about>.
- FECYT (Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología). (2007). Estrategia Nacional de Ciencia y Tecnología (ENCYT). Obtenido el 25 de Mayo, 2010, desde <http://www.plannacionalidi.es/>.
- Flores B., (2008). ¿Desarrollo sostenible o sustentable?, Obtenido el 29 de Diciembre, 2011, desde <http://www.prodena.org/portal/>.
- Florida R. (2002). The Rise of the Creative Class. Washington Monthly. Obtenido el 14 de Junio de 2010, desde <http://www.washingtonmonthly.com/features/2001/0205.florida.html>
- Florida, R. (n.f.). FAQs Quotes attributed to international best-selling author Richard Florida. Obtenido el 30 de Junio, 2010, desde http://www.creativeclass.com/richard_florida/media.php.
- Guerra M., & Jordán V. (2010). Políticas Públicas de Sociedad de la Información en América Latina: ¿una misma visión?. Obtenido el 25 de Mayo, 2010, desde <http://www.cepal.org>.
- Icograda (2010). MISSION, VISION AND VALUES. Obtenido el 7 de Julio, 2010, desde <http://www.icograda.org/about/about/articles146.htm>.
- Industrias Creativas Valparaíso (2010). Quiénes Somos. Obtenido el 8 de Julio, 2010, desde <http://www.industriascreativasvalpo.cl/home.html>
- Movistar Innova (2010). ¿Qué es Movistar Innova? Obtenido el 8 de Julio, 2010, desde <http://www.movistarinnova.cl/>
- OCDE y Eurostat (2005). Manual de OSLO 3era Edición. Obtenido el 25 de Mayo, 2010, desde <http://www.oei.es/salactsi/oslo3.htm>
- Power D., & Jansson J., & Lorenzen M. (2006). Nordic Design for a Global Market: Policies for developing the design industry in the Nordic Region, Obtenido el 25 de Mayo, 2010, desde <http://www.nordicinnovation.net/>
- Schumpeter A. Joseph (1968). Capitalismo, Socialismo y Democracia / tr. por José Díaz García. EDITORIAL AGUILAR.
- Schumpeter A. Joseph (1944) Teoría del desenvolvimiento económico: una investigación sobre ganancias, capital, crédito, interés y ciclo económico.
- Queensland Design Strategy 2020, (2009) Queensland, Australia. Obtenido el 25 de Mayo, 2010, desde <http://www.arts.qld.gov.au/>.
- Vercellone, C. (2004). 3. Las políticas de desarrollo en tiempos del capitalismo cognitivo. En Traficantes de Sueños (Eds.), Capitalismo cognitivo, propiedad intelectual y creación colectiva (63-74). Madrid.

I.8.1.3. Terciarias

- Cordero Ruiz, J. (n.f.). PERCEPCIÓN VISUAL. En PERCEPCIÓN VISUAL (Tema 1). Obtenido el 3 Junio, 2010, desde <http://personal.us.es/jcordero/PERCEPCION/index.htm>.
- Miranda M., (n.f.). ABCD, letras que nos dividen. Obtenido el 1, Junio, 2010, desde <http://www.novomerc.cl/>.
- Real Academia Española © 2011 <http://www.rae.es/rae.html>.
- Rodríguez M. A., & Rodríguez B. D. (2007). Política Nacional de Diseño. Obtenido el 19, Mayo, 2010, desde <http://www.cdesign.cl/>.
- Roper Starch Woldwide (1998). Targeting en Profundidad, ir mas allá de lo demográfico. BOLETIN NUMERO 98. Obtenido el 1, Junio, 2010, desde <http://www.novomerc.cl/opinion2.html>.
- Yenawine P. (n.f.). Thoughts on Visual Literacy. Obtenido el 14 de Junio de 2010, desde http://www.vtshome.org/system/resources/0000/0005/Thoughts_Visual_Literacy.pdf.

I.8.2. LA DEFINICIÓN DE UN ESTADO DE LA CUESTIÓN

I.8.2.1. CONTEXTO HISTÓRICO EN CHILE

Gobierno

Desde la década del 90', los gobiernos democráticos han adoptado estrategias derivadas de modelos y países desarrollados, destacándose el Fomento al Desarrollo Productivo por medio de Ciencia y Tecnología. Por un lado existen agencias especializadas como la Corporación de Fomento CORFO (www.corfo.cl), que apoya el desarrollo productivo por medio de una serie de formatos de financiamiento y fomento, donde destacan algunos instrumentos para Innovación y Desarrollo en Productos y procesos productivos. Por otro lado, la Comisión Nacional de Ciencia y Tecnología CONICYT (www.conicyt.cl), apoya de modo directo el desarrollo de Investigación y Desarrollo en Universidades e Institutos Tecnológicos con el objetivo de mejorar la competitividad de los sectores económicos prioritarios del país, como son la Minería, el Sector Agropecuario, Forestal, Acuícola entre otros, CONICYT posee varias líneas de financiamiento para Investigadores y Empresas, para el desarrollo de proyectos colaborativos, orientados al desarrollo país.

Universidades

Por otro lado, y desde el sector universitario y educativo, se han organizado algunas iniciativas como Centros de Diseño e Ingeniería, que han intentado trabajar sobre la implementación de estas disciplinas en el desarrollo de proyectos con empresas. Ejemplos de estos Centros de Desarrollo se encuentran los establecidos en la Pontificia Universidad Católica de Chile en el año 2003, denominado CIDI, Centro de Innovación en Diseño e Ingeniería, que comienza a dar sus primeros pasos en desarrollo de proyectos específicos. Por otro lado, la Universidad Técnica Federico Santa María en la quinta región estructura un Centro de Diseño bajo el modelo de la Politécnica de Milán, durante el año 2002; esta iniciativa no ha mostrado señales de desarrollo concreto. Otro caso relevante en la Universidad Tecnológica Metropolitana, que por medio de fondos del Ministerio de Educación, ha comenzado un proceso de configuración de acciones de diseño hacia la empresa. Finalmente el Centro de Diseño y Desarrollo Integrado CDDI de la Escuela de Diseño del Instituto Profesional DUOC UC, ha sido otra de las iniciativas que han apoyado la difusión, promoción y ejecución de Diseño en la empresa, desde el sector educativo.

Por su parte, la Escuela de Diseño de la Universidad de Valparaíso, a partir de la investigación citada más arriba denominado "Análisis de la Realidad del Diseño en Chile", ha generado una nueva e innovadora malla curricular tendiente a formar un diseñador que posea una mirada sistémica que permita dar un mejor servicio al sector de la PYME.

La Escuela de Diseño de la Universidad de Valparaíso, ha generado una red de instituciones de educación superior de la región que se encuentran desarrollando una iniciativa que pretende generar las condiciones para la generación de un distrito de diseño y que se expresa fundamentalmente en un muestra anual de diseño

denominada Valparaíso Zona de Diseño (www.valparaisozonadiseno.cl).

En otras Universidades donde se imparte diseño, también han existido ciertas iniciativas de vinculación efectiva del diseño hacia el mercado. Si bien, hoy día las Universidades e Instituciones de Educación Superior comprenden que el tema de diseño pasa por un reconocimiento del sector productivo, ninguna de estas iniciativas aisladas ha logrado materializar de modo efectivo el apoyo sistemático al sector productivo nacional.

Privados

Los mismos profesionales del diseño han intentado dar soporte sistemático a la promoción y posicionamiento del Diseño, con un fin económico y comercial implícito en el proceso de validación profesional. En este sentido el rol de las asociaciones gremiales, empresas vinculadas al diseño, oficinas de diseño, asociaciones de diseñadores, entre otras, han tenido un nivel de participación relevante en la comunicación del Diseño al país.

Iniciativas como la formación del Colegio de Diseñadores Profesionales CDP-AG (www.colegiodisenadores.cl) y la Asociación Nacional de Empresas de Diseño QVID (www.qvid.cl), han tenido y tienen un rol protagónico en la tarea de posicionar el Diseño en Chile, con mayor o menor grado de transversalidad, y con mayor o menor grado de compromiso global con la disciplina, más allá de los intereses particulares. Muchas de estas iniciativas, que con años de trabajo, no han logrado permear de modo real al sector productivo nacional.

Finalmente cabe señalar que mediante la participación del Presidente del Consejo Regional de Diseñadores de la Región de Valparaíso en el Consejo Regional de Cultura, se ha integrado en la declaración de la Política Cultural Regional, en el capítulo referente a las industrias culturales, la intención de este Consejo para apoyar la generación en Valparaíso de un distrito de diseño. (Rodríguez M. A., & Rodríguez B. D., 2007, p. 26-27)

I.8.2.2. CONTEXTO POLÍTICO

I.8.2.2.1. Nacional

I.8.2.2.1.1. CNIC

El Consejo es un órgano público-privado, en la medida que es integrado por representantes del gobierno y personas que provienen de otras áreas del quehacer nacional privado, como la academia, la ciencia o la empresa.

El Consejo tiene como tarea asesorar a la Presidencia de la República en materias relacionadas con la innovación y desarrolla su labor de forma autónoma, en el sentido de que sus acciones, decisiones y recomendaciones no tienen que pasar por la aprobación de ninguna autoridad de gobierno. Con todo, el Consejo actúa como un organismo del Estado que tiene un presupuesto público, pero no tiene aún personería legal propia (mientras no se apruebe la ley que está en el Congreso); por tanto, este presupuesto se incluye en las partidas del ministerio de Economía y para el uso de estos recursos el Consejo sigue las normas administrativas del Ministerio, relacionándose con sus proveedores u otros agentes a través de la Subsecretaría de Economía. (Arias, 2010.) Ver anexo n°1.

Secretaría Ejecutiva

Secretario Ejecutivo: Leonardo Mena Coronel
Ingeniero Civil Eléctrico de la Universidad de Chile, Master of Arts in Economics Georgetown University.

- **Coordinadora de Políticas de Capital Humano y Ciencia:**
Katherine Villarroel Gatica.
- **Coordinador de Políticas de Clusters y Plataformas Transversales:**
Cristián M. González Urrutia.
- **Coordinador de Políticas de Emprendimiento, Desarrollo y Transferencia Tecnológica:**
Juan Pablo Toledo G.
- **Coordinadora de Evaluación y Estadísticas:**
Marcia Varela Arriagada.
- **Coordinador de Estudios Prospectivos:**
Pedro Rosas Henríquez.
- **Coordinador de Contenidos:**
Hugo Arias Villarroel.
- **Coordinador de Gestión:**
Luis González Córdova.
- **Coordinador Regional:**
Daniel Ossandón Vuskovic.

Tareas que abordan el CNIC

Para definir como avanzar hacia la Economía del Conocimiento, el Consejo ve necesario:

1. Asimilar la experiencia de las naciones que surgieron desde una posición similar a la chilena.
2. Conocer el punto de partida y las tendencias y oportunidades globales.
3. Entender las condicionantes económicas de una alianza público-privada para la competitividad y el crecimiento.
4. Definir el rol que le corresponde a las políticas públicas.
5. Elaborar una estrategia para el uso eficiente de los recursos públicos.

La Presidencia de la República encomendó a este Consejo:

1. Proponer acciones orientadas a relevar la importancia de la innovación para el desarrollo de Chile y divulgar las propuestas estratégicas entregadas por el primer Consejo en marzo de 2006.
2. Establecer un mecanismo de consulta y diálogo con los actores relevantes, especialmente a nivel regional, para proponer una Estrategia Nacional de Innovación que incorpore un diagnóstico de la posición competitiva de Chile y sus regiones, una visión de desarrollo de largo plazo, metas y objetivos estratégicos, y criterios de evaluación de los mismos.
3. Profundizar las propuestas de rediseño institucional del Sistema Nacional de Innovación.
4. Aconsejar una propuesta de asignación de los recursos del Fondo de Innovación para la Competitividad (FIC), proponer las metas que deberían cumplir las instituciones ejecutoras y desarrollar los estudios necesarios para el cumplimiento de su misión.

Sobre el Rol del Estado

La acción del Estado debe ceñirse estrictamente a cumplir un rol subsidiario. El Estado debe contar con un marco regulatorio apropiado para la rápida pre conversión laboral (la capacitación constante es fundamental) y para el cierre y apertura ágil de empresas.

¿Como opera este modelo de innovación?

Es una sinergia entre un capital humano de alto nivel, la innovación tecnológica y los recursos naturales, lo que le permitirá al país enfrentar con éxito la dura competencia internacional, continuar creciendo en el mercado global y generar cada día más y mejores empleos para una fuerza laboral mejor calificada. Innovación como el proceso de creación de valor.

Las Fallas de Mercado en la Innovación

1. Insuficiente Apropiabilidad.

La dificultad para apropiarse privadamente los beneficios de generar nuevo conocimiento es uno de los grandes obstáculos para la innovación. Aunque el beneficio colectivo puede ser muy alto, no existen los incentivos económicos para desarrollar individualmente una actividad clave para el proceso.

2. Fallas de Información.

Debido a los altos costos que implica generar cierta información y la baja posibilidad de retener sus beneficios económicos, antecedentes fundamentales para los actores del sistema pueden no estar disponibles, y no habría un actor individual ni colectivo dispuesto a producirla.

3. Intangibilidad de los Activos.

Se considera que un banco sólo prestará dinero si existe una garantía material que tenga valor de mercado que lo resguarde de la eventualidad del no pago, la innovación y muchos de sus inputs parecen quedar automáticamente fuera de la posibilidad de este tipo de financiamiento.

4. Fallas de Red.

Las redes pueden ser un elemento central en la innovación. La Clave está en que los integrantes de la red no sólo se nutren de ella, sino que también la alimentan, lo que genera un valor colectivo mucho más alto. Pero el aporte del nuevo integrante no es descontado del costo de sumarse a la red, lo que desincentiva su incorporación.

Modelo económico

Chile posee y se sustenta principalmente a través de sus recursos naturales, pero la propuesta del CNIC incluye sumarle la generación de capital humano y conocimiento, esto da como resultado una ventaja competitiva a nivel global, potenciando todo el ciclo innovativo y lo que trae consigo.

Por ello es que el nuevo camino de desarrollo para Chile debe ser el de la Economía del Conocimiento.

Institución pública de apoyo a la innovación

Chile, en el ámbito público, cuenta con una institucionalidad sobre la que descansa el Sistema Nacional de Innovación. En ella podemos distinguir a organismos encargados de financiar y apoyar las actividades que universidades, empresas, institutos tecnológicos y otros actores emprenden en distintos ámbitos del proceso innovativo.

Las instituciones más relevantes son los ministerios de **Economía y Educación**, de las cuales dependen la Corporación de Fomento de la Producción (CORFO) y la Comisión Nacional de Investigación Científica y Tecnológica (CONICYT), respectivamente, las que han sido definidas por el Consejo como los dos pilares que deben sostener la institucionalidad pública para la innovación. A ellas se suman también y en materias más específicas a su sector, los ministerios de Agricultura, de Planificación y de Salud, además de otras que presentan una participación menor en el sistema.

Cada una de estas instituciones cuenta con programas diseñados especialmente para fomentar distintos ámbitos del proceso innovativo. El financiamiento proviene de recursos públicos, administrados por cada institución, destinados al apoyo de actividades específicas en las esferas que le son propias.

La CORFO, en su componente de innovación, se enfoca a las áreas de innovación tecnológica en la empresa, transferencia y difusión tecnológica, innovación precompetitiva y de interés público, emprendimiento innovador y atracción de inversiones de alta tecnología.

CONICYT, en cambio, se aboca a la promoción y fortalecimiento de la investigación y el desarrollo de nuevas áreas del conocimiento y de la innovación productiva.

Esta es la base a partir de la cual se deberá construir un sistema futuro, perfeccionando su orientación estratégica, y su coordinación e integración tanto interna al sistema de fondos como en relación al sistema de innovación nacional completo.

Criterios Estratégicos

1. Chile necesita seguir creciendo para alcanzar el desarrollo, y el camino para conseguirlo es el de la **Economía del Conocimiento**.
2. El salto a la Economía del Conocimiento tiene como eje fundamental a la **Innovación**.
3. Esta nueva vía de desarrollo asegura un mayor crecimiento, pero abre también la posibilidad de avanzar hacia una **mayor equidad**.
4. Alcanzar el éxito en la tarea de agregar conocimiento a la producción requiere de una **mirada sistémica y de una nueva alianza** que conjugue el esfuerzo emprendedor privado con una participación pública orientada a asegurar la provisión de los bienes públicos que sustentan la innovación.
5. La acción del Estado debe ceñirse estrictamente a cumplir un rol subsidiario, **corrigiendo las fallas de mercado y de sistema** que afectan el proceso innovativo.
6. El diseño de políticas públicas tiene que tener en cuenta que todas las fallas de mercado descritas no se presentan de manera estática, sino dinámica. Y ello obliga no sólo a contar con instrumentos flexibles y revisables, sino también a tomar decisiones estratégicas de cara a los desafíos que el país deberá enfrentar en el futuro.
7. Cumplidos los criterios precedentes, la entrega de recursos públicos para la innovación debe procurar, en todo momento, **apalancando esfuerzos equivalentes o mayores** por parte del sector privado.
8. La acción del Estado debe también conservar un adecuado balance que conjugue las fortalezas provenientes de las **políticas públicas neutrales** con la **necesidad de incorporar criterios de selectividad**, los que deberán surgir de un análisis no arbitrario, no contaminado por la presión de grupos de interés.
9. El tránsito hacia la Economía del Conocimiento y la necesidad de un esfuerzo conjunto de los sectores público y privado en la generación de innovación requieren de una **institucionalidad** que garantice la coherencia al sistema y que permita definir objetivos estratégicos hacia los que deben avanzar todos los actores de manera coordinada y colaborativa.

Objetivos Estratégicos y Líneas de Acción

A. CAPITAL HUMANO

Objetivo:

Fomentar un sistema formador de capital humano que integre la formación de técnicos y profesionales, y promover una capacitación laboral que sea flexible, basada en competencias, y que sea capaz de generar, difundir y apropiar la innovación, especialmente en aquellos sectores en que existe potencial competitivo, realizado o por lograr.

B. LA CIENCIA (I+D)

Objetivo:

Fomentar el desarrollo de la ciencia como una de las bases de la innovación, con énfasis en aquella investigación científica más aplicada al desarrollo tecnológico o enfocada a dar respuesta a los problemas productivos, en particular aquella vinculada con los sectores en que somos o deberíamos ser competitivos hoy, y aquellos en que se observe una buena relación entre su potencial y el esfuerzo a invertir para desarrollarlo.

C. LA INNOVACIÓN EN LA EMPRESA

Objetivo:

Desarrollar la actividad innovativa en las empresas, considerando innovaciones de producto, procesos, comercialización gestión de la organización (modelos de negocio y otros).

D. LA CULTURA

Objetivo:

Generar conciencia y una actitud proactiva en la sociedad hacia la innovación, reconociéndola, valorándola e incorporándola como un factor clave para el desarrollo del país y, por ende, para el bienestar de todos los chilenos.

E. INSTITUCIONALIDAD

Objetivo:

Asegurar la gobernabilidad del sistema y generar una institucionalidad que oriente, coordine y sincronice las políticas públicas pro-innovación, permitiendo la materialización de la Estrategia Nacional de Innovación para la Competitividad adoptada por el Gobierno.

F. REGIONES

Objetivo:

Abordar con especial énfasis en el desarrollo de la institucionalidad la participación de las regiones, tanto en la generación de las estrategias de innovación locales como en su aplicación.

G. INFRAESTRUCTURA HABILITANTE

Objetivo:

Fortalecer la vinculación del Sistema Nacional de innovación con su entorno, permitiendo que éste le provea un ambiente favorable al desarrollo del proceso innovativo en todos los ámbitos.

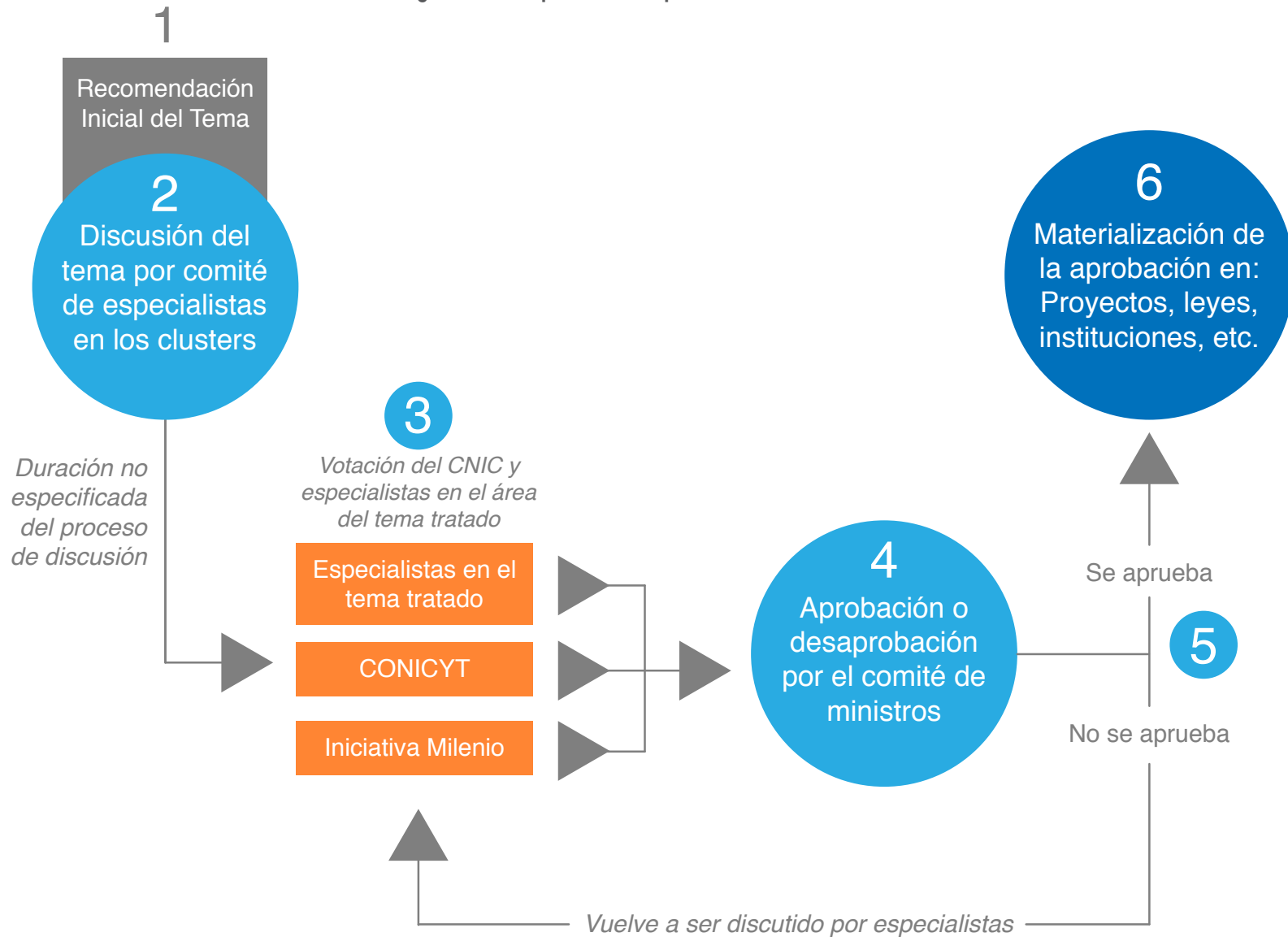
Representantes

Existen representantes del ámbito público (Ministros, CORFO; CONICYT), del ámbito privado (empresas) y del académico (Universidades Públicas, Privadas, IP) y científico.

En la situación de las Universidades del CRUCH, de las Universidades Privadas e Institutos de Formación Técnica ha ocurrido un proceso de participación sustentado en los siguientes hechos:

- En la situación del CRUCH - organismo mas afianzado en la historia, y donde el Ministerio de Educación es su presidente - la División de Educación Superior los convoca y el Ministro informa que tienen derecho a nombrar un representante, a través de la presentación de una terna, que va a la Presidencia de la República, instancia que define finalmente un representante.
- Respecto a las Universidades Privadas y en los Institutos Profesionales y de Formación Técnica, se desarrolla una convocatoria similar, pero quizás menos formal, en cuyo caso fue la Dirección de Educación Superior quien los llama, “por favor, los invito a una reunión, necesito que ustedes nombren una terna de personas que quisieran que participen en el Consejo”, y el Presidente escoge un representante de cada una de las ternas presentadas.
- El proyecto de ley establece que junto con estas o estos representantes, como stakeholders específico del sistema de innovación, debieran también haber participantes del mundo sindical, de las organizaciones gremiales, de las empresariales, con el objeto de que estén presentes las perspectivas de todos los actores claves, y no sólo desde el mundo académico, universitario, científico, sino también desde los otros ámbitos involucrados, y que dichos representantes sean directamente elegidos en su respectivas organizaciones para presentar a la Presidenta o Presidente de la República una terna desde donde finalmente saldrá el o la participante. (Arias, 2010). Ver anexo n°1.

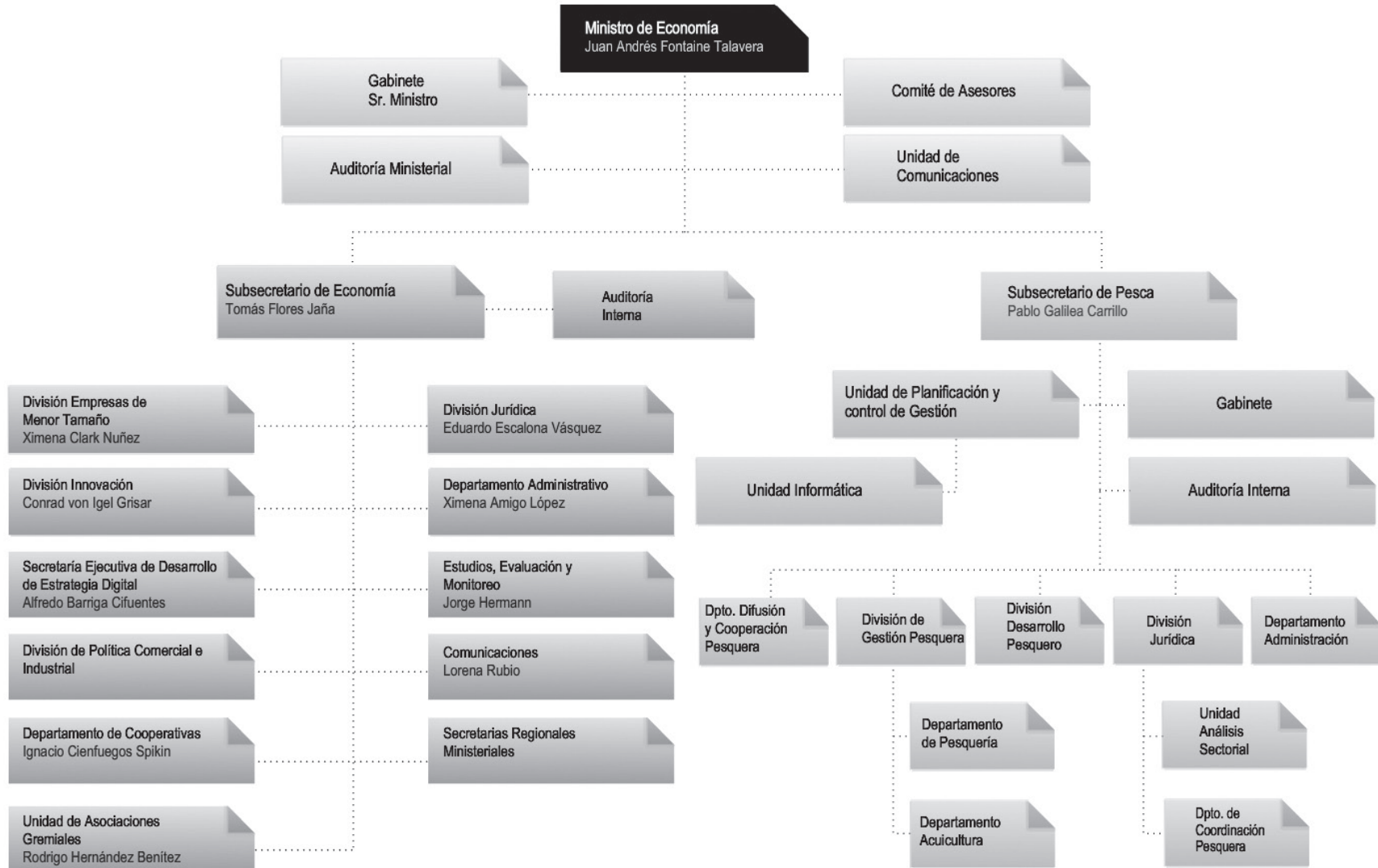
¿Cómo se implementa un proceso de innovación?

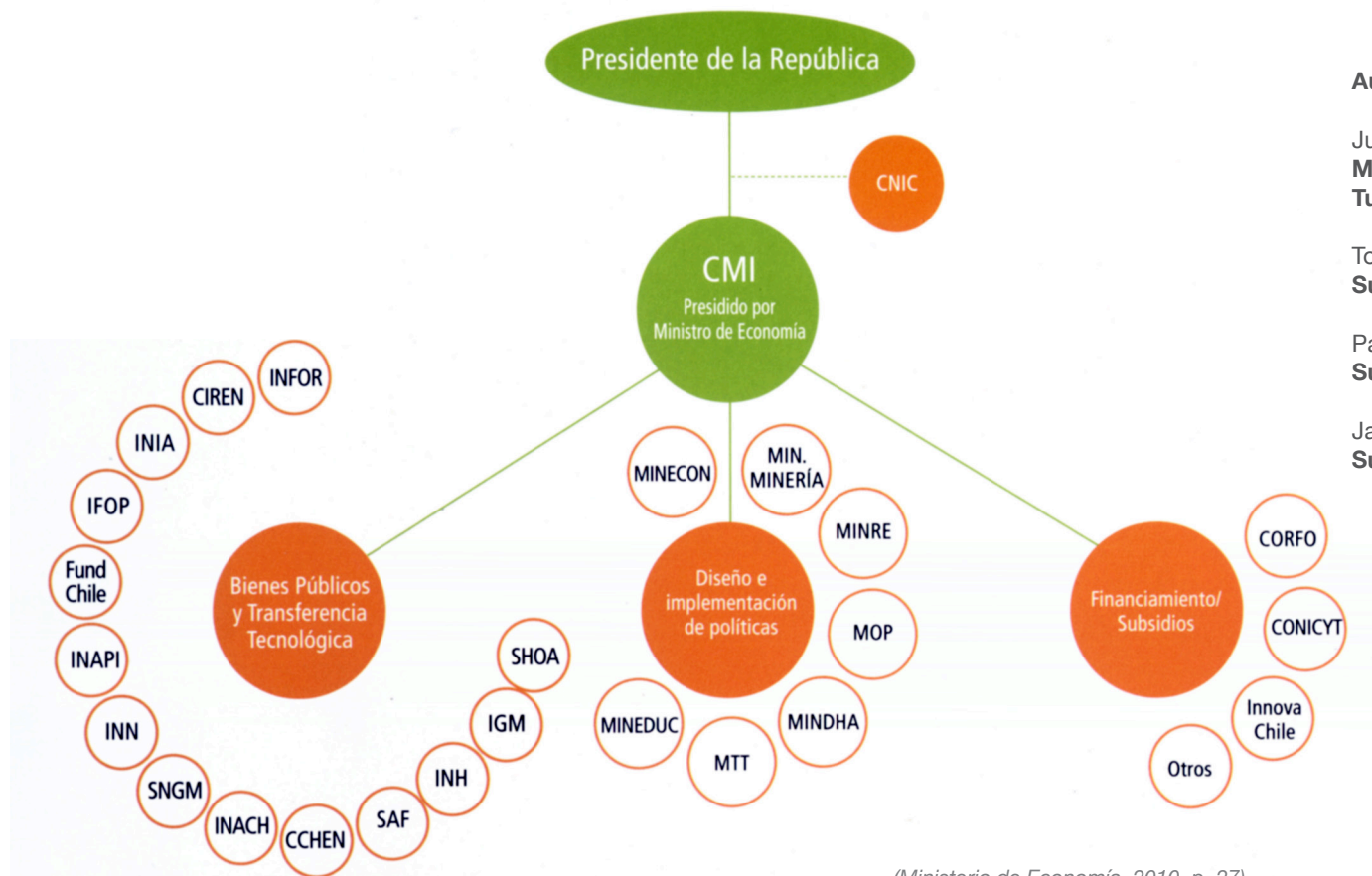


(Arias H., comunicación personal, 24 de Mayo de 2010). Ver anexo nº1.

I.8.2.2.1.1. Ministerio de Economía

Organigrama





Autoridades (Mayo 2010)

Juan Andrés Fontaine Talavera
Ministro de Economía, Fomento y Turismo

Tomás Flores Jaña
Subsecretario de Economía

Pablo Galilea Carrillo
Subsecretario de Pesca

Jacqueline Plass Wähling
Subsecretaria de Turismo

Rol ministerial

La Misión del Ministerio de Economía es promover la modernización y competitividad de la estructura productiva del país, la iniciativa privada y la acción eficiente de los mercados, el desarrollo de la innovación y la consolidación de la inserción internacional de la economía del país a fin de lograr un crecimiento sostenido, sustentable y con equidad, mediante la formulación de políticas, programas e instrumentos que faciliten la actividad de las unidades productivas del país y sus organizaciones corporativas y las instituciones relacionadas con el desarrollo productivo y tecnológico del país, tanto públicas y privadas, nacionales y extranjeras. (Ministerio de Economía, 2008)

(Ministerio de Economía, 2010, p. 27).

La responsabilidad de coordinar la aplicación de la Política Nacional de Innovación y la acción de los distintos actores del sistema recae en el Ministerio de Economía. Mientras el Ministerio de dicha cartera preside el CMI, la Subsecretaría materializa los acuerdos adoptados en dicha instancia y administra el Fondo Nacional de Innovación para la Competitividad (FIC).

De esta forma, las agencias ejecutoras proveen bienes públicos y ofrecen financiamiento a proyectos de emprendimiento innovador, I+D y transferencia tecnológica, y formación de capital humano. El quehacer de cada una de ellas busca crear un entorno propicio a la innovación en las empresas y en la sociedad. (Ministerio de Economía, 2010, p. 26).

Divisiones Ministeriales

División de Innovación

Es la encargada de coordinar a las distintas instituciones públicas vinculadas a la implementación de los planes y programas contenidos en la Política de Innovación, definida por el Comité de Ministros para la Innovación.

Jefe de División: Conrad Von Igel Grisar.

Jefe de la Unidad de Políticas de Innovación: Andrés Barriga.

Red de fomento

La red de fomento pone a disposición de los emprendedores una serie de herramientas y servicios para que lleven sus ideas a la práctica y tengan éxito en su negocio. En las distintas instituciones de la Red de Fomento, los emprendedores podrán encontrar información y orientación para su empresa.

Principios de la Política Nacional de Innovación

El Ministerio de Economía a través de su División de Innovación, ha tomado las orientaciones y recomendaciones estratégicas del CNIC, como base para la actual Política de Innovación. (Ministerio de Economía, 2010, p. 25).

1. Las Experiencias exitosas de innovación se explican por la integración y el trabajo en red de personas y organizaciones que cooperan y hablan un lenguaje similar.
2. Generar masas críticas y redes generadores de innovación implica profundizar la intervención pública en sectores y encadenamientos de alto potencial. Esto se traduce en instrumentos de fomento que operan bajo criterios de selectividad y neutralidad, a los cuales todos los actores tienen las mismas posibilidades de acceso.
3. Muchas regiones están rezagadas en cuanto a capacidades de investigación, desarrollo e innovación. De hecho nace la necesidad de aplicar algún grado de discriminación positiva hacia ellas.
4. Los criterios y procedimientos para la asignación de recursos deben ser oportunamente conocidos por los actores involucrados, de manera que puedan hacer valer sus puntos de vista. Sin transparencia el sistema no se legitima de cara a sus actores.
5. Se aspira a consolidar un sistema de innovación abierto e interconectado, y para ello las intervenciones de política deben diseñarse considerando el modo en que interactúan sus partes.
6. Así como cambian las preferencias de los consumidores, los modelos de negocios y los paradigmas científicos, el fortalecimiento de la innovación en Chile debe plasmarse en un sistema flexible y adaptable. (Ministerio de Economía, 2010, p. 28).

Base para la creación de Políticas Públicas de Innovación.

Para incrementar el número de empresas innovadoras, capaces de competir en los mercados internacionales en un plazo de cinco años, se han planteado tres objetivos específicos:



1. Fortalecer la provisión de factores y condiciones para la innovación, esto es, el capital humano, las capacidades de I+D y la transferencia tecnológica.
2. Fortalecer la institucionalidad pública, la vinculación entre los actores recién mencionados y la provisión de bienes públicos (aquellos que benefician a toda la comunidad y no son asumidos, dado su riesgo, por la empresa privada).
3. Promover una cultura innovadora al interior del Gobierno, en las empresas y en la sociedad, particularmente en el sistema educativo. (Ministerio de Economía, 2009, p. 15).

Finalmente se cita la producción de un nuevo texto que se prepara desde la división de innovación, de cara a las metas actualizadas del gobierno donde el jefe de innovación ha sido reemplazado por el actual, Sr. Andrés Barriga, quien reafirma los objetivos hacia una promoción del emprendimiento y la innovación. (Ver anexo n°2).

I.8.2.2.2. Internacional

I.8.2.2.2.1. Políticas Públicas de Diseño e Innovación

Número de Fuente	001
Nombre del Documento	Queensland Design Strategy 2020
Nombre Clave	QDS-2020
Autores	Queensland Governmen: Arts Queensland, Department of Education, Training and the Arts
Organismo Demandante	Queensland Governmen of Australia
Año	2009
Fuente Consultada	http://www.arts.qld.gov.au/policy/design2020.html
Abstract	<p>Guiding principles The QDS will be guided by the following principles: • good design is sustainable and responsible, and delivers positive economic, social and environmental outcomes • good design engages, supports and is accessible to all sectors of our community • good design will be a priority for the Queensland Government and industry • strong partnerships and a collaborative approach are needed for effective implementation.</p> <p>QDS 2008–2012 Action Plan The following action plan has been developed for the four-year period 2008–2012. Subsequent action plans will be developed for the QDS for the 2012–2016 and 2016–2020 periods.</p> <p>1: Strengthen the Queensland economy: Strategy: Improve the competitiveness of Queensland businesses through design. Strategy: Increase the capacity of Queensland designers to meet future demand. Strategy: Develop markets for Queensland design and architecture</p> <p>2: Foster a design culture: Strategy: Increase understanding, awareness and recognition of design and its value to our economy, culture, society and environment</p> <p>3: Build design knowledge and learning: Strategy: Improve creativity and design in education and learning at all levels. Strategy: Improve the availability of design research</p> <p>4: Support public sector innovation Strategy: Increase understanding and awareness of the value of design to the Queensland Government.</p>

Número de Fuente	002
Nombre del Documento	Nordic Design for a Global Market Policies for developing the design industry in the Nordic Region
Nombre Clave	NDFGM-PDINR
Autores	Dominic Power, Johan Jansson, Mark Lorenzen
Organismo Demandante	Nordic Council of Ministers Department of Cultural Policy
Año	2006
Fuente Consultada	http://www.nordicinnovation.net/prosjekt.cfm?id=1-4415-69
Abstract	<p>This report provides policy suggestions for how the design industry in the Nordic countries can be helped and supported.</p> <p>While the design industry is a cultural industry with many societal benefits beyond the purely economic, the report takes an economic standpoint. The measures it suggests are about how increased Nordic coordination of policies, and ultimately of the design industry itself, may enhance the economic effects of the industry.</p> <p>Design as an industry</p> <p>Above all the report is very narrowly focused on analysing design as an industry. While the process of designing is carried out by highly skilled people, often with artistic ambitions, these people are also employed in commercial firms, and the organization of these firms and their economic condition have profound effects on the quality and impact of design activities. Hence, the report uses analytical frameworks from business economics, institutional economics and economic geography to analyse and provide policy suggestions for the design industry. We make no attempt to analyse the trends and developments (of techniques, styles, and so on) within the design product.</p> <p>Nordic policies</p> <p>The policies suggested are explicitly Nordic in character and scope. While there are many measures that can be — and are — taken at national levels to enhance the economic effects of the design industries in the Nordic countries, we argue that there are significant synergies to be gained from coordinating policies across borders, and that the Nordic arena is a natural candidate for such coordination and cooperation.</p>

Número de Fuente	003
Nombre del Documento	DTI ECONOMICS PAPER NO.15 Creativity, Design and Business Performance
Nombre Clave	DTI-CDBP-2005
Autores	Department of Trade and Industry (DTI) Ahora llamado Department for Business, Innovation and Skills (BIS)
Organismo Demandante	Encargado por el Canciller of UK para el presupuesto de 2005
Año	2005
Fuente Consultada	http://www.bis.gov.uk/Policies/economics-statistics/economics/main-economics-papers
Abstract	<p>This report sets out the current state of knowledge on the economics of creativity and design and their role in driving business performance and productivity. It was commissioned by the Chancellor in his 2005 Budget. The Department of Trade and Industry undertook to carry out a study into the 'value and productivity impact of creativity and design in businesses, helping firms to identify how creativity can improve their performance'.</p> <p>Over recent years we have made considerable progress towards understanding what drives innovation and how Government can help businesses develop innovative products and services. Through work like the Innovation Report 2003 and the Lambert Review of University and Business Collaboration 2003, the Department and others across Government have recognised the central role of technology and science in innovation and the UK's long-term economic growth. Two notable policy responses have been the 10 Year Science and Innovation Framework and the Tax Credit for Research and Development.</p> <p>This analysis brings an additional perspective to our understanding of innovation and firm performance by focusing in particular on the roles of creativity and design. UK scientists are highly creative, leading the world in citations and papers per head of population. The creative industries account for 8 per cent of the UK economy and a rising share of exports. We need to ensure all businesses across all sectors are thinking more creatively about the challenges they face and making more effective use of design.</p> <p>We see this report as a starting point for debate on how best to promote greater creativity and design across UK businesses and Government.</p>

Número de Fuente	004
Nombre del Documento	DesignDenmark
Nombre Clave	DD-2007
Autores	The Danish Government
Organismo Demandante	The Danish Government
Año	2007
Fuente Consultada	http://www.deaca.dk/danish_design
Abstract	<p>Denmark restored to the international design elite</p> <p>Good design is an increasingly important means for businesses to hold their own in international competition. Design has the power to make products and services more attractive to customers and users, so they are able to sell at a higher price by being differentiated from the competition by virtue of new properties, values and characteristics.</p> <p>The Government's vision for Danish design</p> <p>The Government's vision is for Denmark to be restored to the international design elite. Danish design is founded on a strong tradition conveyed by the original native synonym for 'design': 'formgivning', as in form-giving: in its purest sense, creating artifacts – be they chairs, televisions or wind turbines – with regard for their functionality and aesthetic. A continued development of Danish design should be based on that foundation. Design should be instrumental in turning Denmark into a nation brimming with ideas, inventions and advances that can be realized as exports and jobs.</p> <p>A better functioning market for design services</p> <p>The Government aims for Danish companies to be among the best at making the most of and working with design. In order to increase corporate sector use of design it is crucial to have a well-functioning market for design services.</p>

Número de Fuente	005
Nombre del Documento	Estrategia Nacional de Ciencia y Tecnología (ENCYT).
Nombre Clave	ENCYT-2007
Autores	FECYT (Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología)
Organismo Demandante	Administración General del Estado Español
Año	2007
Fuente Consultada	http://www.plannacionalidi.es/plan-idi-public/
Abstract	<p>ENCYT constituye el marco de principios y objetivos generales, ampliamente compartidos, a partir de los cuales han de elaborarse los futuros Planes Nacionales y Regionales de I+D.</p> <p>La iniciativa de la elaboración de dicha estrategia surge como resultado de la experiencia de los sucesivos Planes Nacionales desarrollados hasta el momento y de los resultados de la iniciativa INGENIO 2010 que ha supuesto un impulso importante a la ciencia y la tecnología en España</p> <p>La ENCYT se ha elaborado con la participación de los actores del sistema español de Ciencia y Tecnología, con representación de la Administración General del Estado (AGE), las Comunidades Autónomas (CCAA), los ejecutores de la I+D+I (científicos y tecnológicos), los agentes sociales (sindicatos y patronal), etc. Una vez acordada en la Comisión Interministerial de Ciencia y Tecnología (CICYT) y en la Conferencia de Presidentes de las CCAA de enero de 2007, la ENCYT se convierte en un elemento de consenso y vertebración de las políticas de ciencia y tecnología de España, sentando las bases para el establecimiento de un marco de mayor cooperación, en materia de I+D, entre la AGE y las CCAA.</p> <p>Los tres principios básicos son:</p> <ul style="list-style-type: none"> Poner la I+D+I al servicio de la ciudadanía, del bienestar social y de un desarrollo sostenible, con plena e igual incorporación de la mujer. Hacer de la I+D+I un factor de mejora de la competitividad empresarial. Reconocer y promover la I+D como un elemento esencial para la generación de nuevos conocimientos.

I.8.2.2.2. Organizaciones no Gubernamentales

Número de Fuente	006
Nombre del Documento	Políticas públicas de Sociedad de la Información en América Latina: ¿una misma visión?
Nombre Clave	PPenAL-2010
Autores	Massiel Guerra, Valeria Jordán
Organismo Demandante	Naciones Unidas
Año	2010
Fuente Consultada	http://www.cepal.org/SocInfo
Abstract	<p>Para los países de la región, el llevar a cabo políticas públicas en el ámbito de las TIC, ha constituido un proceso de aprendizaje, que con más o menos altibajos continúa hasta el día de hoy. Esta tarea implica la maduración y reformulación de las políticas tradicionalmente concebidas, para hacer frente a una temática altamente dinámica, que impone retos a la gestión e institucionalidad pública, y que es afectada por distintos factores, tanto endógenos como exógenos a dicho proceso.</p> <p>A fin de comprender cómo se ha dado este fenómeno en la región, en la primera parte de este documento se identificarán las razones por las cuales las TIC son un objetivo de política pública, ilustrando la situación de la región en términos de las brechas existentes entre América Latina y los países desarrollados de Europa, así como también al interior de los países. Posteriormente se identificarán los principales elementos que distinguen una política TIC, dadas las particularidades de la temática, que alejan estas políticas de los diseños tradicionales, para culminar la primera sección con la identificación de los determinantes del avance de las agendas digitales en la región. En la segunda parte se describe el grado de desarrollo en la implementación de estas políticas en los países de la región -con la incorporación de España y Portugal- identificando distintos niveles de esfuerzo para impulsar acciones en TIC, como son las agendas digitales propias de los países y el Plan de Acción regional para América Latina y el Caribe ELAC. Se procede a identificar distintos elementos que permiten su caracterización, mismos que se consideran para un posterior análisis comparativo.</p>

Número de Fuente	007
Nombre del Documento	Manual de OSLO 3era Edición
Nombre Clave	MD-OSLO
Autores	OCDE y Eurostat
Organismo Demandante	Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE)
Año	2005
Fuente Consultada	http://www.oei.es/salactsi/oslo3.htm
Abstract	<p>El Manual de Oslo, trata desde su primera edición de recoger un marco conceptual y metodológico para la recopilación e interpretación de indicadores y datos relacionados con la ciencia, la tecnología y la innovación.</p> <p>El Manual de Oslo es la primera fuente internacional de directrices para la recogida y uso de datos sobre las actividades de innovación en la industria.</p> <p>El Manual de Oslo se ha actualizado para recoger los progresos hechos en el área del proceso de innovación. Una de las principales razones que impulsaron la actualización fue la necesidad de ampliar las directrices y recomendaciones a ramas de servicios. Además, por primera vez, el Manual se adentra en el área de innovación no tecnológica, que tiene un peso importante en la innovación total de este sector. Por tanto, la mayoría de los cambios que este Manual ha sufrido se encaminan a cubrir la inminente necesidad de medir los factores de innovación que no están directamente relacionados con la I+D. Entre dichos cambios destacan:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Revisión y ampliación de la definición de la innovación, para incluir dos nuevos tipos: innovaciones de marketing y organizacionales. - Medición de las actividades de innovación, con dos nuevos tipos: preparativos para innovaciones de marketing y preparativos para innovaciones organizativas - El papel que las relaciones externas de la empresa (denominadas Capital Relacional en el marco teórico del Capital Intelectual) juegan en el proceso de innovación

Número de Fuente	008
Nombre del Documento	About ICOGRADA
Nombre Clave	MISSION, VISION AND VALUES
Autores	ICOGRADA
Organismo Demandante	n.e.
Año	2010
Fuente Consultada	http://www.icograda.org/about/about/articles146.htm
Abstract	<p>Icograda is the world's non-partisan and non-governmental representative and advisory international body for communication design. While taking into account institutional, cultural and social differences throughout the world, Icograda serves the worldwide community by aiming to:</p> <ul style="list-style-type: none"> • represent the interests of professional communication designers in a responsible manner, within the broader design community; • define and increase awareness of professional standards and best practices governing communication design practice; • advance the best interests of humanity and the ecology, through design; • foster recognition and respect of design by individuals, clients, and society at large, as a valued and vital profession; • facilitate knowledge management; • facilitate cooperation amongst organisations of designers, and allied institutions; • support the development of communication design education (theory, practice, and research). <p>The vision, mission and core values of the council are collectively embodied in the statement 'leading creatively' and manifested through our Members' diverse activities to use design as a medium for progressive change.</p>

Número de Fuente	009
Nombre del Documento	About Design 21
Nombre Clave	Our Mission
Autores	Design 21
Organismo Demandante	n.e.
Año	2008
Fuente Consultada	http://www.design21sdn.com/design21/about
Abstract	<p>Our Mission DESIGN 21: Social Design Network’s mission is to inspire social consciousness through design. We connect people who want to explore ways that design can positively impact our communities – ways that are thoughtful, informed, creative and responsible.</p> <p>What do we want? Social Design! <i>What is Social Design?</i> It’s design for the greater good. We want to use the power of good design for greater purpose. We believe the real beauty of design lies in its potential to improve life. That potential first manifests itself as a series of decisions that result in a series of consequences. The practice of social design considers these decisions on a greater scale, understanding that each step in the design process is a choice that ripples out into our communities, our world and our lives. These choices are the result of informed ideas, greater awareness, larger conversations and, most importantly, the desire to do good. Social design is design for everyone’s sake.</p> <p>United Social Themes Partnering with UNESCO means being an active contributor to the goals of the United Nations. To help us do that, we’ve adopted UNESCO’s social themes to better define areas we can aid through social design. Think about how your causes or your projects fit into the following:</p> <p>EDUCATION: literacy, educational resources, education for all AID: emergency relief, medical and humanitarian aid POVERTY: extreme poverty, urban poverty, homeless COMMUNITY: gender and race equality, community development and welfare, sports ENVIRONMENT: habitats, sustainable development, biodiversity, water, climate change, natural disaster reduction COMMUNICATION: freedom of expression, access and understanding of media and the internet, media development ARTS & CULTURE: protection of cultural diversity, art as empowerment PEACE: human rights, genocide, conflict resolution WELL-BEING: health, disease, disability</p>

I.8.2.3. CONTEXTO SOCIAL Y CULTURAL DE LA INNOVACIÓN

“For the first time in human history, the basic logic of our economy dictates that further economic development requires the further development and use of human creative capabilities. The great challenge of our time is to find ways to tap into every human’s creativity.”

Así lo dice Richard Florida y explica en su libro “The Rise of the Creative Class” (2003), la importancia de los sectores de trabajo que están relacionados con los que él llama las Clases Creativas. Estas son:

- Profesionales Creativos – Estos profesionales son los clásicos trabajadores del conocimiento, e incluyen a los que trabajan en la medicina, negocios y finanzas, el sector legal, y la educación.
- Núcleo Súper-Creativo – Estos trabajadores incluyen a los científicos, ingenieros, profesores, innovadores, e investigadores, como también a los artistas, diseñadores, escritores y músicos.

Florida, entiende la importancia de esta clase creativa, y se sustenta a través de la producción en la economía que ésta ejerce en los EE.UU., es más él pone de manifiesto cifras:

Even though the Creative Class represents only a third of the workforce, they earn more than \$2.1 trillion dollars - 50 percent of all wages and salaries in the United States. This total represents as much as the manufacturing and service sectors combined.

In addition, the Creative Class controls nearly 70 percent - almost \$500 billion - of the discretionary income (buying power) in the U.S. This is more than double that of the manufacturing and service sectors combined.

Adicionalmente Florida, nos describe con bastante precisión quienes son los integrantes de esta clase creativa:

...He is a member of what I call the creative class: a fast-growing, highly educated, and well-paid segment of the workforce on whose efforts corporate profits and economic growth increasingly depend. Members of the creative class do a wide variety of work in a wide variety of industries---from technology to entertainment, journalism to finance, high-end manufacturing to the arts. They do not consciously think of themselves as a class. Yet they share a common ethos that values creativity, individuality, difference, and merit....

The distinguishing characteristic of the creative class is that its members engage in work whose function is to “create meaningful new forms.” The super- creative core of this new class includes scientists and engineers, university professors, poets and novelists, artists, entertainers, actors, designers, and architects, as well as the “thought leadership” of modern society: nonfiction writers, editors, cultural figures, think-tank researchers, analysts, and other opinion-makers. Members of this super-creative core produce new forms or designs that are readily transferable and broadly useful---such as designing a product that can be widely made, sold and used; coming up with a theorem or strategy that can be applied in many cases; or composing music that can be performed again and again.

Beyond this core group, the creative class also includes “creative professionals” who work in a wide range of knowledge-intensive industries such as high-tech sectors, financial services, the legal and healthcare professions, and business management. These people engage in creative problem-solving, drawing on complex bodies of knowledge to solve specific problems. Doing so typically requires a high degree of formal education and thus a high level of human capital. People who do this kind of work may sometimes come up with methods or products that turn out to be widely useful, but it’s not part of the basic job description. What they are required to do regularly is think on their own. They apply or combine standard approaches in unique ways to fit the situation, exercise a great deal of judgment, perhaps try something radically new from time to time.

Much the same is true of the growing number of technicians and others who apply complex bodies of knowledge to working with physical materials. In fields such as medicine and scientific research, technicians are taking on increased responsibility to interpret their work and make decisions, blurring the old distinction between white-collar work (done by decisionmakers) and blue-collar work (done by those who follow orders). They acquire their own arcane bodies of knowledge and develop their own unique ways of doing the job. Another example is the secretary in today’s pared-down offices. In many cases this person not only takes on a host of tasks once performed by a large secretarial staff, but becomes a true office manager---channeling flows of information, devising and setting up new systems, often making key decisions on the fly. These people contribute more than intelligence or computer skills. They add creative value. Everywhere we look, creativity is increasingly valued. Firms and organizations value it for the results that it can produce and individuals value it as a route to self-expression and job satisfaction. Bottom line: As creativity becomes more valued, the creative class grows. (Florida, 2002)

I.8.3. PLANTEAMIENTO DE UN PERFIL DE INVESTIGACIÓN

Selección de principales líneas de pensamiento, programas de investigación, modelos discursivos, paradigmas historiográficos, teorías o tesis de autor, etc.

I.8.3.1. INNOVACIÓN

Innovar.

(Del lat. innovāre).

1. tr. Mudar o alterar algo, introduciendo novedades. (Real Academia Española, 2011)

I.8.3.1.1. Schumpeter y la Destrucción Creativa

Schumpeter propone que el punto esencial del capitalismo, se traduce en un proceso evolutivo, así “es por naturaleza, una forma o método de transformación económica y no solamente no es jamás estacionario, sino que no puede serlo nunca.” (Schumpeter, 1968, p. 120).

El impulso fundamental que pone y mantiene en movimiento a la máquina capitalista procede de los nuevos bienes de consumo, de las nuevas formas de producción, de transporte, de los nuevos mercados, de las nuevas formas de organización industrial, etc.

En general se entiende que la historia económica capitalista experimentó un proceso de transformación cualitativa, y no por casualidad, sino a través de una historia de revoluciones “...ilustran el proceso de mutación industrial ... que revoluciona incesantemente la estructura *económica desde dentro*, destruyendo ininterrumpidamente lo antiguo y creando continuamente elementos nuevos. Este hecho de destrucción creadora constituye el dato de hecho esencial del capitalismo.” (Schumpeter, 1968, p.120-121).

Así, lo anterior, cambia completamente el panorama acerca del precio, métodos de producción y formas de organización industrial como los factores más importantes de este modelo. Lo que cuenta en verdad es la aparición de artículos nuevos, de una técnica nueva, etc. De acuerdo con Schumpeter (1968) “la competencia que da lugar a la superioridad decisiva en el costo o en la calidad y que ataca no ya a los márgenes de los beneficios y de la producción de las empresas existentes, sino a sus cimientos y su misma existencia.” (p. 122).

Como conclusión Schumpeter (1968) propone que “la gran mayoría de los bienes de consumo nuevos

–especialmente todos los accesorios de la vida moderna- se introducen primeramente de una forma experimental e insatisfactoria, sin la cual nunca podrían conquistar sus mercados potenciales.” (p. 132) elemento que estará siempre presente y que caracteriza el riesgo de la creación de innovación.

I.8.3.1.2. Los 5 casos de innovación.

Schumpeter establece cinco casos de innovación (Schumpeter, 1944):

- La introducción de un nuevo bien.
- La introducción de un nuevo método de producción o comercialización de bienes existentes.
- La apertura de nuevos mercados.
- La conquista de una nueva fuente de materias primas.
- La creación de un nuevo monopolio.

I.8.3.1.3. Innovación No es Casualidad.

Por innovación se entiende traer al mundo algo nuevo, que no existía. La innovación no es simplemente casualidad, sino que está rigurosamente controlada como investigación sistémica.

“El término creatividad, está grabado de su derivación histórica del discurso teórico sobre el arte. En el campo del diseño industrial y gráfico, es más oportuno hablar de innovación.” (Bonsiepe, 1998, p. 34)

I.8.3.1.4. Los factores que inciden en el nuevo desarrollo económico.

Richard Florida, quien ya nos señaló lo que está ocurriendo y quienes lo están haciendo, plantea además sus 3T del desarrollo económico, que sustentan su investigación:

Talent, Technology, and Tolerance - represent what I call the 3T's of economic development. The 3T's approach represents a comprehensive strategy for organizations, cities, regions and countries to compete and prosper in the creative age.

Talent: The driving force behind any effective economic strategy is talented people. We live in a more mobile age than ever before. People, especially top creative talent, move around a lot. A community's ability to attract and retain top talent is the defining issue of the creative age.

Technology: Technology and innovation are critical components of a community or organization's ability to drive economic growth. To be successful, communities and organizations must have the avenues for transferring research, ideas, and innovation into marketable and sustainable products. Universities are paramount to this, and provide a key hub institution of the creative age.

Tolerance: Economic prosperity relies on cultural, entrepreneurial, civic, scientific, and artistic creativity. Creative workers with these talents need communities, organizations, and peers that are open to new ideas and different people. Places receptive to immigration, alternative lifestyles, and new views on social status and power structures will benefit significantly in the creative age.

Some people complain that tolerance is too benign of a term. In *Flight of the Creative Class*, I define it as proactive inclusion.

Since the publishing of *The Rise of the Creative Class*, some researchers and economic development practitioners have offered a fourth T - territory assets.

Territory Assets: More than ever before, place matters. Territory assets are the natural, built, and psychological settings of the community. It is the distinct “vibe” that makes communities unique from one another. People want to live in communities that are unique and inspiring to them. (Florida, R. (n.f.). desde http://www.creativeclass.com/richard_florida/media.php.)

1.8.3.1.5. Capitalismo cognitivo

Una introducción al concepto del capitalismo cognitivo:

En efecto, nuestra hipótesis es que la crisis actual del desarrollo debe ser cotejada con la crisis del capitalismo industrial y con la transición hacia lo que podemos calificar como capitalismo cognitivo. Por este concepto se designa el desarrollo de una economía basada en la difusión del saber y en la que la producción de conocimiento pasa a ser la principal apuesta de la valorización del capital.

En esta transición, la parte del capital inmaterial e intelectual, definida por la proporción de trabajadores del conocimiento —knowledge workers— y de las actividades de alta intensidad de saberes —servicios informáticos, I+D, enseñanza, formación, sanidad, multimedia, software— se afirma, en lo sucesivo, como la variable clave del crecimiento y de la competitividad de las naciones.

Esta evolución camina a la par con otras tres mutaciones mayores, que tienen un impacto crucial sobre la reestructuración de lo que se ha convenido en llamar relación Norte- Sur y sobre la elaboración de una estrategia de salida del subdesarrollo frente al capitalismo cognitivo:

- La primera, está ligada a los límites ecológicos del crecimiento industrial, que invierten la positividad de éste último —la producción en masa como lucha contra la escasez— en una fuerza de destrucción. Se advierte, de golpe, que la crisis ecológica hace inconcebible una extensión planetaria del paradigma industrial de desarrollo.

También conduce a otorgar un alcance universal a los saberes tradicionales de las comunidades campesinas que se oponen a la lógica del monocultivo impuesta por la revolución verde, y más tarde por la revolución biotecnológica.

- La segunda, viene caracterizada por la puesta en marcha de una nueva DIT (División Internacional del Trabajo) fundada sobre principios cognitivos y en la que la regulación se apoya en los nuevos acercamientos del saber y en la captación de lo cognitivo en provecho de lo financiero.

- La tercera, tiene que ver con la tendencia hacia la constitución del Imperio y el declive del Estado-nación en tanto que espacio y palanca esencial de una estrategia de desarrollo susceptible de determinar un proceso de cambio social. (Vercellone, 2004, p. 66)

¹ K. Marx, en *Elementos fundamentales para la crítica de la economía política (Grundrisse) 1857-1858*, Madrid, Siglo XXI, 1997.

I.8.3.1.6. Economía del conocimiento y desarrollo sostenible

La actual «crisis de mutación» del capitalismo impone el paso hacia un concepto de desarrollo sostenible concebido como la constitución de una sociedad de la «democracia y de la cooperación de los saberes», en la que, para decirlo en las palabras de K. Marx en los Grundrisse¹, el «principal capital fijo pasa a ser el hombre mismo».

Tres tesis principales apuntalan esta concepción general del desarrollo:

1. Las crisis ecológicas locales y globales muestran que los saberes colectivos de las comunidades campesinas «que han permitido la evolución y la protección de la biodiversidad deben ser reconocidos, considerando que sus saberes no son ya primitivos sino que por el contrario pertenecen al futuro». Este sector tradicional, cuando ya no existe, debe ser creado ex novo, como sucede hoy en Europa con los métodos de agricultura y de cría biológicos. La sinergia y la hibridación entre los saberes tradicionales y la investigación en nuevas técnicas que ahorren energía, se encuentran en el corazón de un paradigma tecnológico sostenible, economizando el «factor tierra» y asegurando tanto el respeto a la biodiversidad como a la pluralidad de saberes de las multitudes.

² *S1: sector industrial de bienes de equipo, S2: sector de bienes de consumo de masas.*

³ *Estado del bienestar es un concepto de las ciencias políticas y económicas con el que se designa a una propuesta política o modelo general del Estado y de la organización social, según la cual el Estado provee ciertos servicios o garantías sociales a la totalidad de los habitantes de un país.*

2. En lo sucesivo, la producción de conocimientos o de medios de conocimiento debe ser considerada, más que los sectores de bienes de consumo y de capital material, como el tercer y principal sector productivo. De él depende el ritmo de desarrollo y la posibilidad de una inserción no subalterna en la nueva DIT. Este potencial es, a su vez, tributario del grado de desarrollo de instituciones colectivas que aseguren el libre acceso al saber y a la formación de una intelectualidad difusa. El papel antiguamente desarrollado por el capital fijo en el marco de una política de salida del subdesarrollo es en lo sucesivo reemplazado por el papel motor de las inversiones inmateriales —sanidad, educación, investigación, infraestructuras informacionales y sociales— que permitan la dilatación de la economía del conocimiento.

3. La tesis según la cual el desarrollo implica, al menos en su fase inicial, una profundización de las desigualdades para favorecer la acumulación en detrimento del consumo inmediato pierde toda justificación teórica por dos razones principales: a) la reducción de las desigualdades es una condición esencial de la difusión del saber y del impulso de una economía del conocimiento; b) por su naturaleza, las inversiones inmateriales confunden la distinción tradicional entre bienes de consumo y bienes de equipo, se presentan a la vez como producción y como consumo colectivo.

En resumen, en un plano estrictamente económico, el antiguo objetivo del desarrollo —basado sobre la relación entre S1/S2²— sería reemplazado y/o subordinado al objetivo prioritario de la creación de una articulación coherente entre el sector intensivo en conocimiento —que designaremos como S5 y que comprende también los sectores colectivos del welfare³— y la renovación del sector denominado tradicional —que lo designaremos como S6.

Tenemos así las condiciones para un desarrollo sostenible cuya realización rebasa sin embargo la capacidad de innovación y de autonomía de cada territorio. Esta realización implica la ruptura con la actual regulación neoliberal de la DIT fundada en los «cercamientos» del saber y en la captación de lo cognitivo en provecho de lo financiero.

Desde este punto de vista, la crisis actual se presenta en bastantes de sus aspectos como la primera «gran crisis» de regulación del capitalismo cognitivo. Una «crisis de mutación» que como hace explícito el último informe del Banco Mundial, muestra la imposibilidad del actual régimen de crecimiento para asegurar la «cohesión y la preservación de los recursos naturales»

La salida de esta gran crisis, como enseña la historia de otras grandes crisis que ha atravesado el capitalismo, está indeterminada, ligada al juego de una compleja dinámica de conflictos e innovación. Tiene, sin embargo, el mérito de mostrar, detrás de la miseria del presente, toda la riqueza de posibles. (Vercellone, 2004, p. 70)

I.8.3.2. EL DISEÑO EN LA ACTUALIDAD

El diseño está presente en el mundo constituyéndose como un aspecto cotidiano y familiar en la vida de las personas. Esta situación nos ha llevado a una falta de reflexión sobre su aplicación proyectual en sus productos, como menciona Bonsiepe (2011) en su discurso en la UAM 2011:

El diseño está presente en los artefactos materiales y comunicacionales en tal grado que los consideramos como *taken for granted*, comparable al oxígeno en el aire. Es la familiaridad con su presencia la que a veces, dificulta distanciarse del mundo de los artefactos y tomar conciencia que todos son resultados de actos proyectuales. (p.1)

Y además declara como el diseño tiene por función general, la reducción de la complejidad tanto en el uso de los artefactos como la de otorgar información de manera más transparente. Se detiene especialmente en el diseño de medios interactivos:

Esto vale particularmente para el diseño interactivo de medios digitales que puede, mediante el uso apropiado de recursos visuales, auditivos y de animación, aportar a la asimilación de conocimientos. Este campo, relativamente nuevo, de diseño exige la formación de capacidades cognitivas, que no siempre han sido favorecidas por los programas de enseñanza del diseño debido a la existencia de corrientes anti-intelectuales. Solamente la formación de capacidades cognitivas permitirá al diseñador enfrentar el contenido, la cuestión central de los medios digitales. (p. 3)

Por otra parte Bonsiepe hace referencia a la mirada errada que tienen las empresas de fundamentar y apoyar el uso del diseño como un *accidens*, señalando que el diseño no puede ser un agregado a nada “pues está intrínseco a cada artefacto. Es *essentia*.” (Bonsiepe, 2011, p. 4)

I.8.3.2.1. El Diseño y la Sociedad

La relación que tiene el diseño y la sociedad, empieza a tener relevancia en la academia como una forma de impulsar la investigación, pero Bonsiepe (2011) también entiende esta relación como el fin que debe entregar el diseño:

Recién ahora el apremiante problema del desempleo y de la inclusión/exclusión entran en el horizonte de las preocupaciones del diseño. Relacionar el diseño con problemáticas sociales, provoca una vehemente reacción por parte de los defensores del status quo que adhieren a la idea de un diseño socialmente neutro o aséptico. Critican como aberrante e ingenua la esperanza puesta en el diseño como componente activo en la dinámica social, pero sería ciego escamotear y desestimar los efectos sociales de las actividades proyectuales. (Bonsiepe, 2011, p. 6).

El diseño tiene una función imprescindible que es integrar la ciencia y la tecnología en la vida cotidiana de una sociedad, concentrándose en la zona intermedia entre producto o información y usuario – lo que he llamado con el préstamo conceptual de la informática «diseño de interfaces». De esta manera el diseño contribuye – en la formulación del poeta Bertold Brecht sobre la literatura – a hacer más habitable el mundo de los artefactos materiales y simbólicos. (Bonsiepe, 2011, p. 8).

La importancia del usuario como pilar esencial del estudio y desarrollo del diseño es de tal forma que “Some design researchers have even argued that without the user, design does not exist.” (Almqvist y Lupton, 2010, p. 3)

Hoy en día el diseñador es visto por la sociedad como un actor parte de un modelo de producción que se acerca peligrosamente a cuestionar la sustentabilidad del mismo, por ello el diseñador hoy en día tiene la posibilidad de ser parte de un cambio o simplemente no aprovecharlo, así lo identifica Nicola Morelli (2011):

When industrial production models—and the development model they supported—have been identified as one of the most critical nodes in the question of sustainability, designers have been seen as part of the problem and perceived the urgency to change their perspective, methods, and role. Because of the public perception of design action, which associates design with material and large-scale production, and because of the urgency of the question of sustainability, the choice for designers is either to embrace and cultivate new perspectives for their work or to be marginalized as secondary actors in the development of more sustainable strategies. The former implies that designers reframe their skills and competencies in view of a sustainable perspective. The second case, while not requiring significant changes in the design profession, implies that designers will not be able to seize the opportunities offered by the broad socioeconomic change suggested by the question of sustainability. (p. 90)

En los nuevos ambientes sociales el diseñador tiene hoy una importante misión al tener que articular la comunicación que se necesita en la actualidad, Margolin (2011) plantea que así como los diseñadores de productos, los diseñadores gráficos deben aprender a comunicar información valiosa en situaciones complejas, como desastres naturales, amenazas a la seguridad nacional, etc., pues las agencias políticas y sociales buscan poder comunicar a enormes grupos de personas para explicar servicios, reglas y directrices a un ritmo creciente.

La evolución de las capacidades y productos que el diseñador ha tenido durante toda su historia, son hoy útiles para afrontar nuevos desafíos comunicativos para el bien social:

At one time graphic design was used primarily for the promotion of commerce, but today social communication is the central challenge for graphic designers and this necessitates well-developed principles of information design, social interaction and semantics.

Expertise in persuading consumers to purchase products is highly developed, and now persuasive skills must be applied to promoting positive social behaviour, such as ethnic and racial tolerance, energy conservation and environmental citizenship. Encouraging behavioural change has, in fact, become one of the greatest tasks of the graphic designer.

The cultivation of formal judgment — the use of typography, organisation of information, creation of symbols and logotypes — must be taught as means of social communication rather than simply as aesthetic technique. This is not to denigrate the typographic sophistication of classic Swiss design or the symbolic power of Polish posters, but rather to emphasise that visual technique has a social purpose.

The cultivation of visual technique and clear symbols may also facilitate the adaptation of languages with a limited number of speakers to new electronic media. This entails a move from verbal to visual to digital — transcribing speech into alphabets and adapting alphabets to digital forms. Access to the Internet in one’s own language should be universal. (Margolin, 2011, p. 106)

I.8.3.2.2. La Enseñanza del Diseño

Según El Consejo Internacional de Asociaciones de Diseño Gráfico (ICOGRADA), que durante este año han desarrollado su Manifiesto 2011, y en él se encuentra el apartado “El futuro de la enseñanza del Diseño”, podemos tener una buena aproximación a los desafíos más relevantes de la enseñanza del diseño:

1. Inculcar una mentalidad sensible y crítica, y alimentar una actitud autorreflexiva, más la habilidad de adaptarse y evolucionar con el apoyo de herramientas y métodos de aprendizaje innovadores para la comunicación y la colaboración.
2. Incluir las siguientes dimensiones: imagen, texto, contexto, espacio, movimiento, tiempo, sonido e interacción.
3. Producir modelos para la comunicación transcultural e interdisciplinaria y para la colaboración del mercado global con la industria, los usuarios, otras disciplinas de diseño y los interesados.
4. Integrar teoría, historia, crítica, investigación y administración para incrementar la producción de conocimientos de diseño con el objetivo de enriquecer la innovación y la eficacia con respecto a factores ambientales y humanos.
5. Enseñar métodos de investigación cuantitativos y cualitativos (por ejemplo etnografía) para definir y solucionar problemas.
6. Motivar la práctica profesional con resultados que aporten nuevos conocimientos al discurso interdisciplinario.
7. Preparar a los estudiantes para el cambio tecnológico, ambiental, cultural, social y económico. Con ese fin, debe evolucionar de proyectos generados por el profesor hacia una definición más participativa de los problemas, que permita a los estudiantes abordar democráticamente sus propios intereses y modos de aprendizaje con proyectos iniciados por los propios estudiantes.
8. Promover la curiosidad intelectual y un compromiso con el aprendizaje a lo largo de la vida en estudiantes de todos los niveles, incluso los de pre-universitario. A través de programas de ayuda social, la enseñanza del diseño debe diversificar la profesión y crear oportunidades para que las minorías sean escuchadas. También debe suministrar nuevos programas de aprendizaje permanente a los profesionales que están cada vez más necesitados de actualizar sus habilidades y de entrenarse en métodos de investigación.
9. Imbuir en los estudiantes un sentido de responsabilidad personal hacia el impacto ambiental y social de su práctica. (Pujol y Valladolid, 2011, p. 44)

El curriculum del diseñador gráfico está cambiando hacia el futuro, “What does this mean for the graphic design curriculum of the future? The graphic designer must become a cosmopolitan — someone comfortable moving within different cultures, recognising social cues, and facilitating action through graphic communication.” (Margolin, 2011, p. 105)

La necesidad de tener la capacidad de aprender sobre la cultura visual global, sociología, antropología, semiótica y su teoría, son las bases para el desarrollo que se requiere. “In short, the graphic designer must understand people and their cultural milieus.”(p. 105)

En el punto anterior se habla de la necesidad del diseñador de poder comprender y entender las distintas necesidades y soluciones para una cultura global y conectada con las personas, pero todo ello es posible gracias al uso de la tecnología y conectividad actual, donde el diseñador debe estar preparado para usarla a su favor como

I.8.3.2.3. Diseño y Tecnología

parte natural de la disciplina:

Las novísimas tecnologías (por ejemplo, la realidad aumentada, el smartphone y las redes sociales) han ampliado el modo en que los diseñadores se manifiestan, que ahora incluye expresiones intersensoriales: elementos visuales, auditivos, somatosensoriales, olfativos y/o gustativos. La norma vigente es entregar contenido multiplataforma.

Los rápidos progresos en las tecnologías de la información y la comunicación han globalizado el contexto profesional del diseño y han tendido puentes sobre segmentos culturales a través de redes sociales, a pesar de las eternas barreras del idioma. (Pujol y Valladolid, 2011, p. 43)

I.8.3.3. SUSTENTABILIDAD

sustentar.

(Del lat. sustentāre, intens. de sustinēre).

1. tr. Proveer a alguien del alimento necesario. U. t. c. prnl.

2. tr. Conservar algo en su ser o estado.

3. tr. Sostener algo para que no se caiga o se tuerza. U. t. c. prnl. (Real Academia Española, 2011).

“sustentable, proviene del vocablo sustentar o más propiamente auto-sustentar, y se refiere a un proceso que no necesita de fuentes o recursos externos para mantenerse.

Para ser auto-sustentable se requiere que las sociedades logren la autosuficiencia sin depender de recursos externos” (Flores, 2008).

Según estas definiciones se puede definir que al hablar de auto-sustentabilidad económica, un proyecto, institución o cualquier forma de organización, debe poder valerse de generar un sustento generado por el mismo, para no tener que poseer dependencia externa para su funcionamiento.

I.9. METODOLOGÍA

El enfoque de investigación será esencialmente, de tipo **Cualitativo**, por los antecedentes que formula una investigación en Diseño, en el cual se recopilarán datos y se interpretarán, con no más de dos variables que serán puestas a prueba en aspectos concretos para analizar, a través del proyecto, sus repercusiones sociales.

Se detalla el uso de los enfoques Exploratorio y Descriptivo, para entender y analizar qué es lo que está pasando, luego se definirán el tipo de muestra que se usará, precisando un público objetivo, a través de perfiles demográficos.

Será necesario definir el espacio de percepción visual, tanto endógeno como exógeno, que en este caso están asociados con la percepción visual, y elementos externos físicos como la luz.

Además se define el tipo de muestra que será necesaria para un trabajo acorde, definidos por ser innovadores sociales, tecnológicos, culturales, etc., entre los cuales se integran los sujetos tipo.

Finalmente se detalla de qué forma se recopilarán los datos de las tipologías directas e indirectas, y bajo qué formas visuales de analizarán dichos datos.

I.9.1. ENFOQUES EN INVESTIGACIÓN.

Tipos de estudio que se realizará:

En la primera parte de la investigación, que se desarrolla en el IBM, se usará el enfoque de tipo **Exploratorio**, por su carácter analítico en relación al contexto investigativo en el cual se trabajará, por lo tanto es el primer paso esencial del proceso, estableciendo las bases y el conocimiento de trabajo.

En una segunda etapa, en el desarrollo del Proyecto de Título, se cambiará al enfoque de Investigación de tipo **Descriptivo**, para, luego de haber recopilado y creado un marco de base, poder analizar y describir una o dos variables, que serán importantes a la hora de desarrollar el proyecto.

I.9.2. ESTRATEGIAS DE PROXIMIDAD CON LOS GRUPOS DE AFECTADOS

Primero se hará un breve resumen del contexto de investigación y posibles grupos afectados de manera más general enlazando directamente el término de la Creative Class, para luego en el siguiente punto adentrarse en el estudio de Usuarios como tal.

Delimitar una población o grupo

Todos aquellos profesionales o estudiantes que entren en la categoría del Creative Class, siendo éstos **Innovadores** con algún enfoque determinado, pero principalmente aquellos que tengan un especial interés en el ámbito Social y Tecnológico.

I.9.2.1. MARCO DEMOGRÁFICO Y PSICOGRÁFICO

Segmento Socio-Económico

Según el estudio realizado por Novomerc, los segmentos socio-económicos que están afines a esta investigación son el GSE: C1, mayoritariamente el C2:

GSE: C2

Los “C2”, corresponden a lo más típico de la clase media, son menos del 20 % del total de la población santiaguina. Viven en sectores tradicionales, alejados del centro de la ciudad, generalmente en condominios con muchas viviendas, en calles limpias y cuidadas. Hoy, se les puede encontrar en Las Condes, Providencia, La Reina, Ñuñoa, La Florida y Macul. Los jefes de hogar generalmente son profesionales universitarios, con carreras de primer y segundo nivel de prestigio, que se desempeñan como ejecutivos o jefes de departamentos. Su ingreso familiar puede variar entre los 670 mil pesos al millón 800 mil pesos, lo que les permite tener un vehículo (a veces dos), de modelos medianos, por un valor inferior a los siete millones de pesos. (Miranda, (n.f.))

Rango Etario

Por los antecedentes anteriores, los rangos se encuentran entre el término de la carrera profesional (23-24 años) y el término del trabajo investigativo/profesional (edad de jubilación común o anterior), por lo tanto una estimación será en un rango etario de 23 a 55 años.

Tendencias y Estilo de Vida

En esta área se identifican tres sectores que en conjunto reúnen las características del P.O. a saber: Una marcada tendencia hacia la búsqueda de nueva información, estar al tanto de la tecnología y de los medios audiovisuales, pueden incluso tener hobbies que los incluyan (videojuegos, aparatos electrónicos, etc.). Además participan en la creación de innovación o están en su búsqueda, y por último tienen cierta conciencia del mundo que les rodea, en el ámbito ecológico y social, pero quizás sin llegar a ser miembros de alguna de estas organizaciones.

Lo anterior basado en el trabajo realizado por Roper Starch Woldwide (1998):

ALTRUISTAS (Altruists)

Como el nombre lo implica, este grupo, 18 por ciento de Adultos, son ultras dirigidos, están fuertemente interesados en los temas sociales y las causas. Ellos son generalmente bien educados así como los más adultos (edad promedio de 44 años) y son más femeninas de los normal. Altruists están más a menudo en América Latina y Europa Oriental. Particularmente en Rusia.

BUSCADOR DE DIVERSIÓN (Fun Seekers)

El 12 por ciento de los adultos y el grupo más joven, Fun Seekers, valores de premio como el placer, excitación, aventura y atractivo personal. Ellos frecuentan bares, clubes y restaurantes, son consumidores frecuentes de medios electrónicos. Este es un grupo que tal vez es el más global en su estilo de vida, particularmente en música (ejemplo, la generación de MTV).

CREATIVO (Creatives)

Este grupo está dedicado al aprendizaje, conocimiento y tecnología, y es el grupo más pequeño, sólo el 10%. Es, sin embargo, quien fija la tendencia global y fabricantes de mercado en términos de tener un PC, usando un PC y navegar en la Web. Bastante interesante (como se señaló en el pasado), Creatives son los consumidores de los medios tradicionales de cualquier grupo, con una pronunciada desigualdad en los libros, revistas y diarios.

Complementario a estas descripciones, el trabajo de R. Florida, mencionadas en el apartado de *1.8.2.3. Contexto Social y Cultural*, subraya la existencia de la Clase Creativa, que refleja una fuerza de trabajo, de investigación y desarrollo, acorde y pertinente al segmento que relaciona este proyecto.

I.9.2.2. DEFINIR EL ESPACIO DE PERCEPCIÓN VISUAL (EXÓGENO - ENDÓGENO)

Primero que nada, definir que el dispositivo estará determinado por una Pantalla electrónica y una interfaz visual de acceso (Web), y su símil material (El computador).

Aspectos Endógenos

El espacio de atención individual, está estructurado por el organismo biológico de cada persona, que tiene relación con la interacción del dispositivo: Sentido de la visión, táctil y auditivo principalmente. Como también el aspecto psicológico que está determinado por el contexto particular del momento y lugar donde el usuario accederá al dispositivo.

Percepción Visual

Sobre este aspecto, el Doctor en Bellas Artes, Juan Cordero Ruiz (s.f.) define algunos conceptos básicos:

Conviene dejar sentado desde el principio la fácil confusión existente entre ESTÍMULO y PERCEPCIÓN, más acentuado en la tradición histórica que en los modernos conceptos que eluden marcar líneas claras de límites entre SENSACIÓN y PERCEPCIÓN, por existir grandes polémicas sobre el tema.

El estímulo pertenece al mundo exterior y produce un primer efecto o sensación en la cadena del conocimiento; es de orden cualitativo como el frío, el calor, lo duro, lo gelatinoso, lo rojo, lo blanco... Es toda energía física, mecánica, térmica, química o electromagnética que excita o activa a un receptor sensorial.

La percepción pertenece al mundo individual interior, al proceso psicológico de la interpretación y al conocimiento de las cosas y los hechos.

Identificar la realidad por las impresiones que se producen en nuestros sentidos es una de las más firmes evidencias de la misteriosa perfección de la mente humana. La diferencia entre las sensaciones recibidas y la realidad del mundo físico que nos rodea, la explica la psicología, aunque están implicadas otras muchas ciencias, como la geometría, la física o la biología.

Luego en Definición de las percepciones:

PERCEPCIÓN es la impresión del mundo exterior alcanzada exclusivamente por medio de los sentidos. La percepción es una interpretación significativa de las sensaciones.

Limitando el estudio de las percepciones sólo al campo visual, diremos que, es la sensación interior de conocimiento aparente que resulta de un estímulo o impresión luminosa registrada en nuestros ojos.

El acto perceptivo, aunque cotidiano y realizado con automatismo, no es nada simple y tiene múltiples implicancias, pues es evidente que el mundo real no es lo que percibimos por la visión, y por ello se precisa de una interpretación constante y convincente de las señales recibidas. (Cordero, (n.f.))

Hablando desde el punto de vista biológico y físico, Cordero explica:

En la percepción visual de las formas hay un acto óptico-físico que funciona mecánicamente de modo parecido en todos los hombres. Las diferencias fisiológicas de los órganos visuales apenas afectan al resultado de la percepción, y eso que, tamaño, separación, pigmentación y otras muchas características de los ojos, hacen captaciones diferenciadas de los modelos. Su mecánica funcional, inspeccionando por recorridos superficiales y profundos, rápidos o lentos, itinerarios libres y obligados, los intervalos del parpadeo o el descanso por el “barrido” de los ojos, producen una información prácticamente idéntica en todos los individuos de vista sana. Las diferencias empiezan con la interpretación de la información recibida; las desigualdades de cultura, educación, edad, memoria, inteligencia, y hasta el estado emocional, pueden alterar grandemente el resultado. Porque se trata de una lectura, de una interpretación inteligente de señales, cuyo código no está en los ojos sino en el cerebro.

Estas formas o imágenes se “leen” a semejanza de un texto literario, unas fórmulas matemáticas o una partitura musical, y de igual manera tiene su aprendizaje, requiriendo una gramática que explique sus leyes y profundice el sentido de la lectura. (Cordero, (n.f.))

Respecto a la Alfabetización Visual, conviene tener en cuenta el trabajo de Philip Yenawine (1997), el cual explica de qué se trata este concepto:

Visual literacy is the ability to find meaning in imagery. It involves a set of skills ranging from simple identification--naming what one sees--to complex interpretation on contextual, metaphoric and philosophical levels. Many aspects of cognition are called upon, such as personal association, questioning, speculating, analyzing, fact-finding, and categorizing. Objective understanding is the premise of much of this literacy, but subjective and affective aspects of knowing are equally important. Visual literacy usually begins to develop as a viewer finds his/her own relative understanding of what's/he confronts, usually based on concrete and circumstantial evidence. It eventually involves considering the intentions of the maker, applying systems for thinking and rethinking one's opinions, and acquiring a body of information to support conclusions and judgments. The expert will also express these understandings in a specialized vocabulary. Different skills are called upon to construct meaning from the huge variety of images in contemporary culture: a straightforward news photo will require fewer, simpler operations than a psychologically-manipulative ad; an illustration will engage the viewer differently from abstract painting; a kitchen chair differently from a 19th-century farm implement; a street sign from a road map; a snapshot from television; a building model from a diagram or plan, and so on. Some images ask to be understood at face value. Others have greater built-in complexity, including the possibility of symbolic, implied, and mysterious meanings. Presumably, the visually literate person can comprehend on various levels whatever he or she chooses.

There are degrees of visual literacy, however. For example, a young person can construct meaning from both simple (e.g., comics) and complex (e.g., art objects) visual materials. An older person, having greater experience and breadth of thinking skills in general, may glean more possibilities from the same images--for example, symbols or implications. An art historian will have acquired a factual base and competence at schemes of visual analysis and can additionally place a work in time and categories by technique, style, and iconography.

Aspectos Exógenos

El usuario circunstancialmente, accederá a un computador (idealmente), el cual puede estar instalado en un espacio privado (hogar), o público (universidad, trabajo, cafeterías, etc.), los cuales determinarán en parte, el tiempo de uso, la capacidad de concentración con el dispositivo, entre otras cosas.

Luz

Los canales a usar son el espectro visual, cromático, formal, por un lado, unidos por la transmisión lumínica, la que corresponde a la presentada por la pantalla del computador (la que puede ser regulada), y a la que se encuentra en el ambiente (día: sol, noche: Iluminación artificial)

Tangible

Aquí se encuentra la interfaz física: teclado y mouse, los cuales están hechos para controlarse con las extremidades superiores, para el uso del ordenador.

También existen aspectos que inciden en segundo grado, como el grado de temperatura del lugar, la contaminación acústica o ruidos externos.

I.9.3. TIPO DE MUESTRAS

La investigación será de carácter cualitativo, y se llevará a cabo en Santiago de Chile en proyectos sociales que sea acordes con los temas donde se encuentran los innovadores, los cuales puedan ser acogidos por el programa, por lo tanto, se usarán muestras no probabilísticas del tipo:

Sujetos tipo

Éstos reflejan las características demográficas del usuario del objeto de estudio:

- Profesionales que estén insertos en proyectos acordes a la innovación social.
- Estudiantes de educación superior que sean parte de proyectos coherentes al tema.

I.9.4. UNA MIRADA AL TEST DE USUARIO

El Plan del Test de Usuario, describe las metas, métodos y acercamiento al test de usuario. El planeamiento del test incluye muchos componentes distintos, desde perfiles de los participantes, hasta un resumen de la discusión con los usuarios. Esta planificación del Test que se describe aquí, incorpora objetivos del test, logística, perfiles de usuarios, y el guión. (Brown, 2006, p. 53)

Una mirada al Plan del Test.

Planificación simple de un Test:

- Objetivos del Test – ¿Por qué estamos testeando?.
- Logística-Tiempos, Lugares, Participantes.
- Guión del Test.
- Pre-Test y las preguntas que siguen.

Propósito: ¿Para qué es el Plan del test de Usuario?

Audiencia: ¿Quién lo usará?

Escala: ¿De cuánto trabajo estamos hablando?

Contexto: ¿Dónde caen en el proceso?

Formato: ¿Cómo se verá?.

Los elementos básicos que integran un test de usuario, responden a tres preguntas:

1. ¿Qué queremos obtener con este test?,
Se desea saber si la interfaz es óptima para una buena interpretación de los elementos, los iconos, la disposición y diagramación para que el usuario pueda, sin problemas y sin mucho contratiempo, poder usar la plataforma web de manera rápida eficiente y sin frustraciones.
2. ¿Cómo vamos a conducir este test?,
A través de una reunión con posibles usuarios, se hará una prueba de algunos minutos, en los que se harán preguntas y se tomarán preguntas a los usuarios sobre su experiencia y sus aportes.
3. ¿Qué vamos a preguntar durante el test?.

Con estas preguntas respondidas, tendremos básicamente la información necesaria para poder realizar un test.

Ejemplo:

Escenario: Investigación de usuario en temas médicos, a la hora de almuerzo.

En el fin de semana, usted habla con un amigo suyo, quien dice haber sido indicado con diabetes. El lunes, usted decide que quiere aprender más acerca de lo que su amigo va a pasar, así que pasa un corto tiempo durante su hora de almuerzo investigando acerca de ello.

Tarea 1: Buscar información acerca de la Diabetes.

Se decide en qué estará interesado específicamente en aprender más, acerca de las varias causas de las diabetes.

Acciones esperadas:

1. Desde la Home Page, hacer clic en “Enfermedades y Condiciones”
2. Clic en “Condiciones endocrinas”
3. Clic en “Diabetes”
4. Clic en “Síntomas y causas”

Preguntas:

1. ¿Dónde espera encontrar información acerca de la Diabetes?
2. ¿Qué otra información esperaría ver en la página de la Diabetes?.

I.9.5. EVALUACIÓN DE USABILIDAD

Se ocuparán las dos principales técnicas sobre evaluación de Usabilidad:

1. El **test heurístico** lo realiza un grupo de expertos, siguiendo un cuestionario de evaluación con una lista de pautas o criterios (heurísticos) que verificar (Nielsen, 1994).
2. El **test de usuarios**, que anteriormente se explicó registra los problemas que encuentran los usuarios cuando tratan de realizar las acciones concretas propuestas por el evaluador, así como los tiempos empleados en cada una de ellas (Krug, 2001, p. 139).

Primero se realizará el Test Heurístico con un experto en usabilidad, el Prof. y Diseñador Juan Paulo Madriaza y luego se aplicará el test de Usuarios, debido a la lógica de tener primero una buena base para que los usuarios no tengan demasiados problemas en el test.

El test de usuario se realizará a 4 personas, por lo menos 2 del P.O., y otras 2 a stakeholders.

Ambos test, son pre-evaluativos, para que las modificaciones puedan implementarse de forma más eficiente, antes de tener la plataforma completamente lista.

Para el test de usuario se tomarán las siguientes preparaciones:

1. Será de carácter de Laboratorio (Lugar preparado, Preguntas cada cierto tiempo).
2. Seleccionar a los participantes.
3. Papel y lápiz para tomar notas.
4. Cámara para registrar la cara del usuario.
5. Software de registro de las acciones del usuario.
6. Seleccionar las Tareas que va a realizar el Usuario
7. Describir los escenarios
8. Elaborar un guión de trabajo.

El evaluador deberá:

1. registrar las tareas realizadas por los usuarios
2. registrar los resultados obtenidos por los usuarios en la realización de las tareas
3. registrar los problemas de usabilidad detectados en la realización de las tareas por parte de los usuarios
4. reflejar algunas soluciones o indicaciones para solucionar esos problemas detectados

Y al finalizar la actividad:

1. elaborar fichas de actividad: registrar todas las acciones de los usuarios, por escrito, al realizar las tareas.
2. elaborar matriz de tareas y acciones: que refleje las tareas completadas y las que no
3. listado de conclusiones, agrupadas por tareas

El test de usuario tendrá que tener preparada una pauta de tareas que deberá realizar el voluntario, para determinar factores de posible dificultad en los procesos más importantes que determinan la naturaleza de la interfaz y sus objetivos.

Objetivos del Test

- Localizar y definir cuáles son los mecanismos y elementos del GUI, que tienen falencias al momento de la interacción con el usuario y su correcto funcionamiento eficiente.
- Formular conclusiones y soluciones para las falencias encontradas.

Logística

- El test no tomará más de 30 minutos.
- Y se hará en lo posible, en una misma casa.
- Las Tareas serán cronometradas.

Guión del Test

Preparación

- Se prepara la interfaz, las cámaras de video y registro de movimiento.
- Se invita al tester a tomar asiento y que se ponga a gusto.

Tareas (todas serán cronometradas)

Empezar con un un FiveSecondTest con el home

1. Pedir que busque información sobre el sitio.
2. Pedir que vuelva al home
3. Pedir que declare un objetivo específico en su proyecto.
4. Pedir que comparta el sitio en Facebook.
5. Pedir que busque en que etapa está SU proyecto.
6. Pedir que haga una petición para postular.
7. Pedir que elija un tipo de licencia C.C. en su proyecto.

I.10. ESTUDIO DE USUARIOS

De acuerdo a la información anterior, el perfil de usuario está delimitado entre otras características, por las siguientes, que son más relevantes:

- Estudiantes de Educación Superior
- Trabajadores Profesionales o con estudios superiores.
- Investigadores del área de la innovación y las TIC
- Innovadores

I.10.1. PERSONAS

En diseño existen varias formas y métodos para entender a los usuarios, los que generalmente terminan produciendo un perfil de audiencia esperada. En este proyecto se usará el modelo Personas, que puede ser definido de la siguiente forma según Daniel M. Brown:

“Es un resumen de la representación, de las personas que están previstas para un sistema, descritos a menudo como personas reales. Cualquier proyecto puede tener uno o más personas, cada uno representa a diferentes tipos de público del sistema.” (Brown, 2006, p. 25)

Personas describe a los usuarios objetivos de un sitio Web, dando una imagen clara de cómo a ellos les gustaría usar el sistema, que esperan de él, y cuáles son sus necesidades como usuario, entre otras cosas.

Este modelo de representación de P.O., viene del Marketing, y son generados producto de la investigación del P.O., y su complejidad dependerá de la profundidad de la investigación. Las técnicas de investigación van desde encuestas, e investigación de mercado, a entrevistas personales. Personas fue inicialmente impulsado e ideado para el diseño de interfaces por Alan Cooper.

Pero lo más importante es que el personas tengan un par de cosas en común: expresar que es lo que los usuarios necesitan y que esperan.

Temas importantes en el desarrollo del Personas:

1. Lo mínimo necesario.
2. Usar el nombre: real o de roles, crea una imagen viva y concreta, sobre quienes estamos trabajando. Estos nombres describen que cosas particulares aportan los Personas al sistema. Un nombre que describa el rol general o propósito de los personas, ayuda a mantener el foco.
3. Motivaciones y necesidades. Clientes con motivaciones comunes forman un grupo descrito como Personas, donde el Persona, representa a un miembro del grupo, típico. Todas las Personas juntas, representan las razones del por qué alguien usaría el sistema.
4. Presentar Personas. El deber del investigador, es crear perfiles de forma que aparentemente estas personas de intereses divergentes, tienen algo en común.

Para este caso se hará uso de entrevistas personales para la creación de las fichas de los Personas, todos ellos deben ser parte importante del grupo de afectados. (Ver anexo n°3).

Estas fichas revelarán información importante para la formulación del artefacto de diseño.

I.11. ESTUDIO SOBRE TIPOLOGÍAS

La recolección de Tipologías Directas e Indirectas, se hará mediante fichas, y mapas que en primer lugar identifiquen su plenitud y el contexto en el que se manejan, y luego la forma en que se relacionan entre si, y su grado de similitud.

Las fichas tendrán los siguientes requerimientos:

- Número de fuente
- Nombre de la Institución
- Tipo de Institución
- Keywords
- Creadores o Autores
- Organismo Demandante (si está disponible)
- Año
- Fuente de Consulta (si está disponible)
- Abstract

Finalmente, de los puntos claves se hará un listado de los keywords más importantes, y se medirán, a través de su repetición en los documentos, para saber que conceptos se repiten mayoritariamente. Para información no encontrada se usara la sigla: n.e.

I.11.1. TIPOLOGÍAS DIRECTAS

Número de Fuente	001
Nombre de la Institución	Social Nest
Tipo de Institución	Organización internacional sin fines de lucro
Keywords	Innovación, creatividad, proyectos, incubadora, emprendimiento, social.
Creadores o Autores	Margarita Albors
Organismo Demandante	n.e.
Año de Creación	n.e.
Fuente Consultada	http://socialnest.org/
Abstract	<p>socialnest es un centro innovador en Valencia y en España donde emprendedores, profesionales, estudiantes, y todas aquellas personas con inquietud de mejorar el mundo encuentran un ecosistema de apoyo, estímulo, formación y oportunidades para hacer de sus visiones de un mundo mejor una realidad.</p> <p>Socialnest nació tras la experiencia que su fundadora, Margarita Albors, vivió mientras estudiaba un máster en la universidad de Harvard, en Estados Unidos. El emprendimiento social y el apoyo a los emprendedores sociales en ese país hicieron ver a Margarita la necesidad de fomentar este tipo de organizaciones en España y de apoyar a quienes quieren mejorar el mundo a través de ellas.</p> <p>En socialnest estamos trabajando para crear un espacio de colaboración donde el eje central sea la creación de empresas sociales económicamente sostenibles que, de manera innovadora, generen un alto impacto social o medioambiental.</p>

Número de Fuente	002
Nombre de la Institución	Social Innovation Camp
Tipo de Institución	Organización sin Fines de Lucro
Keywords	Innovación social, diseño, software, competencia.
Creadores o Autores	n.e.
Organismo Demandante	n.e.
Año de Creación	2008
Fuente Consultada	http://www.sicamp.org/
Abstract	<p>Social Innovation Camp brings together software developers and designers with people who understand a social problem to help build web and mobile solutions to social challenges.</p> <p>We think the web and related technologies hold huge potential to create change in many different ways: how people hold those in positions of power accountable; who they rely on to provide the services they need to live healthy, happy lives; or how they make a difference to something that affects them.</p> <p>But for any of this to happen, we have to understand what people really need and start building the technology that can help – which is what Social Innovation Camp is all about.</p> <p>Through unusual, creative events we bring together talented software developers and designers with social innovators to prototype effective web-based solutions to real social problems.</p>

Número de Fuente	003
Nombre de la Institución	Kick Starter
Tipo de Institución	Organización internacional sin fines de lucro
Keywords	Innovación, creatividad, proyectos, financiamiento.
Creadores o Autores	Perry Chen, Yancey Strickler, and Charles Adler.
Organismo Demandante	n.e.
Año de Creación	2009
Fuente Consultada	http://www.kickstarter.com/
Abstract	<p>Kickstarter es un sitio que agrupa proyectos, de posible realización, que necesitan de un presupuesto para comenzar y que son financiados mediante donaciones.</p> <p>El sitio, centrado en proyectos creativos, busca financiar emprendimientos relacionados con el arte, la música, el diseño, el cine y vídeo, la alimentación, el periodismo, y otros proyectos que surgen de la imaginación.</p> <p>Para postularse, sólo hay que completar unos datos en el sitio, detallar el proyecto y esperar a que la gente desee apostar por el futuro de su emprendimiento donando el dinero necesario para que comience.</p> <p>Los creadores de proyectos pueden pedir una donación mínima, premiar a los mayores donadores e incluso mantener su proyecto posteando actualizaciones a modo de blog.</p> <p>Kickstarter además, invita a la gente a mostrar sus productos, los beneficios y experiencias divertidas que ofrecen.</p>

Número de Fuente	004
Nombre de la Institución	CreaChile
Tipo de Institución	Privada
Keywords	Innovación, creatividad, Triz
Creadores o Autores	Corporación Red de Empresarios Emprendedores
Organismo Demandante	Corporación Red de Empresarios Emprendedores
Año de Creación	2004
Fuente Consultada	http://creachile.org/
Abstract	<p>CreaChile es una unidad de negocios de la Corporación Red de Empresarios Emprendedores, y tiene como misión brindar consultoría y asistencia técnica en Innovación y Creatividad a las empresas en Chile.</p> <p>El objetivo de CreaChile es reunir a especialistas y usuarios (empresas, especialista, académicos, estudiantes), relacionados con los Métodos, Técnicas y Herramientas de I&C, las cuales están orientadas a resolver problemas e idear nuevos negocios, en base a la innovación y la creatividad. TrizChile agrupa a aquellos vinculados a esta metodología.</p> <p>Programa de Innovación y Creatividad (I&C 2008)</p> <p>CreaChile ofrece implementar en las empresas un programa que consiste en:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Facilitar a las organizaciones a encontrar soluciones a sus problemas relevantes, aplicando métodos y técnicas de resolución de problemas, para la innovación de procesos y negocios. - Desarrollar y cultivar en las organizaciones, el aprendizaje de estos métodos y técnicas In-Situ, a partir de talleres y actividades de coaching a los actores involucrados en los problemas. <p>Promesas</p> <p>Específicos de la Empresa.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Disponer de un equipo de profesionales que dominan técnicas para generar ideas y gestionar procesos de innovación y creatividad. - Disponer de un equipo que agregue valor a los clientes, mejorando e innovando en productos y servicios para ellos, y haciendo sus productos y procesos innovadores. - Reducir costos operacionales, al identificar problemas y resolverlos metódicamente, produciendo eficiencia y mayor competitividad. - Una cantidad de problemas bien, , con sus respectivas soluciones a implementar. La cantidad varía según la cantidad de participantes y talleres realizados. - Los resultados son concretos, medibles y valorizados. El retorno sobre la inversión depende del problema propuesto a ser resuelto.

I.11.2. TIPOLOGÍAS INDIRECTAS

Número de Fuente	001
Nombre de la Institución	DESIGN 21
Tipo de Institución	Social Design Network
Keywords	Diseño, UNESCO, Social, creatividad,
Creadores o Autores	FELISSIMO GROUP & UNESCO
Organismo Demandante	FELISSIMO GROUP & UNESCO
Año de Creación	1997
Fuente Consultada	http://www.design21sdn.com/
Abstract	<p>DESIGN 21: Social Design Network's mission is to inspire social activism through design. We connect people who want to explore ways design can positively impact our many worlds, and who want to create change here, now.</p> <p>Our Mission</p> <p>DESIGN 21: Social Design Network's mission is to inspire social consciousness through design. We connect people who want to explore ways that design can positively impact our communities – ways that are thoughtful, informed, creative and responsible.</p> <p>We believe the real beauty of design lies in its potential to improve life. That potential first manifests itself as a series of decisions that result in a series of consequences. The practice of social design considers these decisions on a greater scale, understanding that each step in the design process is a choice that ripples out into our communities, our world and our lives. These choices are the result of informed ideas, greater awareness, larger conversations and, most importantly, the desire to do good. Social design is design for everyone's sake.</p> <p>We believe that change happens when we design better, together. DESIGN 21 is a resource to make that collaborative change happen: a freelance designer shares ideas with a green business, an arts non-profit connects with a governmental outreach program, a researcher in England brainstorms with an industrial designer in India. It all starts here. And it starts now.</p>

Número de Fuente	002
Nombre de la Institución	Industrias Creativas Valparaíso
Tipo de Institución	Programa
Keywords	Creatividad, desarrollo, cultura, educación, arte
Creadores o Autores	n.e.
Organismo Demandante	CORFO
Año de Creación	n.e.
Fuente Consultada	http://www.industriascreativasvalpo.cl/
Abstract	<p>Quienes somos</p> <p>El Programa Industrias Creativas Valparaíso es un proyecto de CORFO creado para apoyar a los emprendimientos, organizaciones y negocios de la ciudad de Valparaíso, que se basan en la creatividad y el capital intelectual para generar riqueza y desarrollo.</p> <p>El proyecto dura 5 años y en ese periodo trabajará para generar condiciones que favorezcan la sostenibilidad y dinamismo del sector creativo, con la convicción que las iniciativas de éste constituyen un factor de desarrollo local que la ciudad de Valparaíso, dado su condición de destino turístico, ciudad universitaria y capital cultural del país, debe aprovechar.</p> <p>Que hacemos</p> <p>Buscamos contribuir al desarrollo y sostenibilidad de los proyectos creativos, básicamente de cuatro maneras:</p> <p>Facilitando el acceso a financiamiento público-privado, entregando información y generando espacios de difusión y capacitación que permitan a los proyectos identificar las mejores opciones de financiamiento.</p> <p>El desarrollo y mejoramiento de las habilidades de gestión de los artistas, gestores y emprendedores creativos, a través de actividades de formación como seminarios y workshops, especialmente en temas de marketing e innovación.</p> <p>Apoyando la articulación de la oferta del sector creativo, de tal manera de vincularlo con otros sectores productivos, al mismo tiempo que facilitamos su llegada a los consumidores de bienes culturales.</p> <p>Y finalmente, nos interesa producir información que permita conocer la dinámica e impacto económico del sector creativo en la ciudad, no sólo para difundir sus potencialidades, sino también como insumos para la generación de políticas de fomento en su favor.</p>

Número de Fuente	003
Nombre de la Institución	Movistar Innova
Tipo de Institución	Privada
Keywords	Innovación, TIC, creación de empresas
Creadores o Autores	Telefónica
Organismo Demandante	Telefónica
Año de Creación	n.e.
Fuente Consultada	http://www.movistarinnova.cl/
Abstract	<p>Movistar innova es un programa permanente y sustentable de promoción, soporte, lanzamiento y explotación de emprendimientos basados en Innovación Abierta, en línea con los objetivos estratégicos de la compañía.</p> <p>En concreto es una incubadora y potenciadora de negocios y emprendimientos.</p> <p>Movistar innova proporcionará ayuda experta en todos los aspectos necesarios para llevar una idea a un plan de negocios y a una empresa. Contaremos con expertos en todos los temas necesarios: técnico, marketing, investigación de mercado, recursos humanos, financiero, legal, publicitario, etc. Hemos establecido alianzas con las mejores Universidades y entidades de apoyo al emprendimiento para darte el mejor apoyo posible en la difícil etapa de emprender.</p> <p>Movistar Innova es la primera incubadora privada del país, y también la primera en recibir fondos de CORFO, dado el incentivo que realiza la empresa al proceso de emprendimiento, resaltando el espacio que otorga a sus colaboradores para presentar sus ideas y participar también del programa.</p>

Número de Fuente	004
Nombre de la Institución	Idea tu Empresa – Competencia en planes de negocios inclusivos
Tipo de Institución	Organización internacional sin fines de lucro
Keywords	Innovación, incubadora, Planes de Negocio, inclusividad
Creadores o Autores	Technoserve
Organismo Demandante	n.e.
Año de Creación	2008
Fuente Consultada	http://www.ideatuempresa.org/
Abstract	<p>Idea Tu Empresa es una competencia de planes de negocios que busca estimular la actividad empresarial inclusiva* impulsando emprendimientos de alto potencial y rentabilidad que incorporen a personas y empresas de escasos recursos. Idea Tu Empresa invita a emprendedores (personas naturales o jurídicas, con empresa en operación o no) de Perú, Colombia, Chile y próximamente en Bolivia, Ecuador y Venezuela a que participen en esta competencia presentando su perfil de negocio inclusivo*. Los participantes no competirán entre países.</p> <p>Por medio de Idea Tu Empresa, los organizadores aspiran generar un doble impacto en pro del desarrollo: (i) promover la generación de empresas (y crear empleo) e (ii) incluir a la base de la pirámide económica** en actividades formales, potenciando su poder adquisitivo.</p>

Número de Fuente	005
Nombre de la Institución	Chile País de Diseño
Tipo de Institución	n.e.
Keywords	Diseño, innovación, educación, empresa, interdisciplinario,
Creadores o Autores	Rodrigo Walker Armijo, José Miguel Muga, Claudia Carmona, Luis López Toledo, Camilo Herrera, José Pablo Sanfuentes, Javier Martínez Herold, Bernardita Brancoli
Organismo Demandante	n.e.
Año de Creación	2006
Fuente Consultada	http://www.chilepd.cl/
Abstract	<p>La Otra Educación, somos una comunidad de profesionales interdisciplinaria que se ha planteado el desafío de introducir la profesión del diseño en el mundo empresarial.</p> <p>Nuestro propósito es promover el desarrollo del diseño, la innovación y la gestión, como herramientas incentivadoras del emprendimiento, la invención de nuevas ofertas y de nuevas identidades para las empresas, además de nuevos productos y nuevos servicios para los exportadores que requieren insertar sus productos y marcas en los mercados globalizados.</p> <p>Hoy en día, el Diseño y las profesiones afines del mundo de la ingeniería y el marketing se han convertido en una gran herramienta de gestión cultural y empresarial para nuestro continente. Sostenemos que el Diseño es el espacio privilegiado para agregarle valor a las ofertas que las empresas latinoamericanas lanzan a los mercados mundiales.</p> <p>Por ello, el Diseño puede ser visto hoy como una herramienta estratégica de desarrollo. A partir de estas consideraciones, vislumbramos que los jóvenes diseñadores y los profesionales del marketing y la gestión se transformarán durante esta década en los protagonistas centrales del desafío y la oportunidad que supone hacer de Chile un país comprometido con producirle valor al mundo.</p> <p>En Chile País de Diseño (CPD) buscamos cambiar la orientación de la educación del Diseño. Para ello, coordinamos actividades culturales, charlas, cursos y diplomados orientados a la acción y a mejorar la gestión de las empresas.</p>

Número de Fuente	006
Nombre de la Institución	Novos – Incubadora de Negocios
Tipo de Institución	Publica
Keywords	Innovación, creatividad, incubadora, I+D
Creadores o Autores	Universidad de Chile
Organismo Demandante	Universidad de Chile
Año de Creación	n.e.
Fuente Consultada	http://www.novos.cl/
Abstract	<p>¿Quiénes somos? Somos la Incubadora de Negocios de la Universidad de Chile, destinada a desarrollar negocios y empresas de alto potencial de crecimiento. Para ello ponemos al servicio de la comunidad emprendedora e innovadora nacional las capacidades científicas y tecnológicas de la Universidad. Queremos contribuir a que se desarrolle en Chile un polo de innovación y emprendimiento tecnológico de clase mundial.</p> <p>¿Qué hacemos? Generamos riquezas a partir del I&D de la Universidad de Chile a través de dos líneas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Creación y desarrollo de empresas “de base tecnológica” desde la Universidad • Inserción de procesos tecnológicos a procesos productivos ya existente desde la universidad y que cuenta con protección intelectual. <p>Novos es un proyecto apoyado por InnovaChile- CORFO en el marco del Programa de Apoyo a la operación de Incubadoras.</p>

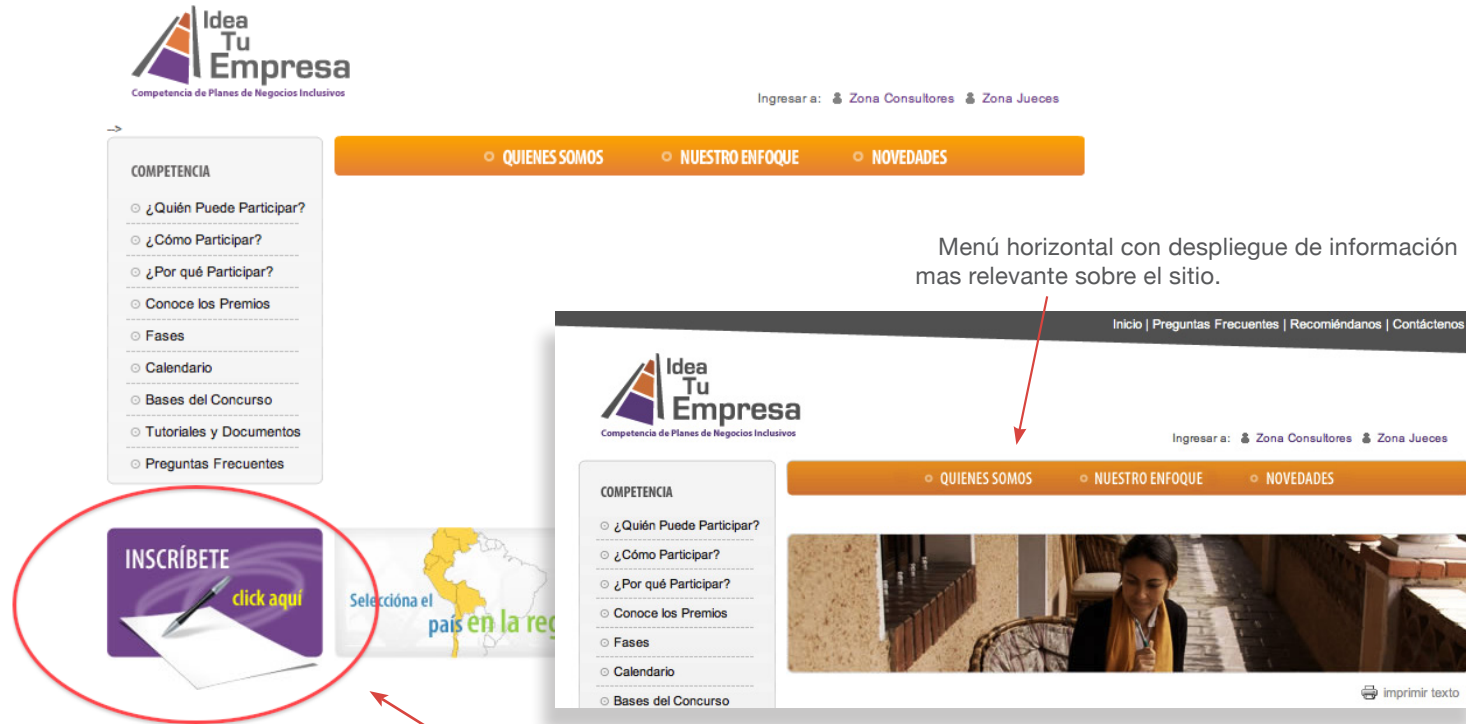
Número de Fuente	007
Nombre de la Institución	Raís- Responsabilidad, acción e investigación social.
Tipo de Institución	n.e.
Keywords	innovación, cultura, urbanismo, interdisciplinario, redes sociales.
Creadores o Autores	Sebastián Bowen Carranza, Nicolás Dell Orto, Jorge Atria Curi, Pablo Carvacho.
Organismo Demandante	n.e.
Año de Creación	2010
Fuente Consultada	http://www.rais.cl/
Abstract	<p>RAÍS nace de la experiencia en materia social y comunitaria que nuestros profesionales han tenido en iniciativas ligadas con la superación de la pobreza, la igualdad de los derechos, la cultura, el medioambiente y el urbanismo.</p> <p>Con un énfasis en la innovación social, en las redes sociales y la acción concreta, hoy nuestros servicios apuntan a fortalecer el “valor público” de diversas organizaciones para crear e implementar proyectos sociales exitosos que al tiempo de ser un beneficio para los desafíos de nuestro país, potencian el sentido de las organizaciones.</p>

I.11.3. BENCHMARKING DE DISEÑO

A través del análisis de los sitios Web con mayor éxito presentados en las tipologías, se analizarán los elementos visuales y funcionales de sus interfaces para servir de guía en el desarrollo de la plataforma Web piloto.

I.11.3.1. IDEA TU EMPRESA

URL <http://www.ideatuempresa.org/chile/portada/>



Botón importante de gran tamaño que es un llamado para inscribirse al servicio. Aparece en todas las paginas del sitio.

I.11.3.2. KICKSTARTER

URL www.kickstarter.com

The screenshot shows the top navigation bar of the Kickstarter website. The navigation bar includes the 'KICKSTARTER' logo, links for 'Discover great projects' and 'Start your project', a search bar, and links for 'BLOG', 'FAQ', and a user profile icon labeled 'Me'. Below the navigation bar is a large banner with the text 'A NEW WAY TO Fund & Follow Creativity'. To the right of the banner is a 'Blog' section with a sub-header 'Interviews, updates, and tips from the Kickstarter team.' and a link to 'Shortening the Maximum Project Length'. Below the banner are two featured project cards. The first card is for 'ISS-Notify' by Nathan Bergey, a desktop light that pulses when the ISS is overhead. The second card is for 'Phantom Limb's "69'S." - The Final Stage' by Phantom Limb & ArkType, a theater production. Red arrows point to the 'Me' icon, the 'Blog' link, the 'Project of the Day' card, and the 'Theater' card.

KICKSTARTER Discover great projects Start your project

BLOG FAQ Me

A NEW WAY TO
Fund & Follow Creativity

FEATURED IN CNN WIRED 6000 Pitchfork NPR The New York Times

Blog Interviews, updates, and tips from the Kickstarter team.
[Shortening the Maximum Project Length](#)
posted about 2 hours ago

PROJECT OF THE DAY

Did you know that you can see the International Space Station with the naked eye? Nathan Bergey's ISS-Notify is a fun desktop light that pulses and shines whenever the space station is overhead, so you'll always know exactly when to pop your head out the window and take a look.

ISS-Notify
by Nathan Bergey
I made a light that shines when the International Space Station is in the sky. I'm raising money to make a whole bunch and sell them.
Portland, OR

69% FUNDED \$4,153 PLEDGED 32 DAYS LEFT

THEATER

Phantom Limb is a collaborative, New York-based theater group working on their biggest endeavor ever. Called *69'South*, it involves dance, installation, and a legion of wonderfully creepy, meticulously constructed puppets -- including a flaming, life-size skeleton.

Phantom Limb's "69'S." - The Final Stage
by Phantom Limb & ArkType
A new vision of theatre combining marionettes, dance, ice, and The Kronos Quartet in the heart of Antarctica with Ernest Shackleton.
New York, NY

100% FUNDED \$45,162 PLEDGED 18 HOURS LEFT

- Espacio personal del usuario cercano a la barra de navegación.
- FAQ, reemplazarlo por Preguntas Frecuentes.
- Barras de color plano para separar espacios.
- Muestra de proyectos actuales.
- Conexión con las redes sociales.

The screenshot shows the footer area of the Kickstarter website. It includes a 'KICKSTARTER'S WEEKLY NEWSLETTER' section with a 'SUBSCRIBE' button. Below that is a 'KICKSTARTER ON FACEBOOK' section showing a 'Like' button and a notification that 'Camilo Soto and 90,111 others like this.' To the right is a 'CONNECT WITH KICKSTARTER' section with links for 'Follow on Twitter', 'Read our blog', 'Meet the team', and 'Work with us'. A red arrow points to the 'CONNECT WITH KICKSTARTER' header.

KICKSTARTER'S WEEKLY NEWSLETTER
Get awesome projects delivered to your inbox each week.

Signed in as: **Camilo Soto** **SUBSCRIBE**

KICKSTARTER ON FACEBOOK
Like **Camilo Soto** and 90,111 others like this.

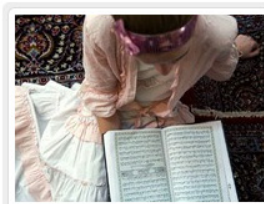
CONNECT WITH KICKSTARTER

Follow on Twitter
Read our blog
Meet the team
Work with us

Discover Projects

Passion, ideas, and ambition abound. Start exploring!

New & Noteworthy

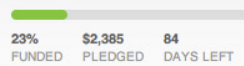


The Light In Her Eyes

by Julia Meltzer and Laura Nix

Documentary film about an inspiring female Qur'an teacher giving women the tools to challenge cultural traditions in

Los Angeles, CA



THE TOUGHEST GIRL ALIVE! The Life & Times of Candy Kane

by Javier Velasco

The 99.9 percent true story of plus-sized... sex positive feminist... blues singing activist Candy Kane, in her own words and music.

New York, NY

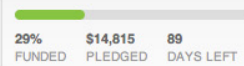


THE ZOHAR SECRET

by Vladek Zankovsky

A feature film about a man's journey over 2,000 years, time and space by Vladek Zankovsky

Jerusalem, Israel



→ See more recommended projects

Popular This Week

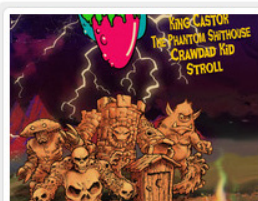


Oneironautics - A Field Guide to Lucid Dreaming

by Thomas

Ever heard of lucid dreaming? Our book Oneironautics is a hands-on field guide that teaches you how to wake up within your dreams.

New York, NY

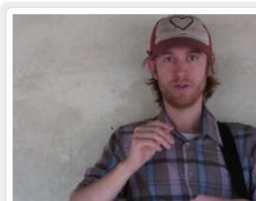


OMFG! Series 1

by George Gaspar

Help us produce a toy line of community created mini figure characters like old M.U.S.C.L.E. and Monster In My Pocket figures!

Los Angeles, CA



Andrew Rose Gregory presents 'The Song of Songs'

by andrew rose gregory

Help Andrew Rose Gregory of The Gregory Brothers finally release his "Lost Album," a folk-rock record based on The Song of Songs.

Brooklyn, NY



★ FEATURED

- [Recommended](#)
- [Popular](#)
- [Recently Launched](#)
- [Ending Soon](#)
- [Small Projects](#)
- [Most Funded](#)
- [Curated Pages](#)

📁 CATEGORIES

- [Art](#)
- [Comics](#)
- [Dance](#)
- [Design](#)
- [Fashion](#)
- [Film & Video](#)
- [Food](#)
- [Games](#)
- [Music](#)
- [Photography](#)
- [Technology](#)
- [Theater](#)
- [Writing & Publishing](#)

📍 CITIES

- [New York](#)
- [Los Angeles](#)
- [Brooklyn](#)
- [Chicago](#)
- [San Francisco](#)
- [Portland](#)
- [Seattle](#)
- [Boston](#)
- [Austin](#)
- [Nashville](#)

🔍 Search cities

- Sitio con lista de resúmenes de los proyectos para poder visualizarlos y sus categorías.
- Botón grande para el primer paso de entrada.
- Ancho de 960 px. Suficiente comodidad y compatibilidad.

like you!

We help people fund creative projects.

Kickstarter is the largest funding platform for creative projects in the world. Every month, tens of thousands of amazing people pledge millions of dollars to projects from the worlds of **music, film, art, technology, design, food, publishing** and other creative fields.

Each and every Kickstarter project is the independent creation of someone like you! Have an idea that you think might work on Kickstarter? Tell us about it!

SHARE YOUR PROJECT



Volcano, I'm Still Excited!!: Help press a limited edition LP by Matt Lunsford

Record label Polyvinyl reissued an overlooked gem on deluxe vinyl thanks to the overwhelming support of fans.



\$3,622 PLEDGED

84 BACKERS

HOW KICKSTARTER WORKS

Our Simple Formula

Kickstarter is a new form of commerce and patronage. In our world, the best way to inspire support is to offer people great rewards. Everyone loves limited editions, one-of-a-kinds, and fun experiences (parties, screenings, balloon rides!). Spend some time brainstorming your rewards and people will respond. No one needs another coffee mug.

Why is Kickstarter funding all-or-nothing?

On Kickstarter, a project must reach its funding goal before time runs out or no money changes hands. Why? It protects everyone involved. This way, no one is expected to develop a project with an insufficient budget, which sucks. Remember you set your own funding goal, so aim to raise the minimum amount you'll need to create your vision. Projects can always raise more than their goal, and often do.

"Kickstarter is an incredible platform. Its obvious purpose is funding, but we find ourselves gaining so much outside of collecting pledges. For us, Kickstarter has been a powerful tool to connect with a community"

Creative projects only

Kickstarter cannot be used to fund for charity projects or causes. While there are countless causes worthy of support, we believe that creativity deserves its own space. [See our guidelines](#) for more.

Where does the money come from?

Each month over a million people visit Kickstarter to discover great projects, but momentum always starts with people you know. Who? Your friends and fans, and the people in the on and off-line communities that you're a part of. If they like it, they'll help spread it to their friends and fans, and so on and so on. A good idea, communicated well, can spread fast and wide.

"Kickstarter is kicking off a wave of impulse patronage."

WIRE

How much should I ask for?

The average project is raising under \$10,000, but many projects have raised significantly more. The key is understanding your reach. Think about your network and how your project and rewards might appeal to them.

"Kickstarter has become an unexpected influence on indie culture, a new model for a D.I.Y. generation."

The New York Times

My ideas aren't "big and important." Is Kickstarter for me?

Absolutely! Kickstarter is for creative projects big and small, serious and whimsical, traditional and experimental. Small projects that you (or you and a few friends) can do over a weekend are perfect for Kickstarter. Check out [Small Projects](#).

What kind of projects do well on Kickstarter? What's the secret?

Audiences respond to passion, sincerity and an ability to execute. They want to see you communicate this in your video, and they want you to offer creative rewards that are fairly priced.

How do I start a project?

Click the "Share Your Project" button (above) and we'll ask you a few quick questions about your project. It shouldn't take us more than a day or two to get back to you. We're not screening for taste at all, we only take this step to ensure that no one violates our [guidelines](#).

Does it cost money to start a project?

Not at all. Starting a project is free.

- Uso de Breadcrumb para el proceso.
- Uso de condiciones que obligan a leer las disposiciones.
- FAQ de ancla.
- Buscador en el FAQ.

Log in or Sign up

Read the Guidelines

Submit Your Proposal

PROJECT GUIDELINES

Kickstarter is a funding platform focused on a broad spectrum of creative projects. The guidelines below articulate our mission and focus. Please note that any project that violates these guidelines will be declined or removed. Please contact us if you have any questions.

Projects. Projects. Projects. Kickstarter is for the funding of projects – albums, films, specific works – that have clearly defined goals and expectations.

Projects with a creative purpose. Kickstarter can be used to fund projects from the creative fields of Art, Comics, Dance, Design, Fashion, Film, Food, Games, Music, Photography, Publishing, Technology, and Theater. We currently only support projects from these categories.

No charity or cause funding. Examples of prohibited use include raising money for the Red Cross, funding an awareness campaign, funding a scholarship, or donating a portion of funds raised on Kickstarter to a charity or cause.

No "fund my life" projects. Examples include projects to pay tuition or bills, go on vacation, or buy a new camera.

Rewards, not financial incentives. The Kickstarter economy is based on the offering of rewards – copies of the work, limited editions, fun experiences. Offering financial incentives, such as ownership, financial returns (for example, a share of profits) or repayment (loans), is prohibited.

I have read and understand Kickstarter's project guidelines.

CONTINUE

Am I eligible to start a Kickstarter project?

To be eligible to start a Kickstarter project, you need to satisfy the requirements of Amazon Payments:

Be a US resident and at least 18 years of age with a social security number (or EIN), a US bank account, US address, US state-issued ID (driver's license), and major US credit or debit card.

Projects must also follow the Kickstarter guidelines.


KICKSTARTER Discover great projects Start your project

BLOG FAQ Me

ISS-Notify

A Technology project in Portland, OR by Nathan Bergey • [send message](#)

PROJECT HOME UPDATES 0 BACKERS 70 COMMENTS 3



70 BACKERS
\$4,153 PLEDGED OF \$6,000 GOAL
32 DAYS TO GO

THIS PROJECT WILL ONLY BE FUNDED IF AT LEAST \$6,000 IS PLEDGED BY WEDNESDAY JUL 20, 3:01 PM EDT.

BACK THIS PROJECT
\$1 MINIMUM PLEDGE

PLEDGE \$10 OR MORE
LIMITED REWARD 38 of 40 remaining
Get a nice, large NASA sticker, until I run out. Also my eternal thanks for helping this get off the ground.

2 BACKERS

PLEDGE \$25 OR MORE
For a pledge of \$25 I will send you a thank you card and a limited edition ISS-Notify sticker. And you can be proud of helping make space commonplace!

Like 286 people like this. Be the first of your friends. Tweet Embed http://kck.st/IDnGn

ABOUT THIS PROJECT

The Space Station Light

Human space flight is an awesome part of living in the future. But why does it still seem so abstract? There are people in space right now! Did you know that? Do you know [how many there are?](#)

ISS-Notify is a simple attempt at making our space program more real. Many times a day the [International space station](#) passes overhead unnoticed. Often it happens during the day when it's too bright to see the tiny dot in the sky. So this light will pulse and shine whenever the station is overhead – making the invisible visible.

- Pestañas dentro del proyecto.
- Comentarios en la pagina visible del proyecto.
- Espacio para mostrar de quien es el proyecto.
- Botón para enviar un mensaje al Autor y hacerle una pregunta.

- Enough PCBs for the first production run.
- All the electronics to go on the boards.
- Enough plastic for the enclosure and time on a milling machine.
- Laser etch or milling services for the plexiglass ISS logo.
- Web hosting.
- Ramen and pizza.

The first three things can get expensive quickly. Backing this project takes the idea and multiplies it!

Open Source and a Platform

I don't claim to be the first (or the last) person with this idea. In fact there are similar things out there. But they are expensive, and lack a simple, obvious meaning. Still, I don't want to make this a one trick pony. I'm going to release the design as an open source, open hardware project. I hope many people will be inspired by the project and will be inspired to make their own versions and track other things besides the space station. The limit should only be imagination!

FAQ

- ▶ Will it work as a stand alone device?
- ▶ How much will it cost?
- ▶ Can I program it to track something else?
- ▶ Will it work with my computer?

Have a question? If the info above doesn't help, you can ask the project creator directly.

ASK A QUESTION

Report this project to Kickstarter

PROJECT BY



Nathan Bergey

Portland, OR

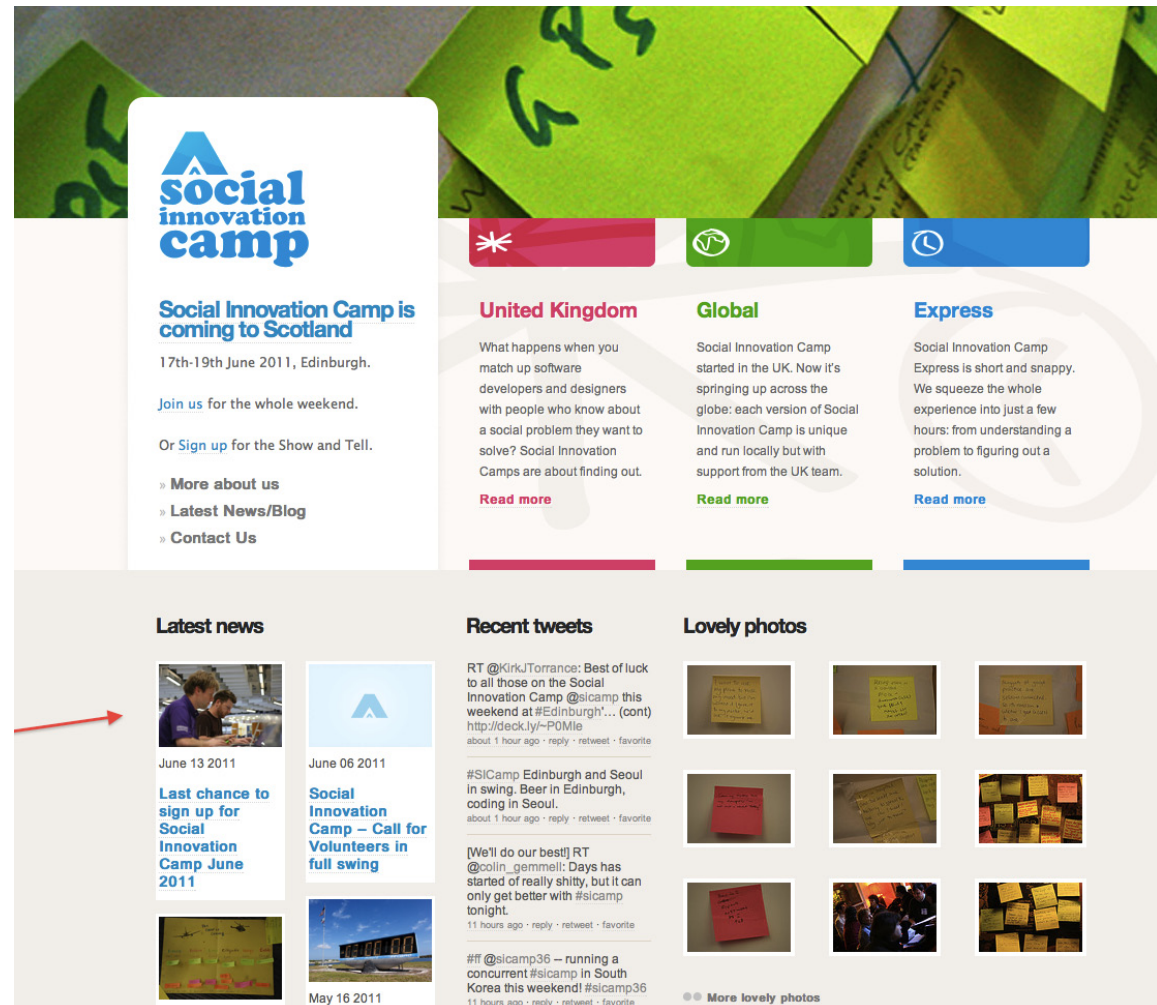
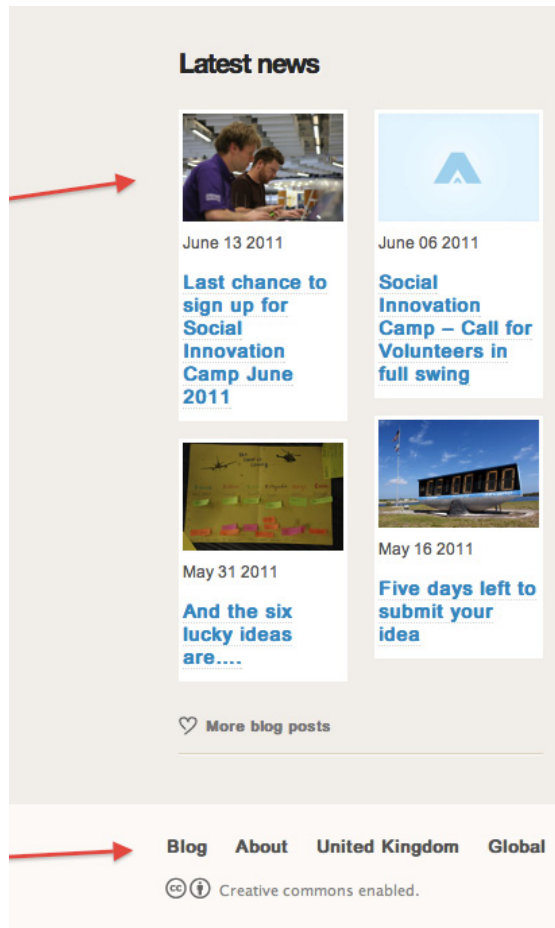
[Send Message](#)

I went to Appalachian State University where I studied physics and astronomy. Shortly after graduating in 2006 I moved to Portland, OR. I've been a consultant and am currently a full time rocket nerd. When not day dreaming about being in space I'm helping design and build some of the most sophisticated amateur rockets in the world at Portland State Aerospace Society.

[mechanicalintegrator.com](#)

I.11.3.3. SOCIAL INNOVATION CAMP

URL <http://www.sicamp.org/>



- Uso de socialmedia en el Home (Twitter).
- Uso de entradas nuevas del blog con imágenes.
- Footer con información básica.

I.11.3.4. SOCIALNEST

URL <http://socialnest.org/>

The screenshot shows the SocialNest website homepage. At the top left is the logo "socialnest" with the tagline "Incubadora de Empresas Sociales" and a small bird icon. To the right is a search bar with an "IR" button. Below the logo is a navigation menu with buttons for "INICIO", "QUIERO EMPRENDER", "CONÓCENOS", "QUIERO AYUDAR", "CONECTA", "ENTRADAS", and "COMENTARIOS".

The main content area features a large orange rounded rectangle with the text: "¿TIENES UNA IDEA QUE PUEDE MEJORAR EL MUNDO?". Below this is a section titled "EL PLAZO DE INSCRIPCIÓN PARA LA CONVOCATORIA DE MAYO 2011 HA FINALIZADO". The text reads: "Gracias a todos los que habéis presentado vuestras ideas. En breve nos pondremos en contacto con vosotros. Mientras tanto, podéis conocer el estado de vuestra solicitud rellenando el siguiente formulario:".

Below the text is a registration form with three input fields: "Nombre (requerido)", "Tu email de contacto (requerido)", and "Teléfono de contacto". At the bottom of the form is an "Enviar »" button.

On the right side, there is a "Suscríbete a socialnest" section with a text input field and a "Suscribirme!" button. Below it is a "¿Tienes una idea que mejor el mundo?" section with a text input field and a "Suscribirme!" button.

At the bottom right, there are two social media links: "Síguenos en Facebook!" and "Síguenos en twitter!". The Facebook link includes a "Socialnest" text and a "facebook" button. The Twitter link includes a "socialnest" text and a Twitter icon.

A dark navigation menu is overlaid on the right side of the page, containing the same items as the top menu. A dropdown menu is open under "QUIERO EMPRENDER", listing: "¿Empresas sociales?", "Programa", "¿A quién va dirigido?", "Proceso de selección", "INSCRIBETE", "FAQs", and "Inspírate".

Red arrows point from the text "¿TIENES UNA IDEA QUE PUEDE MEJORAR EL MUNDO?" to the registration form, and from the text "Síguenos en Facebook!" to the Facebook link.

- Llamada grande e importante en el Home sobre el servicio.
- Espacio para Redes Sociales juntas (Facebook y Twitter).
- Páginas con información fundamental y cercana a lo que el innovador necesita saber.

I.12. CONCLUSIONES PRELIMINARES.

I.12.1. POLÍTICAS PÚBLICAS

Chile es un país que se encuentra en un periodo de desarrollo económico abriendo sus mercados hacia el sector de servicios globales, debiendo comprender que en ésta y futuras etapas, el diseño es parte de ellas.

El crecimiento económico del país necesita ocupar integralmente herramientas que entregan el diseño desde su área proyectual y productiva para insertarse de forma efectiva en los mercados internacionales. El crecimiento de Chile se ha basado en lo económico y productivo, contando con falencias en el desarrollo del capital humano y por tanto social. Para ser un país que mira integralmente su desarrollo tiene necesariamente que considerar de manera indispensable el desarrollo e inclusión social, pues constituye la base de la innovación, donde el diseño juega un rol relevante para la generación de redes, de espacios de participación de los actores sociales y planificación de instancias de desarrollo de innovación comunitaria.

A través de la investigación se ha podido comprender las bases de las políticas públicas de innovación nacional, mediante documentos, entrevistas y reuniones (citados en los anexos y las fuentes). Esta experiencia refleja que las propuestas son de largo plazo, pero sus estrategias de implementación tienen un carácter más inmediato, porque responden a los énfasis del periodo de cada gobierno, perdiendo una lógica de continuidad y por tanto, de proyección en el tiempo.

En la investigación se infiere que existe un relativo desconocimiento de que el diseño puede aportar significativamente a la planificación, desarrollo e implementación de las políticas públicas de innovación, ya que al observar la aplicación de éstas, no aparece considerado el diseño como un elemento importante en la cadena de planificación y ejecución.

En los inicios de la investigación se plantea la idea de un propósito muy ambicioso, como es la “creación de un programa piloto de políticas públicas de diseño”, la que tenía dificultades mayores para su implementación por la magnitud del tema, llegando a concluir que era necesario abordar un contenido más específico que permitiera la aplicación de un piloto para demostrar su factibilidad.

I.12.2. EL DISEÑO, ¿SOCIAL Y TECNOLÓGICO?

Existen proyectos relacionados a estas áreas, pero la mayoría son extranjeros. EEUU y los países europeos tienen claro el poder de las herramientas de la Web, los alcances de la comunicación global instantánea y la eficacia de los medios en que el diseño aporta.

Cuando el diseño trabaja con otras áreas disciplinarias es capaz de crear proyectos en los cuales convergen distintos conocimientos lo que permite generar herramientas que pueden dar soluciones flexibles y adaptables para el bienestar social.

El diseño cuenta con un área de investigación enfocada al desarrollo de la innovación social, que en Chile aún falta por explorar, planteando nuevos desafíos en un campo emergente de descubrimiento y aportes, respondiendo a nuevos paradigmas de la disciplina, que harán más visibles, la importancia de la incorporación del diseño en las bases de cualquier estrategia de desarrollo social. En este contexto, resulta una oportunidad para desarrollar proyectos de diseño en inclusión social.

La experiencia de algunos países señalados en esta investigación, dan cuenta de la importancia que tiene formar una cultura del diseño, la cual forma parte transversalmente en todos los niveles de la educación, de los espacios públicos, del diálogo ciudadano, etc.



II Segunda Parte PROYECTACIÓN



II.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE DISEÑO

II.1.1. INSTITUCIÓN U ORGANISMO

Se ha puesto en evidencia en la primera parte de este proyecto, cómo funciona la División de Innovación del Ministerio de Economía, quien plantea las bases que son puestas en marcha desde el gobierno. Es por ello que se considera al MINECON como plataforma base de trabajo, tomando en cuenta sus objetivos y la relación que éste pretende con la ciudadanía.

Los aspectos relevantes de las Políticas de Innovación del Ministerio de Economía (2009), que servirán de guía para desarrollar el proyecto son:

1. El principio basado en la cooperación, que señala que las experiencias exitosas de innovación se generan en las redes de personas y organizaciones.
2. Proveer factores y condiciones para la innovación a través de la transferencia tecnológica.

La política de innovación, en el contexto de la cooperación y generación de redes, puede desarrollarse a través de proyectos sociales, para su materialización.

Por otra parte los proyectos sociales pueden implementarse gracias a la transferencia tecnológica por medio de las TIC.

II.1.2. NECESIDADES DEL USUARIO

La necesidad fundamental del usuario al que va destinado este modelo de servicio es obtener apoyo que le permita desarrollar sus proyectos sociales usando las TIC.

II.1.2.1. ANTECEDENTES DEL TIPO DE USUARIO

El tipo de usuario al que está destinado este proyecto, se encuentra planteado en la Etapa de Antecedentes (I.9.2.1.), tomando al Creative Class actual, relacionándolo con quienes son los nuevos innovadores sociales en Chile.

El usuario cuenta con estudios superiores (en curso o terminado), y debe tener interés en realizar proyectos sociales o estar participando a lo menos en uno de ellos.

El modelo de servicio que se está realizando se encuentra destinado al desarrollo de proyectos que surgen por iniciativa individual o comunitaria, todos ellos con la finalidad de crear redes sociales (físicas o digitales) que son pertinentes y aprovechables para un cierto grupo de interés, de los cuales se excluyen grandes empresas y PYMES ya establecidas, en pos de proyectos más locales y cercanos.

II.1.2.2. ANTECEDENTES DEL USUARIO PARA EL PROGRAMA PILOTO

Para la realización de un piloto del modelo de servicio, se toma el caso de la organización social Escuela Libre Luchín, con quienes se ha realizado entrevistas, ellos poseen experiencia y reconocimiento entre sus pares, y aunque tienen un pobre desempeño en el área de comunicación y uso de tecnología de redes sociales, tienen claro el alcance y poder que estas herramientas son necesarias para poder posicionarlos y consolidar su proyecto.

II.1.2.2.1. Escuela Libre Luchín

(A cuatro años de sus inicios)

La Escuela Libre Luchín, es una organización político-social que trabaja en Villa la Reina desde un proyecto educativo con niños de primero básico a cuarto medio, adhiriendo como reflexión y práctica de aprendizaje a la Educación Popular.

Nuestro trabajo surge a raíz de unas vacaciones para niños organizadas por un núcleo de amigos universitarios en la comuna de la Reina durante el mes de enero del año 2007, que en un principio sólo se plantea desde un acto de solidaridad que creíamos necesario para nuestras vidas, a pesar de que individualmente algunos de nosotros teníamos experiencia organizacional en el mundo político, cristiano etc., El lugar: la Villa la Reina, el cual corresponde a un sector popular en donde vive gran parte de la comuna (30%), a pesar de ocupar un pequeño espacio de todo el territorio en la cual ésta se extiende. La Villa la Reina como población, tiene en general todas las problemáticas de carácter social que normalmente se desenvuelven en estos sectores, como la cesantía, la presencia fuerte de la droga y la falta de oportunidades para la juventud. Pero también la gran cantidad de iniciativas de parte de sus pobladores que organizándose buscan mejorar su situación. Una vez realizadas las vacaciones sin tener mayor voluntad que generar un espacio de diversión para los niños de la Villa, nos planteamos la necesidad de realizar un trabajo permanente en el sector, esta vez desde una escuela de reforzamiento con los mismos pequeños que habíamos conocido en el verano, tratando de alguna manera combatir la brecha educacional que existe entre los sectores más pobres de nuestro país en relación a los sectores más acomodados.

A lo largo del trabajo en la escuela de reforzamiento, que en un principio sólo se reducía a eso, es decir; a **reparar los contenidos mínimos que el Ministerio de Educación establece en el programa escolar**, nos dimos cuenta como participantes de la organización, de la urgencia de reflexionar sobre la proyección de la labor que estábamos desarrollando; problematizar el porqué de nuestra voluntad solidaria, lo que nos permitió en ese instante configurar un pequeño diagnóstico de la realidad local y nacional. **Así nos entendimos parte de una sociedad dominada por las relaciones del mercado, altamente individualista donde es posible ver como gran parte de la ciudadanía se encuentra marginada del progreso social que al parecer estaría ocurriendo en nuestro país, no sólo en su dimensión monetaria o económica, sino también desde el punto de vista cultural, educacional etc.** En ese contexto nos planteamos la necesidad de contribuir a través de nuestra labor, a la superación de esta dinámica de oprimidos y opresores que creemos ver en toda la realidad mundial, lo que nos parece fundamental en el desarrollo del trabajo voluntario.

La **problematización** fue un proceso que se inicia en una búsqueda y que toma sentido al ponernos en contacto con la **Educación Popular, movimiento que surge a mediados del siglo XX en Brasil**, como respuesta a la problemática social existente en el contexto latinoamericano, de la mano con expresiones tan significativas como el desarrollo de la Teología de la Liberación. Uno de sus máximos exponentes, **Paulo Freire propone como fundamentos de la Educación Popular una educación liberadora, fundada en el amor y la esperanza en la que los sujetos educador-educando, a través de las prácticas pedagógicas van CREANDO EL CONOCIMIENTO en forma conjunta y a través de relaciones horizontales**, porque todas las personas, no importa de dónde vengan tienen saberes que deben ser compartidos y ser parte del acervo cultural propio de cada sociedad. Para lograr esto es necesario el desarrollo de un **pensamiento crítico acerca de la materialidad que representa el mundo**, con el objeto que el educador- educando deje de sentirse objeto histórico, posicionándose de esta forma como sujeto histórico generador de una realidad diferente, es por eso que, desde nuestra visión la Educación tiene un carácter eminentemente político.

Entonces, un elemento importante que nos posiciona desde un sector determinado en el trabajo social, es nuestra adherencia a la educación popular como marco teórico y práctica política. Creo que desde la educación popular es posible realizar un trabajo voluntario que se distinga de variadas formas. Tomando en cuenta lo anterior, hemos entendido como organización desde un punto de vista político, que nuestra inserción en Villa la Reina para contribuir efectivamente a la superación de la marginalidad, requiere de la acción conjunta respecto de quienes identificamos como sujetos oprimidos, es decir; como víctimas de la pobreza y la exclusión en un sentido amplio. En la lucha en contra de la desigualdad, necesariamente tienen que tener un rol protagónico los grupos con quien trabaja el voluntariado. Son ellos quienes tienen la posibilidad de superar las ataduras de la pobreza. Existe la urgencia de ver a los marginados como sujetos sociales de cambio, capaces de construir su propio destino histórico y no solamente como receptores de una ayuda solidaria proveniente de quienes están en condiciones de brindarla.

En el terreno práctico, esto nos ha llevado a plantear en un primer punto, la necesidad de entender a los niños con quienes trabajamos, como parte de la organización, con responsabilidades y capacidad de decisión en la orgánica. Es así como nuestra labor se fue transformado desde un adulto que pasa o refuerza materias en una relación vertical con los alumnos quienes serían depositarios del conocimiento trasvasiado, a un motivador y problematizador de la educación a la que aspiran los niños. Creemos que es fundamental una relación de carácter horizontal y democrática entre educadores-educandos. Sólo de esta forma es posible facilitar una conciencia transformadora de la realidad social para quienes el sistema no les es conveniente. De otra manera se niega el carácter de sujeto autónomo de quien asiste el voluntario, lo cual es propio de una concepción de sociedad de masas, en donde existe una relación paternalista y guiada por quienes son los portadores de los beneficios culturales que la realidad económica permite a algunos.

En un segundo punto en relación a este tema, creemos que nuestro trabajo debe de superar el espacio físico que significa el aula de clases. Nos definimos como una organización que se vincula con los demás sujetos organizados del plano local, con el objeto de construir colectivamente una realidad distinta a la imperante. Así hemos participado en plazas sociales, en donde las organizaciones de Villa la Reina exponen su trabajo en un mismo lugar público, invitando a la gente a integrarse a las distintas labores que éstas desarrollan, o en pascuas populares u otras actividades de la misma índole. Me parece que este es un tema que también debe plantearse en el voluntariado para poder generar un efectivo poder transformador y dejar de lado el rol asistencialista que en muchas ocasiones no podemos derrotar en nuestro actuar, es decir, cómo transformar el trabajo voluntario en una capacidad revolucionaria en cuanto a las estructuras sociales que generan la desigualdad social, es un desafío no resuelto que sin duda en un desarrollo mas avanzado del trabajo voluntario, nos va a llevar a interesantes diálogos futuros, en los cuales agradeceremos espacios de comunicación como el que hoy día nos convoca en esta mesa.

Estos dos puntos anteriores (entender a los niños como parte de la organización, con responsabilidades y capacidad de decisión en la orgánica y la vinculación con las organizaciones de la Villa), nos encaminan hoy a definirnos como una organización político-social. Política, porque entiende a la pobreza desde un punto de vista estructural y porque cree en acciones colectivas, provenientes principalmente desde el mundo popular para su superación, es decir, como una proyección ciudadana y desconcentrada del poder; y social porque aborda en su actuar una dimensión social, que en nuestra realidad se manifiesta en talleres educativos gratuitos que posteriormente pasaré a explicar.

En un primer plano, nos entendemos como un grupo **autónomo respecto del Estado**, ya que apostamos a la construcción de un poder popular desde y para los marginados, confiando en su capacidad histórica de transformación. En este sentido privilegiamos **la autogestión en el plano económico e ideológico**, con el objeto de mantener una forma de independencia en cuanto a nuestras estrategias de construcción social y formas de plantear el ejercicio del trabajo solidario, lo que permite un significativo desarrollo de la creatividad en nuestra organización, refiriéndome por supuesto; tanto a los niños que asisten a Luchín como a los monitores. También en un segundo plano nos ha permitido, como señalaba anteriormente, **fundamentar nuestra acción social desde relaciones horizontales y democráticas** con los educandos, lo que por cierto es aplicable a toda forma de trabajo solidario según nuestro parecer.

Por último, en el terreno del trabajo educativo como forma de voluntariado, la educación popular nos ha llevado a buscar como horizonte la formación de una comunidad, en donde el aprendizaje de niños y monitores se desarrolle como un proceso recíproco de intercambio de conocimientos, entendiendo que no somos los poseedores de una verdad absoluta, sino de un conocimiento que se enriquece en el compartir experiencias con quienes trabajamos. Tenemos la misión de entenderlos como sujetos sociales. En este sentido lo que buscamos como educadores, es la **facilitación de un pensamiento crítico en los educandos**, algo que por supuesto no significa ocultar nuestras posturas ante la vida, es decir; nuestra visión ideológica de la realidad. Tratamos de evitar en nuestra labor educativa la naturalización de posturas o la dogmatización de conceptos.

Sin lugar a dudas, este también es un desafío muy relevante para quienes desarrollan voluntariado en el área de la educación. Tenemos que confesar que este horizonte ha sido difícil de conquistar, cayendo más de una vez como escuela Libre, en prácticas poco libertarias del aprendizaje, por ejemplo al decir “la democracia es ESTO...”. Me parece que el hecho de entender, en nuestro caso, a los niños como sujetos sociales con pensamiento crítico, es un acto de confianza en su propia capacidad revolucionaria respecto del entorno de injusticia social en el que se desenvuelven ya que son ellos quienes la experimentan día a día.

A raíz de los cuestionamientos anteriormente desarrollados, nuestra **metodología** se desarrolla a través de ESPACIOS EDUCATIVOS, que se concretizan en talleres gratuitos, a saber:

I: Luchín sábados: niños de 6 a 11 años

II. Luchón, niños y adolescentes desde los 11 años

I. ROL DEL EDUCADOR POPULAR EN EL TRABAJO EN LUCHÓN: debemos tener un **rol activo** como **provocadores**, teniendo en cuenta el “aquí” de los educandos (tanto en su contexto personal como en el contexto socio cultural y etario), y el “aquí” de nosotros como motor motivador y movilizador (somos educadores populares, de izquierda, sujetos históricos, que buscamos la transformación de la realidad y que hacemos eso a través de: Luchín, la música, la historia, el derecho, el fútbol, el baile, de nuestras relaciones, de nuestros hobbies... etc.) dado que en el trabajo con jóvenes “un ejemplo vale más que mil palabras” tenemos que ser capaces de transmitir en los talleres que hagamos nuestro espíritu, nuestra forma de vida, nuestra lucha, el taller debe motivarnos a nosotros primero para así poder motivar a los niños y generar una mística. La actitud del educador popular debe tender siempre a lograr las condiciones básicas para el proceso educativo tanto a nivel personal como grupal:

Las condiciones básicas para un proceso educativo a nivel personal son: **la atención, la observación y el estado de alerta** (para poder ver qué surge de las provocaciones).

Las condiciones básicas para el proceso educativo a nivel grupal son: **soltura, confianza e integración grupal. Las condiciones básicas establecen como punto de partida el “AQUÍ” de los sujetos participantes del proceso educativo.**

Es necesario que el educador lleve un registro y documentación de los talleres que realiza para contribuir a la sistematización del trabajo educativo, para la operatividad de las reuniones de planificación y para la descongestión de la asamblea general.

Disponibilidad horaria: días sábados de 16:00 a 19:00 en la Villa para las jornadas de Luchón, un día a la semana de 19:00 a 21:00 para la planificación (en lugar por definir, cerca de Plaza Italia). Un día al mes para asistir a la asamblea general de Luchín.

II. EL TRABAJO EN TALLERES: el espacio de los talleres debe resolver la necesidad de **reflexionar**, pero también de ver **resultados concretos a corto plazo**. No podemos olvidar que así como nosotros, los niños, al ser sujetos en el proceso educativo son también educadores y requieren de esta praxis que debe combinar la **reflexión teórica con la acción práctica**.

Para que esto sea posible, al finalizar cada jornada, casi como un rito, cada taller va a presentar al grupo entero el trabajo que generó durante la tarde, sin excepción. Será la forma de poner en común y de valorizar el esfuerzo entregado.

Los talleres deberán estar conectados entre sí de forma directa o indirecta, deberán emanar de intereses de los niños y de los educadores y plantearse objetivos explícitos a corto y a largo plazo.

El rol del educador en este espacio deberá ser de facilitador y motivador en todo momento. El educador deberá llevar registro y hacerlo patente a los mismos niños a la semana siguiente, si es pertinente, y a los demás educadores en la reunión de planificación semanal.

III. PASEOS Y SALIDAS A TERRENO: Luego de evaluar el 2010, se tomó este punto como uno de los más exitosos en lo que actividades se refiere, por lo tanto, fuera del horario de Luchón, haremos paseos y salidas a terreno con los niños para cubrir dos necesidades: la de esparcimiento del grupo entero y generación de mística haciendo onces, almuerzos, pichangas, paseos, etc. que hagan posible un encuentro más íntimo entre todos, cambiando de escenario; y la necesidad de cada taller en particular con salidas a terreno como ver una obra de teatro, cubrir alguna noticia, ir a lugares emblemáticos, por ejemplo.

IV. METODOLOGÍA A IMPLEMENTAR EL 2011:

- **PROVOCACIÓN A TRAVÉS DE DINÁMICAS U OTROS.**
- **ACTIVIDAD EN TORNO A LOS TALLERES.**
- **PRESENTACIÓN DEL TALLER.**
- **PASEOS Y SALIDAS A TERRENO**

(Para el detalle del informe Luchín Ver anexo n°4).

II.1.3. PROSPECTIVA DE INNOVACIÓN

II.1.3.1. LA MINGA

La Minga es un modelo de servicio que está diseñado para apoyar proyectos sociales mediante el uso de las TIC de tal forma de facilitar el acceso a los beneficios que ofrece el diseño, la tecnología y la comunicación.

Es un servicio que tiene relación con la importancia de la innovación tecnológica, las redes sociales, y el eficiente manejo del capital del conocimiento en pos del desarrollo social.

La Minga como servicio pretende que todos los afectados, participantes y redes que se generen a través de este proyecto, vivencien cotidianamente los beneficios que son posibles de generar entre el uso de las TIC y sus proyectos sociales.

Este modelo de servicio se concretiza a través de la generación de una plataforma Web, con una base de datos y una interfaz acorde a la administración de proyectos, específicamente creada para apoyar su desarrollo, pues cuenta entre otras bondades con un espacio para usar como bitácora, un chat directo con los administradores, una plataforma de ingreso de solicitudes para el desarrollo de productos de diseño, una ventana para mostrar los proyectos ingresados, etc. Es un gestor de multi-proyectos Online. Esto no sería posible si no es por el uso de la Internet como base y su plataforma de redes mundiales y de conexión instantánea, por ello es el dispositivo más eficaz y acorde a este modelo de servicio.

Estos proyectos pueden ser muy variados, pero todos ellos incluyen 5 pilares que son necesarios para ser considerados en esta plataforma:

1. Uso de las TIC (Tecnologías de la Información y la Comunicación).
2. Generar redes sociales.
3. Innovación, definida anteriormente.
4. Diseño de la Gestión social creativa.
5. Sostenible a nivel de entorno.

Tipologías de proyectos que apoya La Minga, incluyen enfoques en:

1. Espacio público.
2. Tecnología.
3. Educación.
4. Medio Ambiente.
5. Diálogo Social.

Licencias de los Proyectos

Este servicio trabaja de acuerdo a las licencias Creative Commons y las fomenta en los proyectos que acoge La Minga, es decir, cada propuesta que ingresa, puede elegir y usar un tipo de licencia.

Calendarios

La Minga es un servicio que trabajará por semestres. Partirá el primer semestre en marcha blanca, recibiendo 2 proyectos en los meses de marzo, abril y mayo, a modo de inicio de postulaciones. En el segundo semestre continuará con el plan estacionario de carácter semestral donde se admiten una cantidad de 25 proyectos al año, aproximadamente, y se encontraran abiertas las postulaciones desde julio a agosto.

Los Procesos antes señalados son independientes del piloto, que se realiza antes de la marcha blanca.

Comité de Selección y Evaluador

Consta de una parte de la administración de La Minga, quienes evaluarán y decidirán qué proyectos finalmente ingresan a la plataforma y quiénes no. Los que no cumplan con los requisitos se les informarán las razones, y así tienen nuevamente la oportunidad de postular.

Equipo de administración, diseño e implementación

Es el equipo de trabajo, que se encarga de resolver los problemas y la asesoría requerida. Este equipo consta de diseñadores, programador y administrador de proyectos.

Listado de Proyectos actualmente en curso que siguen las líneas de apoyo de La Minga, por lo que son referentes de proyectos para postular en la plataforma Web

- **Canal la Victoria**
<http://www.canal3lavictoria.cl/>
Cultura, Redes Sociales, Arte, Debate
- **ChimbaLab**
<http://www.chimbalab.cl/>
Arte, Tecnología, Redes Sociales
- **ELCINEVINO**
<http://www.elcinevino.cl/>
Cine, Cultura, Redes Sociales
- **REVISTAPLUS**
<http://revistaplus.blogspot.com/>
Cultura, Redes Sociales
- **CracValparaiso**
<http://www.cracvalparaiso.org/>
Cultura, Artes, Debate
- **ENEDITV**
<http://enedi2009.uchilefau.cl/>
Cultura, Redes Sociales, Diseño.
- **Software Libre Chile**
<http://www.softwarelibre.cl/>
Tecnología, Software, Redes Sociales
- **Comunitarios.cl**
<http://www.comunitarios.cl/>
Cultura, Redes Sociales, Debate, Proyectos
- **Radio Sin Tierra**
<http://www.radiosintierra.tk/>
Tecnología, Redes Sociales.
- **Labormedia**
<http://www.labormedia.cl/>
Tecnología, Software, Hardware, Audio, Multimedia.
- **Design in Social**
<http://www.designinsocial.com/>
Diseño Gráfico, Tecnología, Redes Sociales.

II.1.4. RESPONSABILIDAD SOCIAL EN EL GRUPO DE AFECTADOS

Este proyecto fomenta el Diseño de la Gestión Creativa en el ámbito Cultural, Social y Tecnológico, para el bienestar y avance social en el contexto país.

Pues se fundamenta en el desarrollo de la Creatividad Social entendida como innovación capaz de generar nuevos bienes, y del fomento de la cultura y la tecnología, en la actual sociedad de la información.

Este programa beneficia la innovación con o sin fines de lucro, realizada por **innovadores** e impulsores de la **cultura** y la **tecnología social**.

II.2. JUSTIFICACIÓN DE LA SOLUCIÓN DE DISEÑO

A través de la asesoría en diseño de tecnologías sociales con uso de TIC, La Minga beneficia la innovación creada por personas o grupos en sus ámbitos de experiencias específicas: comunitarias, territoriales, de desarrollo local, cooperativismo en redes sociales, etc. Todos ellos con la finalidad de crear redes sociales (físicas o digitales) que son pertinentes y aprovechables para un cierto grupo de interés, usando al diseño como enlace entre tecnología y desarrollo social.

Esta plataforma utiliza los medios de comunicación, las redes y la tecnología con el objetivo de construir nuevos espacios de integración y participación, comunicación social y educación a través de la creación y distribución de la información, por medio del diseño de un modelo de servicio. En este sentido las TIC han creado el soporte para que el diseñador pueda generar enlaces de redes sociales a través de múltiples plataformas a segmentos socio culturales distintos (Pujol y Valladolid, 2011, p. 43)

La Minga cuenta con herramientas que ayudan e impulsan el despegue y desarrollo de los proyectos que son acordes al perfil buscado. Para ello la administración, posee conocimiento sobre sustentabilidad de proyectos, recursos, gestión, así como facilidad de comunicación e interacción con los diferentes usuarios, entre otras competencias.

Además y debido al amplio campo en que pueden desarrollarse los proyectos sociales, La Minga entrega la oportunidad para que se creen nuevas redes de apoyo especializado en las temáticas en que se desenvuelven estos proyectos.

Estas herramientas que sirven de solución para el problema, que son entregadas a través de una plataforma Web, están tratadas en el marco teórico y transversalmente en el proyecto de título, donde autores como Margolin (2011), Bonsiepe (2011), y Morelli (2011), han reafirmado el papel del diseño como medio de comunicación en pos del bien común, sirviendo de puente entre las TIC y el desarrollo social.

II.3. DEFINICIÓN DE CÓDIGOS VISUALES

En esta etapa se explica el desarrollo de la imaginería a utilizar, sus aplicaciones y sus variantes.

II.3.1. NAMING

Primero se hizo necesaria la búsqueda del nombre que conjugará y representará a este programa. Para este proceso se hizo una selección previa de alrededor de 100 opciones, la que luego se redujo a:

1. TICS (Tecnologías de inclusión comunicativa social)
2. Amproject
3. VITS (Visión Inclusiva Tecnológica y Social)
4. SocialTIC (Tecnologías de la Información y Comunicación enfocadas en el ámbito Social)
5. Socialnet (Red Social)
6. Transistor (dispositivo electrónico que está en casi todos los aparatos domésticos)
7. Poplanet
8. La Minga (antigua tradición de trabajo comunitario o colectivo con fines de utilidad pública)

Entre estas opciones, se hizo una encuesta a los stakeholders (ver encuestas en el capítulo II.5.1.2., Página 126), donde se detalla que en general la mayoría optaba por 3 opciones:

- SocialTIC
- SocialNet
- La Minga

Luego de analizar los datos, y los comentarios realizados por los propios encuestados, se toma la decisión de optar por el nombre **La Minga**, ya que si bien es cierto posee connotaciones arraigadas al tema del sur y las típicas imágenes de la tiradera de casas, al entender el significado original del término, varios de los stakeholders lo eligieron, y con el tratamiento gráfico adecuado y la tipografía elegida anteriormente, se puede encausar una mejor propuesta de branding.

Los motivos del por qué no se eligieron las otras alternativas, es por sus connotaciones del “social” con partidos políticos, y principalmente de la sigla TIC, que no es ampliamente conocida por todos los stakeholders, solo una porción, y por ello el sonido de la misma, los relacionan con el movimiento involuntario (tics) (ver anexo n°5: Otros Comentarios).

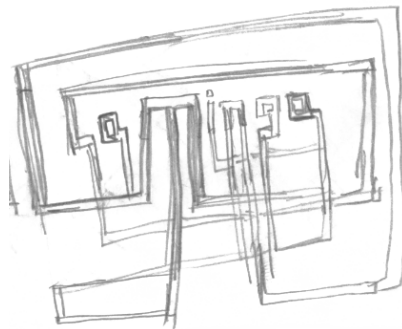
Por ello se intentó elegir una opción, que si bien reúna los elementos básicos del programa, también pueda ser atractivo, que éste en el inconsciente colectivo y que no use siglas, lo que lo hace mas fácil de recordar.

Finalmente, el nombre elegido pretende reforzar el concepto de unidad de trabajo y de inclusión social para que con la ayuda de la elección cromática y tipográfica, se genere un branding acorde al programa.

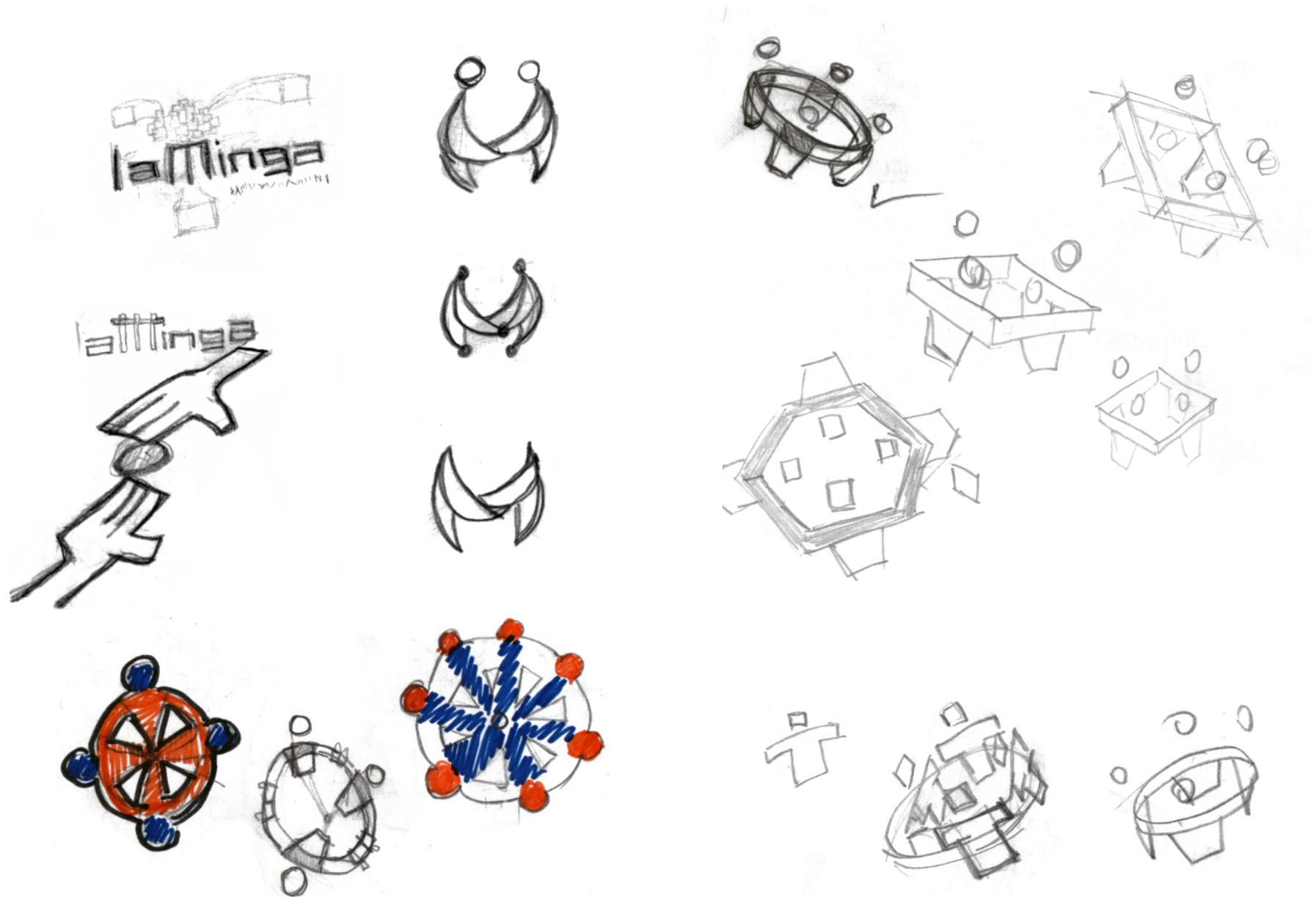
II.3.2. DESARROLLO DE BRANDING

II.3.2.1. DESARROLLO DE ISOTIPO

Se desarrollaron variantes de isotipos conjugando básicamente los conceptos de: inclusión social, tecnología, redes sociales, usando los códigos cromáticos que se detallan más adelante, y tomando en cuenta el uso de tipografía de líneas rectas.



Primeros esbozos



Elección de las opciones más cercanas a lo que se pretende comunicar, encontrando en la solución una síntesis mas icónica de personas formando una ronda.



Luego se junto con el logotipo:



laMinga
Programa de Diseño en Tecnologías Sociales

Se hacía notar la necesidad de una mayor integridad de códigos, por ello se creó otra opción del mismo concepto, pero con ángulos más rectos:



Isotipo

El concepto de La Minga reflejado en el isotipo, debe poseer coherencia con el logotipo, los cuales muestran relación cromática y formal, debido a la relación distinguible que tiene el servicio al usar las tecnologías digitales, por un lado, y por otro mostrar que si bien los proyectos pueden ser muy diversos (y ello es lo que genera mayor riqueza a La Minga), todos deben cumplir con ciertas bases o pilares para poder integrarse a esta comunidad, en donde todos los proyectos son igualmente válidos.



La **m** **i** **n** **o** **a**
DISEÑO PARA LA COMUNIDAD

Magotipo Final

II.3.3. CÓDIGOS TIPOGRÁFICOS

II.3.3.1. LOGOTIPO

La decisión primero pasó por una elección y búsqueda de tipografías para el logotipo, que pudiesen ser asociadas al concepto de tecnología, ellas tenían que ser sans-serif, de ángulos rectos y tener similitud con elementos tecnológicos, por este motivo el logotipo está creado a partir de la tipografía Display SF Squared Head, ajustando el grosor de línea y modificando la unión de sus caracteres para conseguir un mensaje más conciso.

SF Squared Head

La Minga

La Minga

La elección también tiene sustento en una encuesta realizada al público objetivo (ver el subcapítulo II.5.1.2. Encuestas), en que el mismo lo relaciona en su mayoría con los conceptos buscados.

II.3.3.2. TIPOGRAFÍA PARA LECTURA

Para la bajada del texto y producciones impresas se ocupará la tipografía Futura Medium en formato de Título.

Futura Medium **ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ**
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
1234567890

Futura Lt BT Light ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
1234567890






Y para el texto de lectura, que será usado en la Web, se toma la decisión de usar Verdana, por su reconocida legibilidad en pantalla, y sus propiedades formales que la presentan acorde al resto de los códigos.

Verdana ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
1234567890

Verdana Bold **ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ**
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
1234567890

II.3.4. CÓDIGOS CROMÁTICOS

A través del análisis del benchmarking, se decide usar 4 cromas principales y un gris:

	RGB	RGB WEB	CMYK
	R 0 G 113 B 188	0071BC	C 85% M 51,45% Y 0% K 0%
	R 0 G 113 B 188	29ABE2	C 70,88% M 14% Y 0% K 0%
	R 0 G 113 B 188	F7771E	C 0% M 64,63% Y 90,17% K 0%
	R 0 G 113 B 188	000000	C 0% M 0% Y 0% K 100%
	R 0 G 113 B 188	666666	C 0% M 0% Y 0% K 60%

El ámbito tecnológico tiene muy bien posicionado el uso de cromas cercanos al 0/113/188 RGB. Además el uso del “naranja” 257/119/30 RGB está destinado a equilibrar con mas calidez las aplicaciones en general, para acercarlo más al concepto social y de unión, y no dejar sólo matices fríos.

Se toma la decisión de elegirlos entre los sistemas cromáticos RGB hexagesimal y decimal, para poder tener mejor compatibilidad con su aplicación Web.

Se agrega además el gris 102, está delimitado al texto de bajada y textos extensos en el sitio Web.

II.3.4.1. CATALOGACIÓN SEGÚN PATRONES GRÁFICOS

Se determina el uso del 0/113/188 RGB y el negro 0/0/0 RGB, posicionados con mayor frecuencia en el entorno gráfico de producción. Luego está el uso del celeste 41/171/226 RGB y el gris 102/102/102 RGB con una frecuencia media. Y finalmente el naranja 257/119/30 RGB con una frecuencia baja en relación a la sintaxis cromática.

II.3.4.2. TIPIFICACIÓN SEGÚN APARIENCIA

El uso de 2 matices de color cercanos al “azul” en el isotipo, propone seguir usando este cromas relacionados en este caso con la tipografía con conceptos tecnológicos, y con objetivo de poder hacer una diferencia y realce de variedad en los iconos de las personas.

El negro esta destinado a dar peso al logotipo, como lectura primordial del isologotipo, y el gris esta en la bajada y con menor frecuencia que los demás elementos, por su menor relevancia a nivel visual.

Estos matices de negro, están destinados además a dar mayor seriedad y reflejo de robustez en la marca.

II.3.4.3. IMPACTO Y SINTAXIS

Las relaciones cromáticas en el isotipo, están destinadas en su orden y simetría, a equilibrar estas masas de color, y que se diferencien suficiente del logotipo, pero que sin embargo no estén del todo ausentes de la unión que genera el enlace con la “M”, que posee el mismo celeste que tiene el isotipo.

El impacto se genera en la mitad del isologotipo, a través de los blancos visuales.

II.3.5. VARIABLES PRECEPTUALES

Desglose del análisis semiótico del Isologotipo

II.3.5.1. FORMEMAS

II.3.5.1.1. Morfosintaxis

La relación se da por la unión cromática por un lado y formal por otro, a través de el uso de los mismos códigos entre los dos grandes bloques que se presentan: El isotipo y el logotipo.

Éstos deben poder ser independientes y reflejar al lector esta característica, y a la vez poder estar coherentemente conectados semántica como sintácticamente entre ellos.

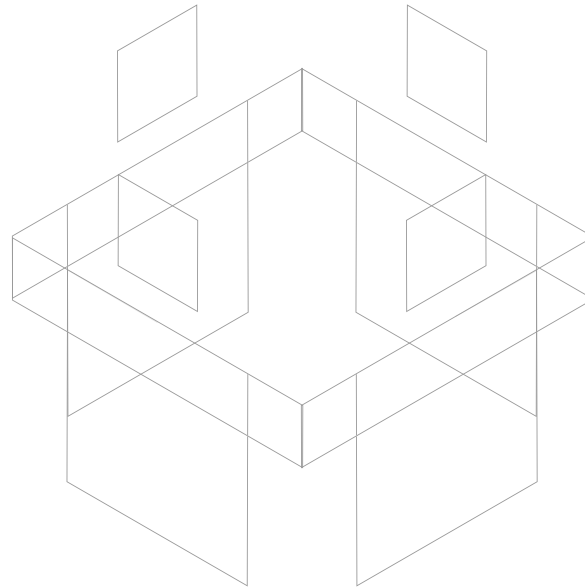
II.3.5.1.2. Interfigural

La relación interfigural entre estos dos grandes elementos se hacen visibles por sus detalles angulosos, y sus vectores coherentes en el conjunto.

La relación intrafigural se arma por la simetría coherente entre los 4 iconos de personas que componen el isotipo, unidos formando una ronda.

Por otra parte el logotipo posee uniones dentro de sus palabras, a través de ligazones gruesos y bien definidos, y su bajada de texto conformado por otra tipografía que actúa como bloque, equilibrando las contraformas.

II.3.5.1.3. Trazado de perfiles topológicos



II.3.5.2. MANEJO DE INDICIOS EN LA CONFIGURACIÓN ESPACIAL

Para equilibrar los espacios se trazaron líneas de simetría, equilibrio y dirección, los cuales ayudaron en la construcción del isologotipo.

Por otra parte la intrafiguralidad en el isotipo recrea un índice con dirección negativa en el eje X del mismo, y todo el resto de los trazados están en relación isométrica para completar el conjunto coherentemente.



Área personal del Isologotipo



Forma



Contraforma

II.3.6. APLICACIONES

Construyendo el lenguaje de la marca

“Todos los elementos gráficos y tipográficos de una imagen corporativa necesitan apoyar el posicionamiento de la marca y ajustarse bien entre sí. Si se consigue esto, la identidad resultante será significativa, de relevancia y flexible.”

“Habitualmente, son los elementos secundarios (estilo tipográfico, estilo de imágenes, tipo de maquetación, tono de comunicación, paleta de color, sistemas de jerarquía) los que, aplicados de manera creativa e inteligente, y vistos en conjunto, confieren el mayor grado de diferenciación a una imagen corporativa.

Mientras que el logotipo constituye la pieza clave del universo de la marca, la total expresión de la identidad sólo se alcanza a través de los elementos secundarios; un logo por sí solo no puede hacer todo el trabajo. Una vez contruidos los diferentes elementos gráficos, éstos podrán aplicarse en distintos medios para alcanzar el grado correcto de expresión y tono de la marca.” (Ambrose, Kelly C., Lumby M., 2006)

En las aplicaciones, que básicamente son todos los elementos gráficos del sitio Web, es donde se conjugan todas las decisiones antes expuestas, y donde el tercer cromas RGB Web: F7771E (naranja) tendrá su principal aporte para equilibrar los matices fríos.



Construcción de ensamble de colores planos que se usaran como fondo del sitio.



Banner

Sticker

Aplicación en el sitio Web de los códigos gráficos

II.3.6.1. APLICACIONES DEL ISOLOGOTIPO

Las aplicaciones cromáticas serán en su mayoría en colores planos, y con algunos efectos de sombras para realzar cierta información relevante. El uso en difusión será en stickers y en banners.





PROYECTACIÓN

II.4. DEFINICIÓN DE ESTRATEGIA TECNOLÓGICA

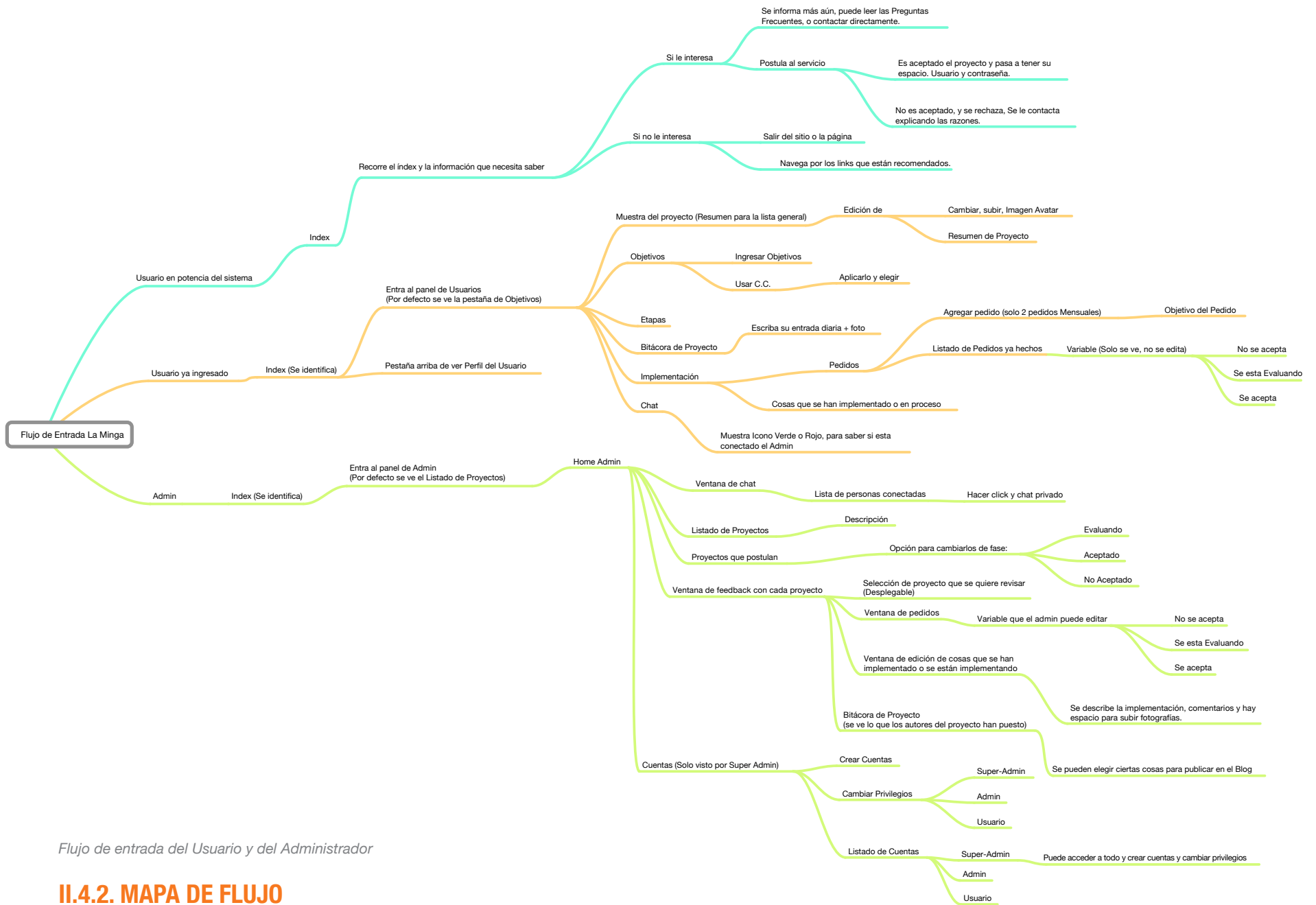
II.4.1. INTERFAZ DE USUARIO

La interfaz de usuario está definida por un sitio Web interactivo, una plataforma en la red que se encuentra construida sobre una base de datos dinámica, la que servirá como intermediario entre el usuario final y el administrador, quienes serán beneficiados mutuamente.

La interfaz de usuario está limitada por las capacidades del ordenador de cada usuario y del lugar donde lo esté ocupando, por tanto será optimizado para los navegadores más populares que estén siendo utilizados por el público objetivo.

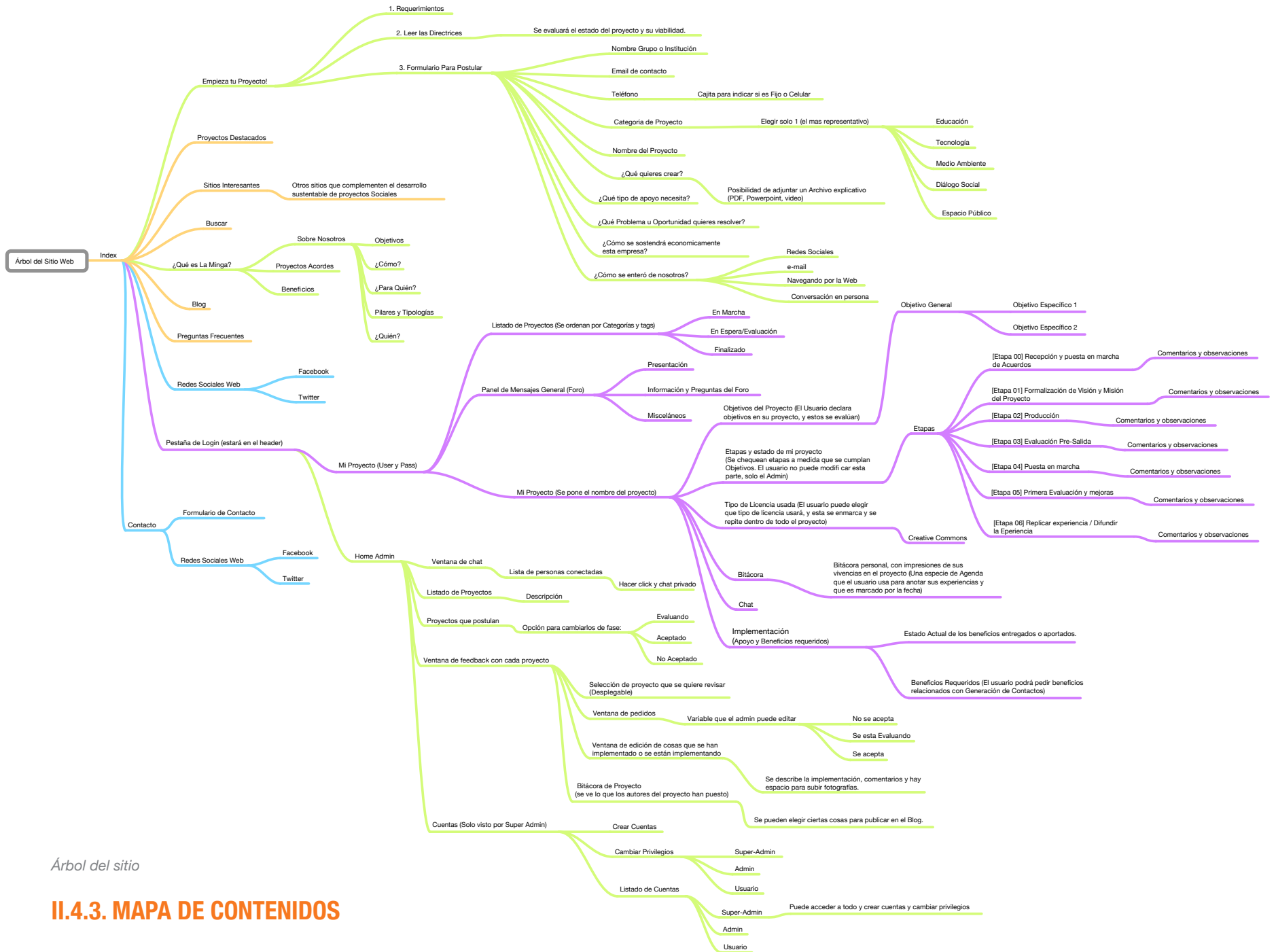
El sitio Web será la principal vía de comunicación y trabajo con el usuario, generando redes con otras comunidades y entidades que están acordes al trabajo que se pretende realizar.

Aquí serán presentadas toda la información, comunidades, e interacción necesarias para una fluida comunicación entre los actores del sistema.



Flujo de entrada del Usuario y del Administrador

II.4.2. MAPA DE FLUJO



Árbol del sitio

II.4.3. MAPA DE CONTENIDOS

II.4.4. TABLA DE CAPACIDADES DEL SISTEMA

Listado de capacidades del sistema Plataforma Web Social-Design			
Capacidad	Tipo	Mantenición	Desarrollo (Dificultad)
blog con novedades	Area del sitio	2	1
Sección: Redes sociales	Contenido administrable	2	2
Perfiles de Proyectos que se aceptan	Contenido administrable	1	3
Sección: leer las Bases	Contenido administrable	1	3
Sección: Proyectos destacados	Contenido administrable	2	2
Sección: ¿Qué es la Minga?	Contenido administrable	1	1
Sección: Como Funciona	Contenido administrable	1	1
Sección: FAQ	Contenido administrable	2	1
Sección: Empieza tu Proyecto	Contenido administrable	1	3
Home Oficina Virtual	Contenido administrable	3	3
Foro General para todos los Proyectos	Contenido administrable	3	4
Mi Proyecto: Etapas y estado del Proyecto	Contenido administrable	3	3
Mi Proyecto: Objetivos del Proyecto	Contenido administrable	2	1
Mi Proyecto: Feedback de la experiencia	Contenido administrable	2	3
Listado de Proyectos por Categorías	Contenido administrable	1	1
Buscador	Funcionalidad	1	3
Formulario para Postular	Funcionalidad	1	2
Múltiples vía de contacto (fono, mail, Twitter, formulario)	Funcionalidad	2	1
Destacar contenidos más comentados/leídos	Funcionalidad	1	3
Organizar Proyectos mediante Categorías	Funcionalidad	1	3
Filtro de proyectos por categorías	Funcionalidad	1	3
Etapas del Proyecto: Ticket de etapa completada (Solo Admin)	Funcionalidad	2	3
Etapas del Proyecto: Espacio de comentario dentro de cada etapa	Funcionalidad	1	1

Listado de capacidades del sistema Plataforma Web Social-Design

Capacidad	Tipo	Mantenición	Desarrollo (Dificultad)
Objetivos del Proyecto: Espacio para que usuario escriba sus Objetivos	Funcionalidad	1	1
Poder Seleccionar que tipo de licencia CC, quiere para su proyecto.	Funcionalidad	1	1
Imprimir en todas las páginas	Funcionalidad	1	1
Login desde la barra de Navegación	Funcionalidad	1	3
Widget Facebook	Integración con API externa	1	2
Widget Twitter	Integración con API externa	1	1
Galeria Flickr	Integración con API externa	1	2
Conexión con Bandeja de entrada de gmail	Integración con API externa	1	3
Usar big footer	Variable de diseño	1	2
Breadcrumb	Variable de diseño	1	1
Versión del sitio para iPhone	Versión del sitio	3	4

**Rangos de dificultad de la tabla:*

Mantenición:

1--> Nula

4 --> Considerable.

Desarrollo:

1 --> Muy poca

4 --> Alta complejidad.

II.5. DESARROLLO DE ANÁLISIS CUALITATIVO

II.5.1. APLICACIÓN DE ESTRATEGIAS DE PROXIMIDAD

Se llevó a cabo la elaboración de las fichas de personas, a través de entrevistas personales y las encuestas realizadas para el branding, este último realizado en Internet y entregados a los stakeholders vía email.

II.5.1.1. CREACIÓN DEL PERSONAS

A través de entrevistas a los stakeholders, se han obtenido datos para el óptimo desarrollo del Sitio Web, los que luego son analizados y resumidos en la ficha de Personas.

Las fichas de Personas

Las fichas de personas, reúnen un resumen de los datos más importantes que se necesitan respecto al usuario, y el investigador debe discernir cuáles son los más relevantes, creando a un personaje que servirá de guía en la realización de la interfaz. Las características para su identificación más relevante están en la primera parte:

- Ocupación
- Importancia para el sistema
- Tareas para el sistema
- Objetivos en el sistema.



Josefina Palma

"Mi trabajo es de calidad, y espero lo mismo del resto"

Edad : 27

Sexo : Femenino

Idiomas : Español

Ocupación : Estudiante, trabajo en jardín Infantil

Ubicación : Vitacura, Santiago de Chile

Importancia para el Sistema : 1

Tareas en el sistema

Ver las actuales ayudas implementadas por este proyecto

Revisar cuánto cuesta el servicio

Ver que plataformas ofrece (Web, videos, etc)

Ver plazos de implementación

Ver quiénes son, quiénes están dentro

Objetivos en el sistema

Generar una red de información eficiente para mi proyecto social

Dar a conocer mi proyecto, difundirlo

Generar redes de comunicación interna dentro del proyecto

Josefina Palma trabaja como educadora, contratada a tiempo completo, y está en proceso de Licenciatura de Ciencias Jurídicas y Sociales.

Ella pasa poco tiempo online desde su casa a través de su notebook, pues es una persona que tiene mucho trabajo práctico, y usa su tiempo en proyectos de ayuda social, especialmente su proyecto del que es fundadora, la Escuela Libre Luchín, que se desarrolla en la villa La Reina.

Por ello, cuando se conecta a Internet se informa en sitios relacionados con su memoria, como la dirección del trabajo, el sitio del Congreso Nacional. Y para información general le gusta sintonizar la radio U. De Chile, y pasar por Facebook de vez en cuando. Aunque sabe aprovechar las ventajas del entretenimiento gratis, como ver películas online, cuando tiene tiempo libre.

Pero su enganche más importante para conectarse a la Internet, es la revisión constante de su Gmail, por las actividades que tiene de trabajo social, pues se comunican por esta plataforma, que aunque puede revisarse en cualquier lugar, los muchos mensajes que llegan, hacen desordenado e ineficiente el poder comunicarse entre la organización.

Desde hace algún tiempo tomaron la decisión de no buscar a otras organizaciones, ni afiliarse con otros, por lo que ella nunca buscó o se hubiese interesado en buscar servicios o sitios que entregaran asesoría en ámbitos de sustentabilidad económica, de comunicación, de proyectos, etc.

Josefina siempre ha sido muy independiente, optimista, y se informa de lo que le interesa y sobre lo que pueda ayudar a sus proyectos personales y en los que ella trabaja, además de ser buena coordinando grupos. Por ello no puede estar mucho tiempo online, y cuando investiga sobre algún servicio, siempre se fija en si existen costos asociados, y entender bien cuales son esos servicios, por lo que siempre preferiría poder ver a través de una infografía o animación, que resuma mucha información rápidamente. Además de ojala tener una versión imprimible para poder rayarla, compartirla.

Para ella es muy interesante contar con servicios que den asesoría sobre sustentabilidad de proyectos sociales, pues está en su vocación, y filosofía de vida.



Sebastián Lillo

"Yo me hago cargo de lo que dicen de mi"

Edad : 25

Sexo : Maculino

Idiomas : Español

Ocupación : Estudiante egresado, hace ayudantía.

Ubicación : El bosque, Santiago de Chile

Importancia para el Sistema : 2

Tareas en el sistema

Ver ejemplos de otras experiencias sociales relacionadas con mi proyecto

Saber que servicios presta, y ver un ejemplo de ello

Buscar temas específicos, sobre lo que me interesa

Buscar un espacio donde haya feedback

Ver quienes son, quienes están dentro

Buscar un espacio para proponer información

Objetivos en el sistema

Acceso a la información, rápidamente

Comunicación efectiva

Estar al tanto de las cosas que suceden

Sebastián Lillo estudia Ingeniería Forestal en la Universidad de Chile, y ya es egresado, está haciendo su tesis. De vez en cuando trabaja haciendo asesoría a empresas, pues le interesa mucho su ámbito profesional y su desarrollo social, por lo que integra en su tiempo libre actividades sociales, y en lo posible, que involucren sus intereses profesionales además.

A pesar de sus otras actividades recreativas, como hacer Taekwoon-do, y tocar en una banda de música, usa Internet para informarse acerca de proyectos sociales, desde revistas electrónicas y noticiosas. Pero para su tesis, la mayoría son libros prestados de la Universidad, aun así busca información en línea, y a través de Facebook, sin olvidar lo importante que es su correo electrónico.

No es tan arisco respecto a compartir información con su círculo social online, pues le resulta de gran ayuda en sus intereses, ya que respecto al tema que le interesa personalmente: la Educación Popular, ha encontrado potencial en la red sobre conocimiento afín, y ha visto algunos servicios que presta su facultad acerca de gestión de proyectos, pero de toda índole, sin excepciones de temática, es decir muy abierto y por tanto un poco impersonal, por lo que no le ha llamado especial atención.

Pero cuando ve que un servicio puede ser muy beneficioso, no le importa intentar lo que sea necesario para poder saber si puede ser oportuno para sus proyectos, pero no antes sin saber que costos asociados pudiesen tener, informarse mucho acerca de cómo se origina este servicio, cuáles son sus objetivos y saber con quién o quienes estaría tratando, pero lo mas importante es no caer en medios burocráticos ni que entorpezcan el camino de sus objetivos, y de su proyecto social.

No le es muy raro ingresar o buscar acerca de este tipo de servicios, que asesoren proyectos, porque él también lo hace esporádicamente, así que lo más probable es que se lo contarían sus amigos y redes, o que finalmente en su búsqueda en la red, apareciera.

Su actitud de entrega hacia sus proyectos, ser inquieto y sus creencias políticas, lo han llevado a trabajar en sociedad con grupos universitarios y externos a ella, pero siempre en el ámbito social y más particular de educación social. Por eso ve como una gran herramienta potencial encontrar buenos proyectos asesores, que apoyen sus creencias y trabajo.



Diego Manzon

"No tengo autoimagen tan definida"

Edad : 27

Sexo : Maculino

Idiomas : Español, Ingles, Italiano

Ocupación : Arquitecto

Ubicación : Providencia, Santiago de Chile

Importancia para el Sistema : 3

Tareas en el sistema

Ver experiencias anteriores de asesorías

Plantear inquietudes, necesidades

Buscar información sobre temas que se estén trabajando en organizaciones inscritas

Compartir y buscar recursos

Objetivos en el sistema

Crear una efectiva difusión y comunicación externa e interna para su proyecto

Sistematizar la información interna

Generar Redes

Diego Manzon es arquitecto egresado de la PUC, trabaja en una oficina de arquitectura, y parte importante de su vida la destina a participar en instancias de organizaciones sociales, de su Universidad y de Educación Popular, además de su interés en los huertos urbanos.

Diego tiene mucho interés en compartir y trabajar en proyectos comunitarios, especialmente en actividades que trasformen a la sociedad, lo que revela su carácter reflexivo y trabajador.

Para su trabajo y sus actividades, que incluyen al montañismo, la fotografía, y la naturaleza, usa Internet para buscar información relevante en sitios de diarios electrónicos, como La Nación, La Tercera o El Ciudadano. Sin dejar de lado radios como la cooperativa.

Diego cree que para poder gestionar y trabajar en proyectos serios, debe haber una motivación personal muy fuerte y responsable, que se defina bien desde el principio, para que no sea una perdida de tiempo, por lo que dependiendo de cuan relevante y eficaz es un servicio de asesoría online, pondría de todo su esfuerzo para que resulte.

Otro punto relevante para Diego, es que una asesoría de este tipo, tenga información sobre otras organizaciones, sucesos políticos y de actualidad, es decir, que no sea cerrada o celosa, de esta forma los mismos usuarios pueden agregar material de forma sistemática para que sea útil para la comunidad del servicio.

Diego no tiene mucho interés en este tipo de servicios, pues es difícil que busque por el mismo servicios afines, pero ha escuchado hablar acerca de autogestione.net, y cree que si de verdad es un aporte, entonces le dará el tiempo que sea necesario, siempre y cuando ayude a sus proyectos.

Por su naturaleza un poco impaciente, afirma que no debería pasar as de 15 minutos, como máximo, dentro de una misma plataforma Web, y su participación será solo lo que el considere como necesaria o prudente.

II.5.1.2. ENCUESTAS

29/07/2011 15:02

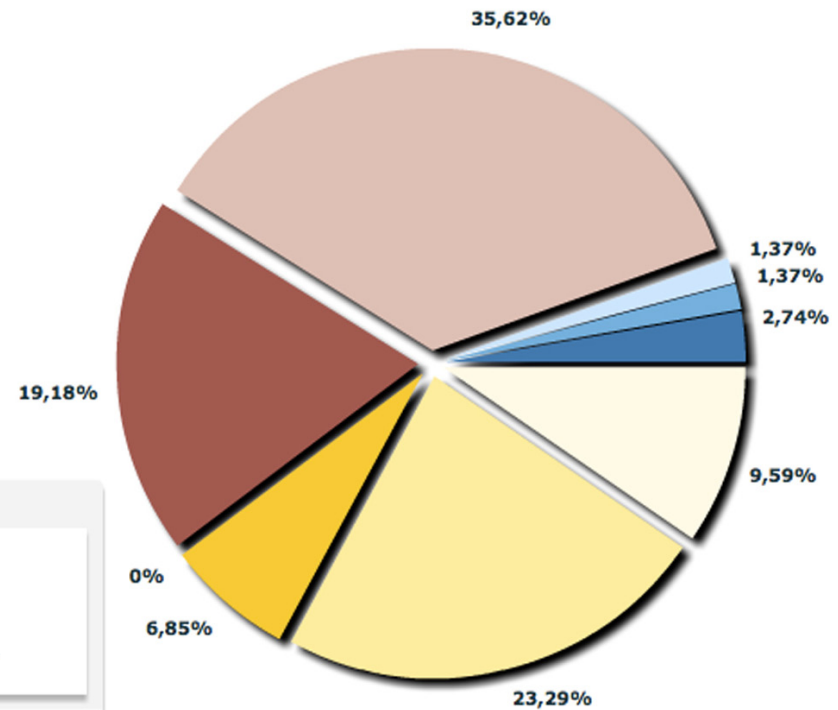
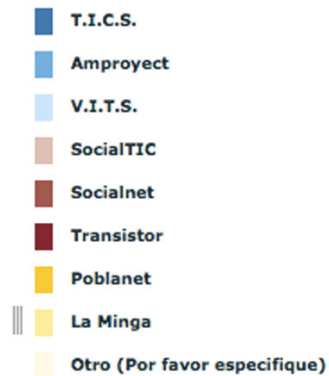
Cuestionarios contestados: 88

Cuestionarios finalizados: 71

Las encuestas están relacionadas con el branding, en primer lugar una búsqueda sobre la percepción de naming, y otra con opiniones acerca de la tipografía elegida.

Naming

¿Qué nombre usaría usted? para un proyecto que se describe como: "Programa que sirve para el desarrollo de proyectos de inclusión social, a través de asesoría y generación de productos ligados con las TIC (Web, transmisión online, Audiovisuales), como pilar fundamental en proyectos sustentables con enfoques sociales." Pensando en cómo suenan, y la cercanía que generan, porfavor responda solo 1 opción

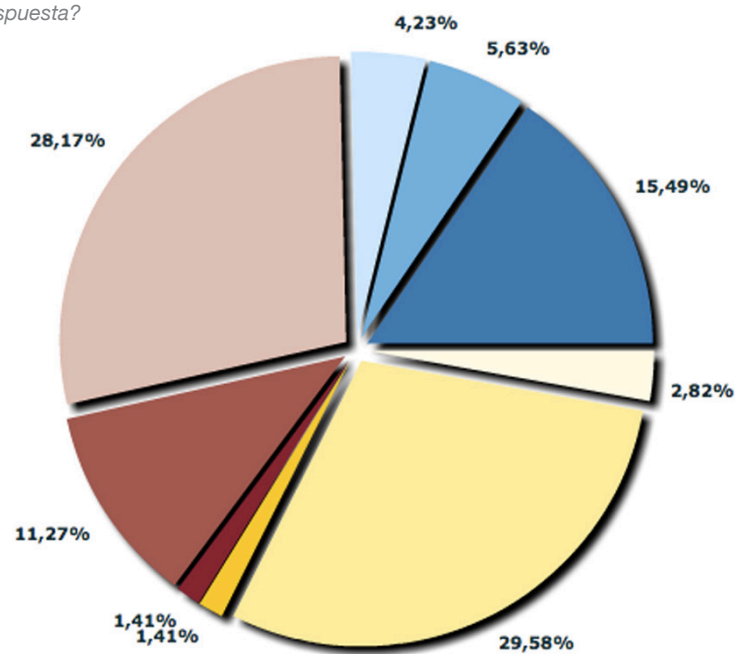


Análisis técnico		Conclusiones destacadas
Media	5,685	
Intervalo de confianza (95%)	[5,200 - 6,170]	
Tamaño de la muestra	73	
Desviación típica	2,114	
Error estandar	0,247	

El **58,90%** eligieron:
 SocialTIC
 La Minga
 La opción **Transistor** no fue elegida por nadie.

Respecto a su respuesta anterior, si supiera la raíz de cada concepto asociado, ¿Cuál sería su respuesta?

- T.I.C.S. (Tecnologías de Inclusión Comunitaria Social)
- Amproyect (Amplitud e impulso de proyectos)
- V.I.T.S. (Visión Inclusiva Tecnológica y Social)
- SocialTIC (Tecnologías de la Información y Comunicación enfocadas en el ámbito Social)
- Socialnet (Red Social)
- Transistor (es un dispositivo electrónico, que esta en casi todos los aparatos domésticos de uso diario: radio, televisión, celulares, etc.)
- Poblantet (Red de Población)
- La Minga (es una antigua tradición de trabajo comunitario o colectivo con fines de utilidad social)
- Otro (Por favor especifique)



Análisis técnico

Media	4,887
Intervalo de confianza (95%)	[4,285 - 5,489]
Tamaño de la muestra	71
Desviación típica	2,589
Error estandar	0,307

Conclusiones destacadas

El **57,75%** eligieron:

- La Minga (es una antigua tradición de trabajo comunitario o colectivo con fines de utilidad social)
- SocialTIC (Tecnologías de la Información y Comunicación enfocadas en el ámbito Social)

La opción menos elegida representa el **1,41%**:

- Transistor (es un dispositivo electrónico, que esta en casi todos los aparatos domésticos de uso diario: radio, televisión, celulares, etc.)

Tipografía

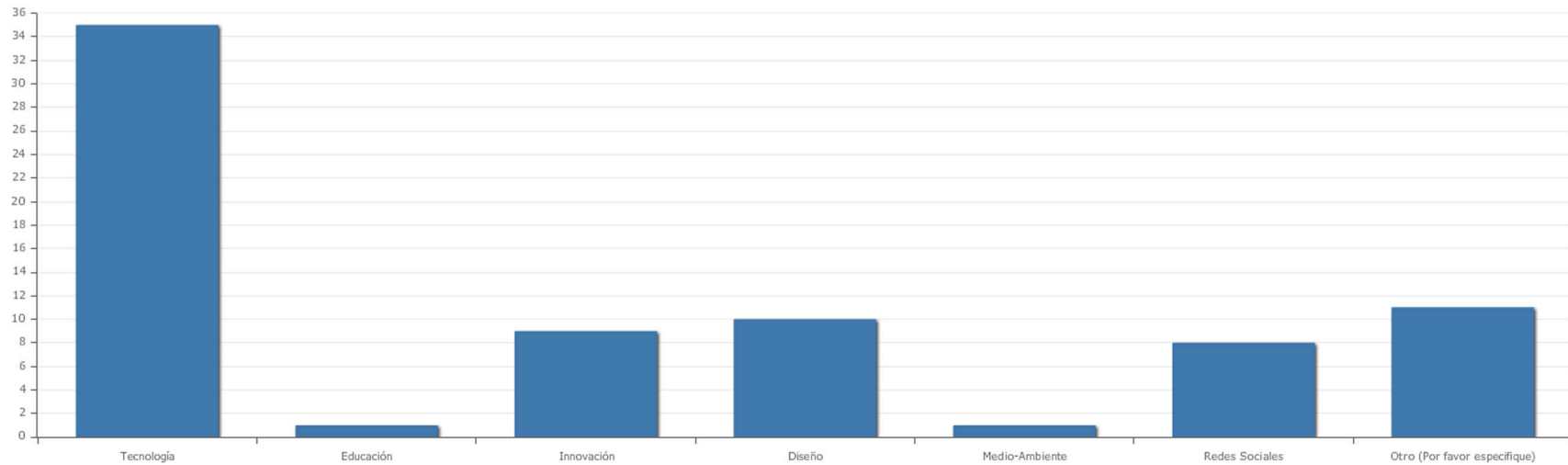
¿Qué conceptos asocia a la siguiente Tipografía?

ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklm
nopqrstuvwxyz
1234567890

06/04/2011 17:18

Cuestionarios contestados: 45

Cuestionarios finalizados: 44



Análisis técnico

Media	5,318
Intervalo de confianza (95%)	[4,630 - 6,007]
Tamaño de la muestra	44
Desviación típica	2,331
Error estandar	0,351

Conclusiones destacadas

El 90,91% eligieron:

Tecnología

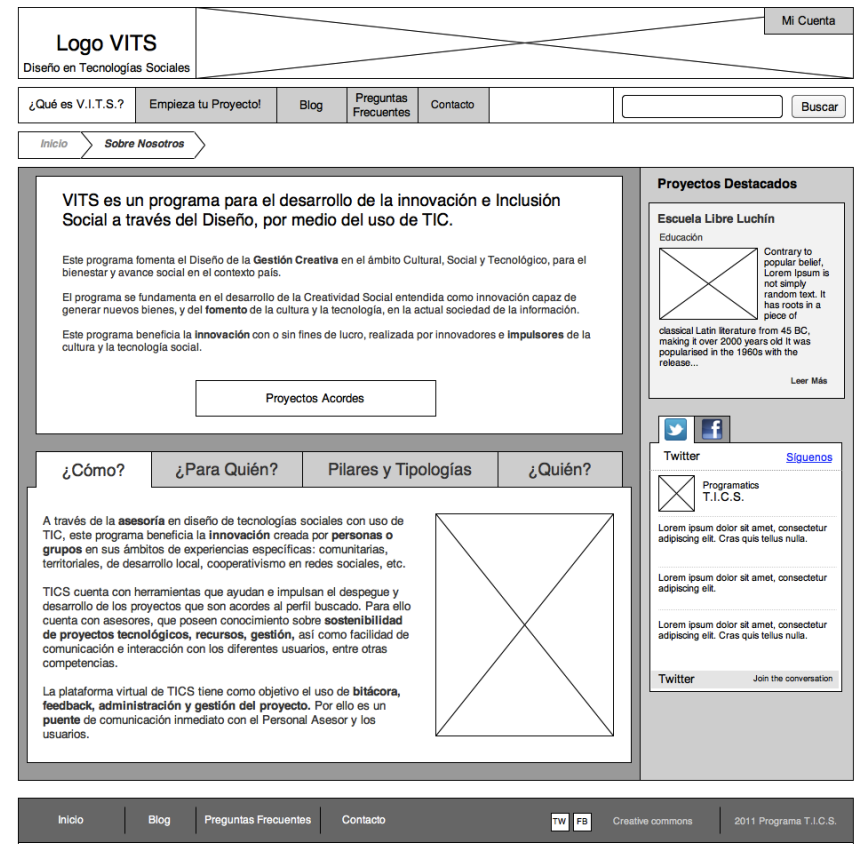
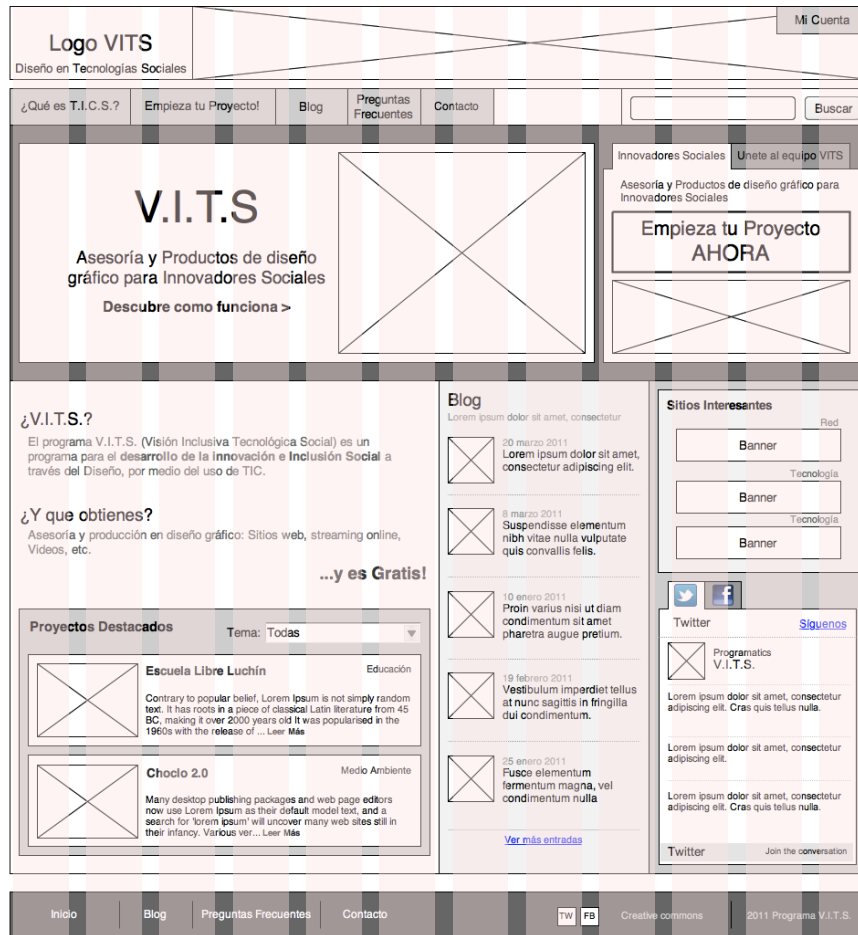
Otro (Por favor especifique)

La opción menos elegida representa el 2,27%:

Educación

II.6. PRUEBAS DE PROTOTIPO

Primero se prepara el Prototipo de wireframes interactivo



Los wireframes se trabajaron usando como referencia la grilla de 12 columnas Web, la cual esta dividida en porciones de 60 pixeles de ancho. La referencia está en que solamente se usó para mantener un equilibrio general, pues no se tomó rígidamente en todas las decisiones de diagramación.

II.6.1. TEST HEURÍSTICO

El test heurístico, fue hecho con la compañía de un experto en usabilidad e interfaces, Diseñador Juan Paulo Madriaza, quien aplicó el cuestionario en la etapa previa del Test de Usuarios, al prototipo, para limpiar los errores más importantes.

Análisis heurístico

A continuación se presenta el informe del análisis heurístico realizado sobre el sitio [LaMinga](#) con fecha 18/05/2011

Datos del análisis

Fecha	18 de mayo 2011
Tipo de conexión	n.a.
Plataforma	n.a.
Agente de usuario	n.a.
Tareas	Ingresar y buscar información
Pantallas	Home, Acerca de, Postulación, Proyecto.

Objetivos

Objetivo	Tarea	Pantalla
En la etapa de wireframes, evaluarla usabilidad básica de usuario.	Ingresar y buscar información	Home, Acerca de, Postulación, Proyecto.

Mediciones

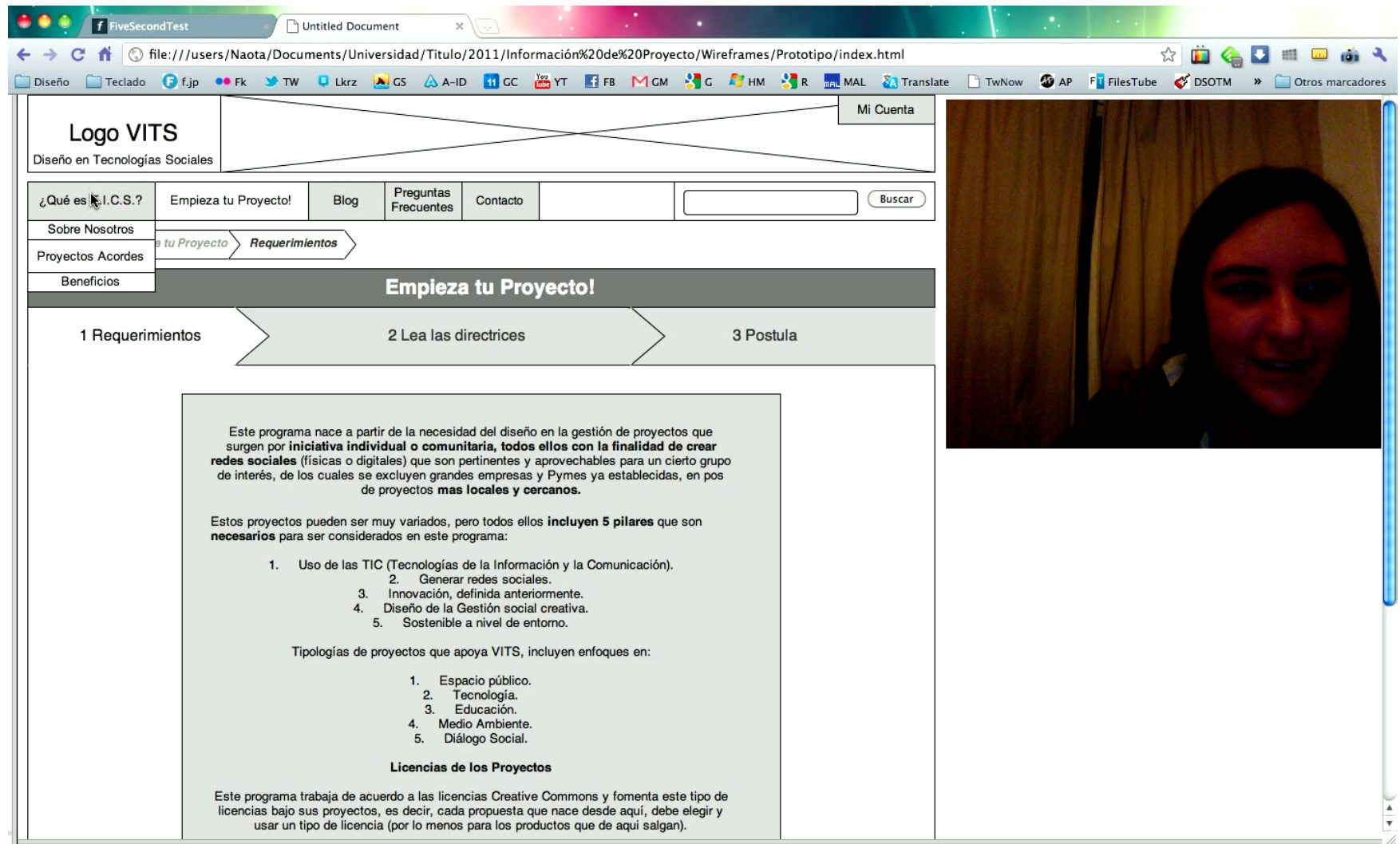
Las mediciones que dan valor a los heurísticos siguen el siguiente patrón²:

Valor	Observaciones
1	Se da la mínima expresión del heurístico en las páginas evaluadas

Para ver el Test Heurístico Completo ver anexo n°6

II.6.2. TEST DE USUARIO

Una vez aplicado el test heurístico y corregidos los errores de esta etapa, se lleva a cabo el test de Usuario, el cual como ya se detallaba anteriormente, fue realizado grabando los movimientos que hacían los usuarios y sus reacciones, cuando se les pedía que hicieran una tarea.



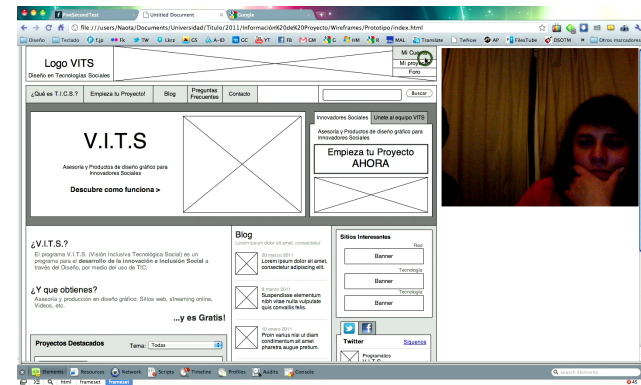
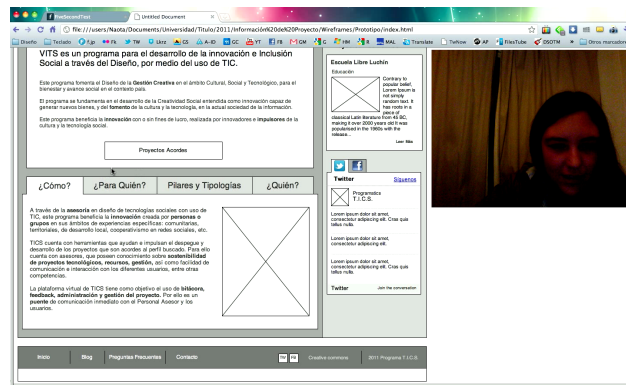
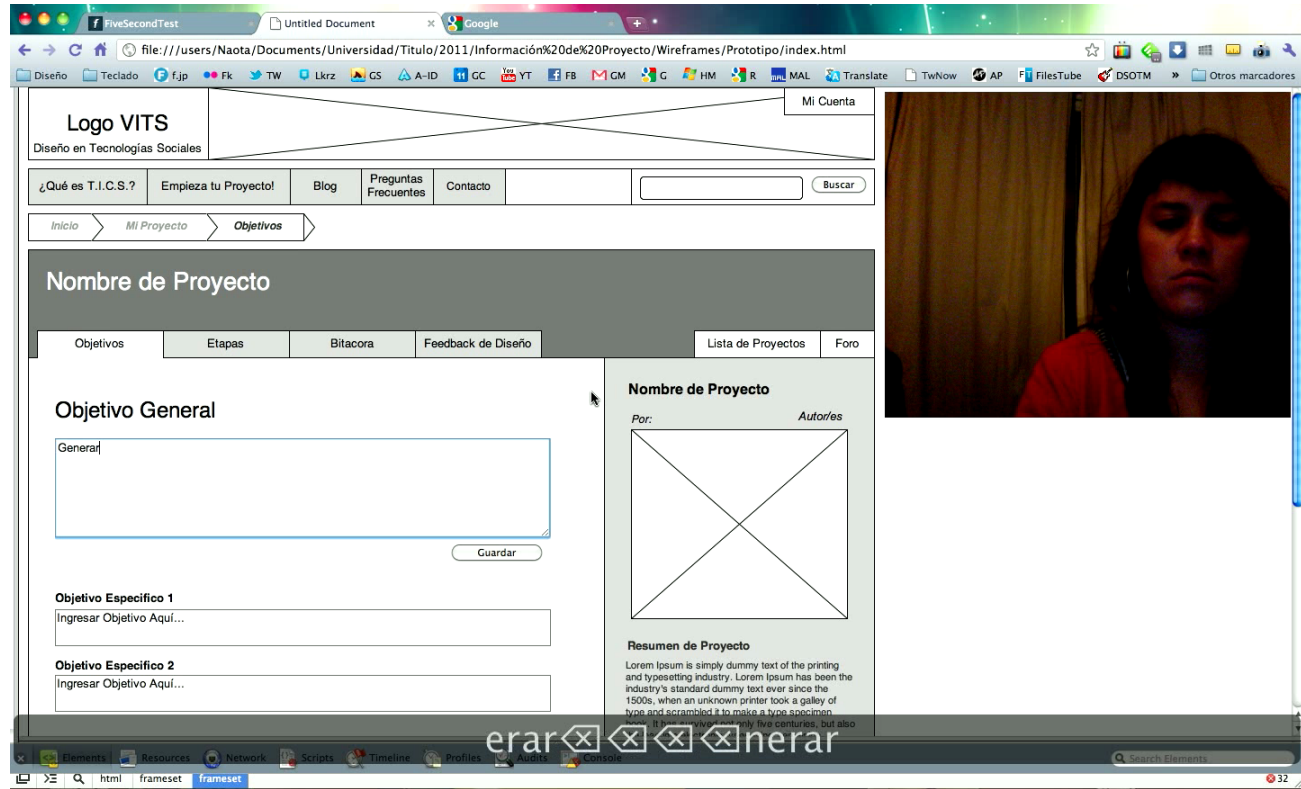
The screenshot shows a web browser window with the address bar displaying the URL: `file:///users/Naota/Documents/Universidad/Titulo/2011/Información%20de%20Proyecto/Wireframes/Prototipo/index.html`. The browser's taskbar includes various application icons such as 'Diseño', 'Teclado', 'f.jp', 'Fk', 'TW', 'Lkrz', 'GS', 'A-ID', 'CC', 'YT', 'FB', 'GM', 'G', 'HM', 'R', 'MAL', 'Translate', 'TwNow', 'AP', 'FilesTube', 'DSOTM', and 'Otros marcadores'.

The web page content includes:

- Logo VITS: Diseño en Tecnologías Sociales
- Navigation menu: ¿Qué es I.C.S.?, Empieza tu Proyecto!, Blog, Preguntas Frecuentes, Contacto, and a search bar with a 'Buscar' button.
- Secondary menu: Sobre Nosotros, tu Proyecto, and Requerimientos.
- Project flow: Beneficios, Empieza tu Proyecto!, 1 Requerimientos, 2 Lea las directrices, and 3 Postula.
- Main content area:
 - Text: "Este programa nace a partir de la necesidad del diseño en la gestión de proyectos que surgen por **iniciativa individual o comunitaria, todos ellos con la finalidad de crear redes sociales** (físicas o digitales) que son pertinentes y aprovechables para un cierto grupo de interés, de los cuales se excluyen grandes empresas y Pymes ya establecidas, en pos de proyectos **mas locales y cercanos**."
 - Text: "Estos proyectos pueden ser muy variados, pero todos ellos **incluyen 5 pilares** que son **necesarios** para ser considerados en este programa:"
 - List of 5 pillars:
 1. Uso de las TIC (Tecnologías de la Información y la Comunicación).
 2. Generar redes sociales.
 3. Innovación, definida anteriormente.
 4. Diseño de la Gestión social creativa.
 5. Sostenible a nivel de entorno.
 - Text: "Tipologías de proyectos que apoya VITS, incluyen enfoques en:"
 - List of 5 types:
 1. Espacio público.
 2. Tecnología.
 3. Educación.
 4. Medio Ambiente.
 5. Diálogo Social.
 - Section: **Licencias de los Proyectos**
 - Text: "Este programa trabaja de acuerdo a las licencias Creative Commons y fomenta este tipo de licencias bajo sus proyectos, es decir, cada propuesta que nace desde aquí, debe elegir y usar un tipo de licencia (por lo menos para los productos que de aquí salgan)."

A video recording overlay is visible on the right side of the browser window, showing a person's face.

El Test se realizó con voluntarios del P.O., los cuales fueron grabados, tanto en su actividad con la interfaz, como en sus reacciones mientras lo usaban.



II.7. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

II.7.1. ANÁLISIS DE RESULTADOS DEL TEST HEURÍSTICO APLICADO A WIREFRAMES

Primero que todo precisar que para el desarrollo de este test, se usó la versión de wireframes del sitio, es decir, sin gráfica completa. Para ver esta versión completa dirigirse al anexo nº7.

El test arroja principalmente, deficiencias en:

- Diferenciar los objetivos del sitio.
- La identidad del sitio a través de todas las páginas.
- El tagline, no representa bien de que trata el sitio.
- El lenguaje empleado es muy técnico.
- El título de las páginas no ha sido planificado..
- La búsqueda no ha sido fácilmente reconocida.
- No permite búsqueda avanzada
- No hay ayuda contextual en tareas complejas (como el formulario para postular)
- No existen mensajes de error

Por otro lado sus fortalezas están en:

- Muestra los servicios que ofrece.
- La estructura del sitio está orientada al usuario
- Es coherente el diseño general.
- Se ofrecen enlaces con información sobre el sitio
- Se proporciona contacto con el proyecto.
- Se proporciona información sobre derecho de autor.
- Se muestra información sobre el autor.
- El sitio Web habla el lenguaje de los usuarios.
- El sitio Web, es cercano.
- Rótulos significativos
- Rótulos estándar
- Único sistema de organización.
- Caja de texto ancha.
- Sección de ayuda necesaria.
- Ninguna necesidad de descargar plug-ins
- Se informa al usuario de lo que está pasando

Luego de esta experiencia, se arreglaron los temas más importantes expresados por el experto, para luego dar paso al Test de Usuarios.

II.7.2. TABLAS DE RESULTADOS DEL TEST DE USUARIO

GUIÓN DEL TEST

Preparación

- Se prepara la interfaz, las cámaras de video y registro de movimiento.
- Se invita al tester a tomar asiento y que se ponga a gusto.
- Empezar con un un FiveSecondTest con el home
- Tareas (todas serán cronometradas: minuto' segundo")

Tareas

1. Pedir que busque información sobre el sitio.
2. Pedir que vuelva al home
3. Pedir que declare un objetivo específico en su proyecto.
4. Pedir que comparta el sitio en Facebook.
5. Pedir que busque en que etapa esta SU proyecto.
6. Pedir que haga una petición para postular.
7. Pedir que elija un tipo de licencia C.C. en su proyecto

Tabla de datos Evaluativa del primer Test de Usuario de Wireframes

Persona	N° de Tarea	1	2	3	4	5	6	7
Carmen Luz Jimenez Cárís		6"	1,9"	1'27"	1'	5"	7'59"	1'21"
María Josefina Palma Lamperein		16"	1"	1'7"	25"	9"	5'24"	1'52"

Persona	Tarea	Comentario
Carmen Luz Jimenez Cárís	3	Se metió a "empieza tu proyecto"
	4	Buscó sólo el botón de abajo para encontrar Facebook
	6	Cuesta leer todo
	7	Va a primera opción abajo.
María Josefina Palma	4	Mismo problema. No lo lleva a ningún lado y no busca otra alternativa. Imagina que se abrirá algo.
	6	Ve la barra del 2° breadcrumb, como si fuesen botones
	7	Se enfoca en saber que es C.C., primero, antes de buscar donde están las opciones de elegirlo. Por ello se va a Preguntas Frecuentes.

CONCLUSIONES RELEVANTES DEL TEST DE USUARIO

- Aclarar el concepto de Streaming, pues aunque es preciso y técnicamente es fácil de reconocerlo cuando se tiene manejo de lenguaje técnico, para el público se hace un poco difícil en la mayoría el entendimiento de mucho metalenguaje técnico-tecnológico.
- Dejar como opción el uso de Creative Commons en los proyectos, a que no sea obligatorio, y para ello, invitar al usuario a informarse sobre este beneficio, a través de enlaces al sitio creativecommons.cl para que entienda de que se trata.

II.7.3. ANÁLISIS DE RESULTADOS EN REVISIÓN DE DISEÑO VISUAL

Para esta etapa más avanzada se pidió al experto, que hiciera anotaciones respecto al diseño visual del sitio, en base a las preguntas base del test heurístico. Para ver todas las anotaciones dirigirse al anexo n°8.

Home

Algunos bordes se ven poco depurados

El botón debe parecer más botón

Esta flecha no me gusta

Este objeto, ¿Qué significa?

Estos recuadros parecen ser campos de texto

Falta un poco de aire

Este recuadro lo haría de otro color

La fila de personas no me parece muy lograda, se tiende a asociar las filas con burocracia y espera

The image shows a screenshot of the LaMinga website with several annotations. The website header includes the logo 'LaMinga' with the tagline 'Con Diseño, tu idea se Desarrolla' and a navigation menu with links like '¿Qué es La Minga?', 'Empieza tu Proyecto!', 'Blog', 'Preguntas Frecuentes', and 'Contacto'. A search bar is also present. The main content area features a large video player with a play button and a call to action 'Empieza tu Proyecto AHORA'. Below this, there are sections for '¿La Minga?', '¿Y que obtienes?', and 'Proyectos Destacados'. A 'Blog' section shows recent posts, and a 'Sitios Interesants' section lists 'KICKSTARTER'. At the bottom, there is a footer with navigation links and social media icons. Annotations with arrows point to various elements: the top navigation bar, the video player, the 'Empieza tu Proyecto AHORA' button, the '¿La Minga?' section, the '¿Y que obtienes?' section, the 'Proyectos Destacados' section, the 'Blog' section, the 'Sitios Interesants' section, and a row of stylized human figures at the bottom.

Sobre nosotros

Me parece que la caja de texto está demasiado ancha, se recomienda no pasar de 80 caracteres de ancho, de repente si pones una fotito cuadrada a la izq del texto?

Proyectos acordes no se entiende como botón, ni morfologicani lingüísticamente, donde te lleva?

Ahhh la «corona» es parte del logo, te recomiendo agregarla al header

Sacaría el logo de acá, al menos a este tamaño. Te recomiendo poner el texto que está debajo del video en esta parte

The screenshot shows the LaMinga website interface. At the top left is the logo "LaMinga" with the tagline "Con Diseño, tu idea se Desarrolla". To the right is a login form with fields for "Usuario:" and "Contraseña:", and buttons for "Iniciar Sesión" and "Cancelar". Below the logo is a navigation menu with items: "¿Qué es La Minga?", "Empieza tu Proyecto!", "Blog", "Preguntas Frecuentes", and "Contacto". The main content area has a blue header with "¿Qué es La Minga?" and "Nosotros" (highlighted with a mouse cursor). Below this is a section titled "Proyectos Acordes" with a button labeled "Proyectos Acordes". The text in this section describes the program's goals and benefits. To the right is a sidebar titled "Proyectos Destacados" featuring "Escuela Libre Luchín" with a small image and text. Below the sidebar are social media icons for Twitter and Facebook, and a "Twitter" section with a "Siguenos" link. At the bottom of the main content area is a video player with a play button and the LaMinga logo. Below the video is a paragraph of text. At the very bottom of the page is a footer with navigation links: "Inicio", "Blog", "Preguntas Frecuentes", "Contacto", social media icons, "Creative Commons", and "2011 Programa LaMinga". A row of stylized human figures is positioned above the footer.



III Tercera Parte
REALIZACIÓN

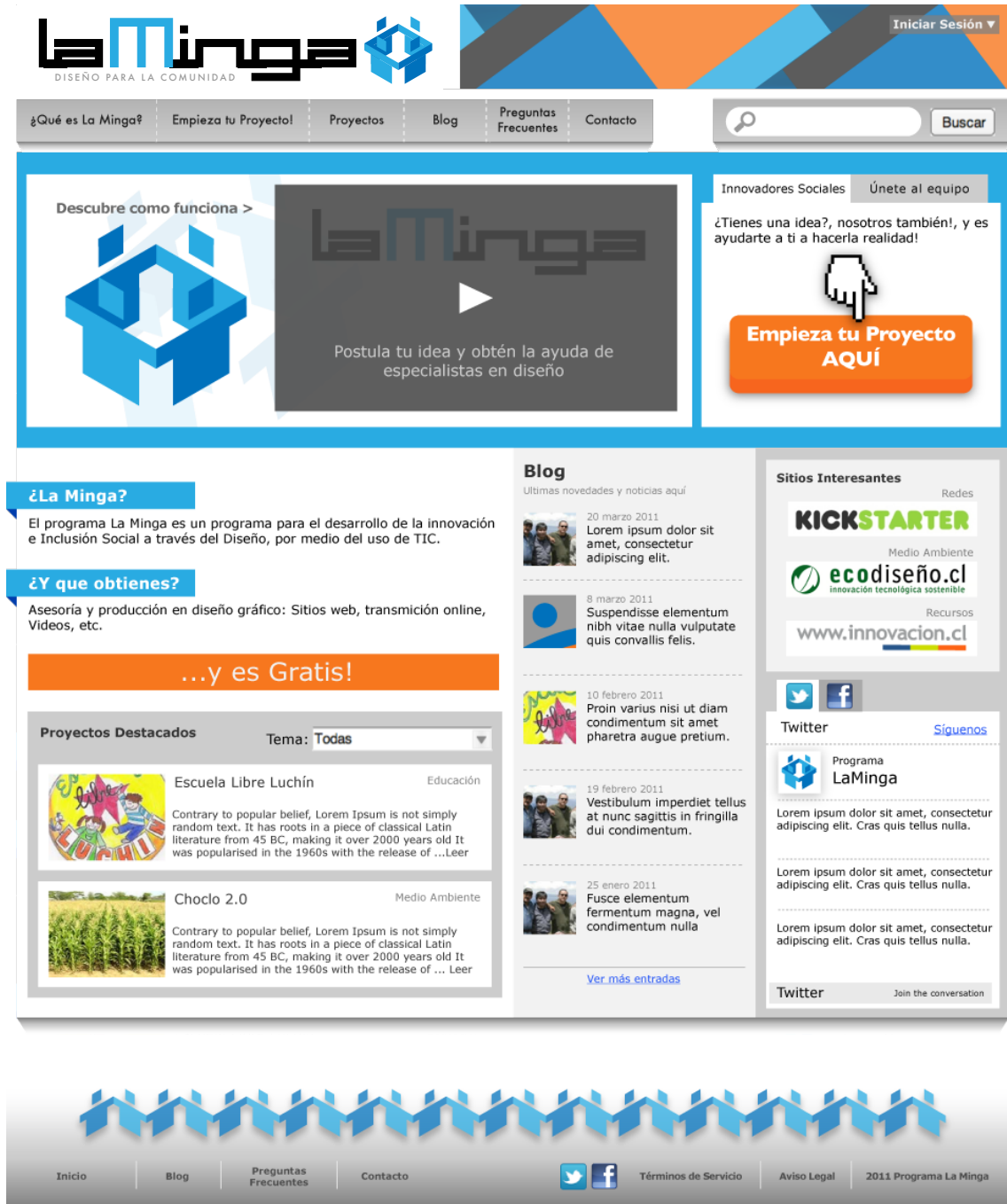


III.1. DESARROLLO DEL PROTOTIPO FINAL

En este apartado se explicará y definirá el resultado del prototipo final, es decir la plataforma web, que es el resultado del diseño del modelo de servicio planeado.

III.1.1. INICIO

1. Header: Compuesto por el logo en versión horizontal apaisado, acompañado por un mosaico de los colores de la marca para introducir al usuario en la lógica cromática general del sitio.
2. En la esquina superior derecha se encuentra la barra para iniciar sesión, la cual se despliega al hacerle click con el mouse para ingresar datos de usuario.
3. La barra de menú se caracteriza por el uso de la tipografía futura, usada también en la bajada del logotipo. Posee una gradiente en la parte inferior la que genera un efecto visual de estar por encima del plano, efecto que usaran las cajas de contenido en general en el sitio. Además en la esquina derecha se instala un buscador de palabras claves.
4. El destacado del sitio, tiene por objetivo ser el enganche con el usuario, por lo que en ella se despliega el isotipo junto a un video explicativo que esta insertado a su lado.
5. Uno de los elementos más importantes del sitio es el espacio para ingresar a postular proyectos, aquí se despliegan dos pestañas. Primero la que está visible por defecto que está dirigida a los Innovadores Sociales, quienes llegan al sitio con la intención de pedir la ayuda principal que presta La Minga, por lo mismo se decidió instalar un botón grande y llamativo,



REALIZACIÓN

para empezar rápidamente el proceso. La otra pestaña está dirigida a personas que deseen unirse al equipo de La Minga, pasando a ser parte del staff y con ello ayudar y prestar servicios a la comunidad.

6. Cuadro de explicación sucinta y muy resumida, para responder las preguntas más frecuentes y elementales sobre el servicio, usando elecciones cromáticas de la marca para resaltar las preguntas.

7. Sección que presenta al usuario, cuales son los proyectos destacado del momento, por defecto los elige de la base de datos de quienes cumplen requisitos mínimos para ser presentados ahí, y estos se van cambiando a medida que el sitio se actualiza.

8. Una pequeña columna que muestra un extracto de lo que sucede en el blog del sitio, que actualiza sobre información de La Minga, los proyectos y otros destacados.

9. Sitios Interesantes intentan acercar otros servicios destacados que están relacionados con el uso de los temas del sitio, y que podrían ser de interés para los usuarios. Adicionalmente aquí se pueden encontrar banners de publicidad y auspiciadores.

10. De las redes sociales se eligió Twitter y Facebook, que están muy relacionadas con el uso que quiere proponer La Minga, y por ello cuenta con un espacio importante en el Home, aportando con mucho feedback.

11. El Footer, empieza con un separador de espacios producido con el isotipo pero formando una cadena con los iconos de personas. Luego se hace más evidente con el cambio en gradiente del fondo al gris más oscuro, donde vuelven a aparecer sólo los vínculos más importantes del sitio.

¿La Minga?
El programa La Minga es un programa para el desarrollo de la innovación e Inclusión Social a través del Diseño, por medio del uso de TIC.

¿Y que obtienes?
Asesoría y producción en diseño gráfico: Sitios web, transmisión online, Videos, etc.

...y es Gratis!

Proyectos Destacados Tema: **Todas**

Escuela Libre Luchín Educación
Contrary to popular belief, Lorem Ipsum is not simply random text. It has roots in a piece of classical Latin literature from 45 BC, making it over 2000 years old It was popularised in the 1960s with the release of ...Leer

Choclo 2.0 Medio Ambiente
Contrary to popular belief, Lorem Ipsum is not simply random text. It has roots in a piece of classical Latin literature from 45 BC, making it over 2000 years old It was popularised in the 1960s with the release of ... Leer

Blog
Ultimas novedades y noticias aquí

20 marzo 2011
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.

8 marzo 2011
Suspendisse elementum nibh vitae nulla vulputate quis convallis felis.

10 febrero 2011
Proin varius nisi ut diam condimentum sit amet pharetra augue pretium.

19 febrero 2011
Vestibulum imperdiet tellus at nunc sagittis in fringilla dui condimentum.

25 enero 2011
Fusce elementum fermentum magna, vel condimentum nulla

[Ver más entradas](#)

Sitios Interesantes

Redes
KICKSTARTER

Medio Ambiente
ecodiseño.cl
Innovación tecnológica sostenible

Recursos
www.innovacion.cl

Twitter [Síguenos](#)

Programa **LaMinga**

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Cras quis tellus nulla.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Cras quis tellus nulla.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Cras quis tellus nulla.

Twitter [Join the conversation](#)

Footer: Inicio | Blog | Preguntas Frecuentes | Contacto | | Términos de Servicio | Aviso Legal | 2011 Programa La Minga

III.1.2. ¿QUÉ ES LA MINGA?

Sobre Nosotros

En esta página se explica con mayor detalle de qué se trata La Minga, cuáles son sus objetivos, su forma de trabajo, de donde proviene, etc. Para ello se encuentra una explicación al comienzo del primer bloque, el cual además tiene un título que, como se usa en todas las páginas del sitio, posee un doblez para resaltarlo y darle una importancia respecto del resto de la información.

En el cuadro inmediatamente debajo, existe otro módulo de información pero que funciona a través de pestañas, las que responden a preguntas esenciales respecto del programa, usando el contraste entre blanco y el matiz cercano al celeste.

Finalmente la columna de la izquierda, presente en todas las páginas del sitio, trae desde la base de datos un proyecto destacado al azar, y debajo de ella se despliegan nuevamente las redes sociales digitales.

En esta imagen se puede apreciar también, cómo se despliega el inicio de sesión (12) donde se puede ingresar al espacio de usuarios o administradores.

The screenshot displays the LaMinga website interface. At the top left is the logo 'LaMinga' with the tagline 'DISEÑO PARA LA COMUNIDAD'. To the right is a login form with fields for 'Usuario:' and 'Contraseña:', and buttons for 'Iniciar Sesión' and 'Cancelar'. Below the logo is a horizontal navigation menu with items: '¿Qué es La Minga?', 'Empieza tu Proyecto!', 'Blog', 'Preguntas Frecuentes', and 'Contacto'. The main content area has a sub-menu with 'Sobre Nosotros' (highlighted), 'Proyectos Acordes', and 'Beneficios'. The main heading reads: 'La Minga es un programa para el desarrollo de la innovación e Inclusión Social a través del Diseño, por medio del uso de TIC.' Below this is a large blue box containing the LaMinga logo and three paragraphs of text describing the program's goals and benefits. A video player is embedded in the lower part of this box. To the right, a sidebar titled 'Proyectos Destacados' features a project 'Escuela Libre Luchín' with a colorful illustration and a 'Leer Más' link. Below the sidebar are social media icons for Twitter and Facebook, and a 'Programa LaMinga' section with placeholder text. The footer contains a decorative blue pattern, navigation links ('Inicio', 'Blog', 'Preguntas Frecuentes', 'Contacto'), social media icons, and copyright information: 'Creative Commons 2011 Programa La Minga'.



En esta imagen podemos apreciar el uso del breadcrumb que se sitúa por debajo de la barra de navegación principal, y estará siempre presente en toda las paginas del sitio, excepto en el index. Esta gran herramienta permite al usuario saber en todo momento en donde se encuentra y como llegó ahí.

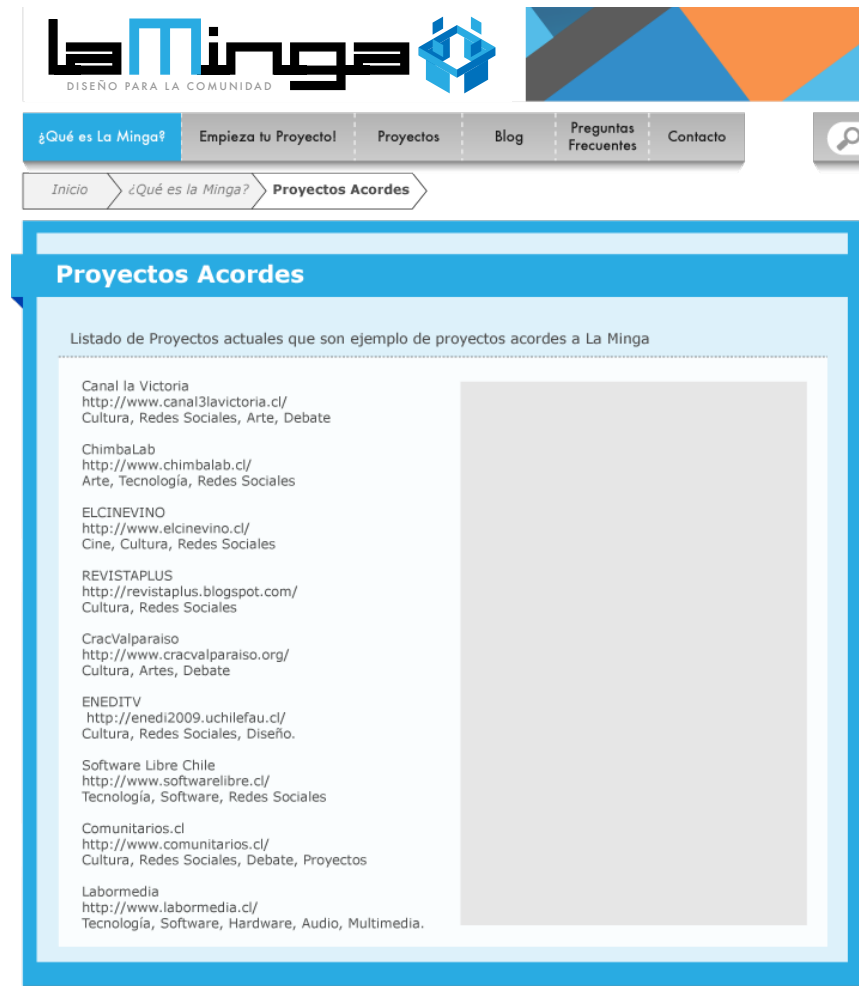
Beneficios

En esta nueva página se entrega información de cuáles son los servicios que entrega La Minga, productos en concreto para que el usuario tenga mayor claridad sobre lo que se está hablando.

Aquí aparece por primera vez la lista de párrafo, en la que se usa parte del isotipo a menor escala, y el texto resaltado con los cromas usados en la marca. En la esquina izquierda se inserta una ilustración acorde a la información.

Proyectos Acordes

Es importante mostrar al target, que este servicio puede perfectamente replicarse en el presente inmediato. Por ello es que en esta página se detallan una serie de proyectos que calzan muy bien con los requisitos para ser postulantes en La Minga, detallando su nombre, URL y las keywords más relevantes de cada proyecto.



III.1.3. EMPIEZA TU PROYECTO

1. Requerimientos

El proceso de postulación empieza en esta página, y en ella podemos notar de inmediato que existe otro elemento parecido al breadcrumb general, pero éste se encuentra enfocado en mostrar que son tres pasos los necesarios para en poder postular. El paso que está activo, se funde con el blanco de la página.

Aquí se nos presenta una información que tiene que ver con qué tipos de proyecto en concreto son aceptados en el programa.

Una vez leída esta información el usuario puede seguir al segundo paso, que está accionado por un botón que presenta características de index, aludiendo al proceso en el que se encuentra inmerso el usuario.

La Minga
DISEÑO PARA LA COMUNIDAD

Iniciar Sesión ▾

¿Qué es La Minga? **Empieza tu Proyecto!** Blog Preguntas Frecuentes Contacto

Inicio > Empieza tu Proyecto > **Requerimientos**

Empieza tu Proyecto!

1 Requerimientos | 2 Lea las directrices | 3 Postula

Este programa nace a partir de la necesidad del diseño en la gestión de proyectos que surgen por **iniciativa individual o comunitaria**, todos ellos con la finalidad de **crear redes sociales** (físicas o digitales) que son pertinentes y aprovechables para un cierto grupo de interés, de los cuales se excluyen **grandes empresas** y Pymes ya establecidas, en pos de proyectos mas locales y cercanos.

Estos proyectos pueden ser muy variados, pero todos ellos incluyen 5 pilares que son **necesarios** para ser considerados en este programa:

1. Uso de las TIC (Tecnologías de la Información y la Comunicación).
2. Generar redes sociales.
3. Innovación, definida anteriormente.
4. Diseño de la Gestión social creativa.
5. Sostenible a nivel de entorno.

Tipologías de proyectos que apoya VITS, incluyen enfoques en:

- Espacio público.
- Tecnología.
- Educación.
- Medio Ambiente.
- Diálogo Social.

Licencias de los Proyectos

Este programa trabaja de acuerdo a las licencias Creative Commons y fomenta este tipo de licencias bajo sus proyectos, es decir, cada propuesta que nace desde aquí, debe elegir y usar un tipo de licencia (por lo menos para los productos que de aquí salgan).

Paso 2
Leer las Directrices

Inicio | Blog | Preguntas Frecuentes | Contacto | Creative Commons | 2011 Programa La Minga

2. Lea las directrices.

Este apartado se encuentra referido al uso de la información confidencial del usuario, la privacidad de los datos y el modo en que actúa La Minga respecto a estos términos.

Para poder pasar al último paso, la pagina pide que el usuario active la casilla de verificación en la que dice que él acepta estos términos, si no los acepta, no será posible pasar al último paso.

tu Proyecto > Requerimientos > **Lea las directrices**

Empieza tu Proyecto!

Requerimientos > **2 Lea las directrices** > 3 Postula

Contrary to popular belief, Lorem Ipsum is not simply random text. It has roots in a piece of classical Latin literature from 45 BC, making it over 2000 years old. Richard McClintock, a Latin professor at Hampden-Sydney College in Virginia, looked up one of the more obscure Latin words, consectetur, from a Lorem Ipsum passage, and going through the cites of the word in classical literature, discovered the undoubtable source. Lorem Ipsum comes from sections 1.10.32 and 1.10.33 of "de Finibus Bonorum et Malorum" (The Extremes of Good and Evil) by Cicero, written in 45 BC. This book is a treatise on the theory of ethics, very popular during the Renaissance. The first line of Lorem Ipsum, "Lorem ipsum dolor sit amet..", comes from a line in section 1.10.32.

The standard chunk of Lorem Ipsum used since the 1500s is reproduced below for those interested. Sections 1.10.32 and 1.10.33 from "de Finibus Bonorum et Malorum" by Cicero are also reproduced in their exact original form, accompanied by English versions from the 1914 translation by H. Rackham.

There are many variations of passages of Lorem Ipsum available, but the majority have suffered alteration in some form, by injected humour, or randomised words which don't look even slightly believable. If you are going to use a passage of Lorem Ipsum, you need to be sure there isn't anything embarrassing hidden in the middle of text. All the Lorem Ipsum generators on the Internet tend to repeat predefined chunks as necessary, making this the first true generator on the Internet. It uses a dictionary of over 200 Latin words, combined with a handful of model sentence structures, to generate Lorem Ipsum which looks reasonable. The generated Lorem Ipsum is therefore always free from repetition, injected humour, or non-characteristic words etc.

It is a long established fact that a reader will be distracted by the readable content of a page when looking at its layout. The point of using Lorem Ipsum is that it has a more-or-less normal distribution of letters, as opposed to using 'Content here, content here', making it look like readable English. Many desktop publishing packages and web page editors now use Lorem Ipsum as their default model text, and a search for 'lorem ipsum' will uncover many web sites still in their infancy. Various versions have

He leído y acepto las directrices del Programa La Minga

Paso 3
Postula

tu Proyecto > Requerimientos > Lea las directrices > **Postula**

Empieza tu Proyecto!

Requerimientos > 2 Lea las directrices > **3 Postula**

Información Personal

Todos los campos son obligatorios

Nombre Personal o de Institución
 Nombre personal, grupal o Institucional: ONG, Pública, Privada.

Email
 minombre@correo.cl, @minombre@correo.com

Teléfono
09 Seleccione 09 para celular, y los demas para red fija.

¿Qué categoría se adapta a tu proyecto?
Selección Categoría Si posee mas de una, elija la que mas le represente.

3. Postula

Hemos llegado al último paso de la postulación, el formulario. El cual está dividido en dos partes, la Información Personal, y la Información de Proyecto.

Se especifica de inmediato, que todos los campos son obligatorios, de lo contrario no se enviará la información.

Cada caja de texto posee a su derecha una información de ejemplo sobre que datos son necesarios para cada requerimiento.

La información que se pide es el nombre personal o de institución, puede ser de un grupo o una ONG, colectivo, etc. Una forma de contacto: email y teléfono.

Luego, en la pregunta: "¿Qué categoría se adapta a tu proyecto?", se encuentra una caja desplegable, con las siguientes opciones: educación, tecnología, espacio público, medio ambiente o diálogo social. Como solamente puede haber una elección, es evidentemente acertado la elección de este tipo de widget.

Información del proyecto

¿Qué quieres crear?

La primera pregunta tiene que ver con conocer los objetivos y la información general del proyecto. Por ello, además se incluye un botón para adjuntar archivos de texto o información, tales como: un PDF, un documento de MS Word o MS PowerPoint, los que ayudarán a tener mayor información del mismo.

¿Qué tipo de apoyo necesitas?

Concretamente, qué es lo que piensa el usuario que necesita del servicio de La Minga.

¿Qué problema quieres resolver?

Aquí se debe explicar la filosofía u orígenes del proyecto, y que tan vinculados están a la problemática social.

¿Cómo se sostendrá esta empresa social?

Un aspecto vital es conocer cómo piensan hacer autosustentable este proyecto, para saber si es viable.

Finalmente a través de un desplegable, se pide conocer por qué medio se enteró de La Minga, herramienta que ayudará a focalizar el trabajo de comunicación externa.

Al tener toda la información lista, el usuario podrá finalizar el proceso al apretar el botón Terminar, el cual mostrará un pop-up que comunicará que el proceso ha concluido con éxito.

Información del Proyecto

¿Qué quieres crear? (Que tienes en mente, objetivos, etc)

Examinar...

...

Adjuntar archivo explicativo (PDF, PowerPoint, Word) - Máximo 10 MB

¿Qué tipo de apoyo necesitas?

Sitios web, Videos, Streaming, Aplicaciones web, etc

¿Qué problema quieres resolver? y ¿Cómo piensas resolverlo?

Explicar cuál es el problema, a quién afecta, y por qué es un problema importante a resolver.

¿Cómo se sostendrá esta empresa social, para que sea viable y económicamente sostenible?

Explicar qué productos o servicios ofreceréis para generar ingresos, quién pagaría por ellos y por qué estarían dispuestos a pagar.

¿Cómo se enteró de nosotros?

Seleccione Medio



Terminar

III.1.4. MI PROYECTO

Una vez postulado y aceptada la propuesta de proyecto, se le envía el nombre de usuario y una contraseña provisoria al mail que han entregado en el formulario.

Luego en La Minga pueden ingresar en el lugar que dice Iniciar Sesión, y una vez inscritos los datos podrá acceder a su proyecto en los vínculos que ahora se generan en ese nuevo cuadro dinámico.

Objetivos

La primera página que aparece por defecto es esta, donde el usuario debe llenar los campos de texto con el objetivo general y los objetivos específicos (máximo 2). Cada cuadro posee un botón de guardar la información.

Adicionalmente el usuario puede inscribir su proyecto en Creative Commons, otorgándole una licencia de derechos y distribución digital, en la URL: www.creativecommons.cl, y luego eligiendo que tipo de licencia a registrado.

Ahora se nos presenta una columna naranja a la derecha, en ella podremos ver el resumen de información del proyecto, datos que deben ser llenados por el usuario en el botón que dice editar, además de poder subir una imagen representativa del mismo.

Toda la información que se registra no es solamente para vista del usuario y administración, sino que estos datos son manejados, para luego ser expuestos como vitrina de proyectos, en una página que veremos más adelante.

Nombre del Proyecto

Objetivos Etapas Bitácora Chat Implementación Foro

Objetivo General

Ingresa Objetivo aquí...

Guardar

Objetivo Específico 1

Ingresa Objetivo aquí...

Objetivo Específico 2

Ingresa Objetivo aquí...

Guardar

Creative Commons

¿Sabes que es Creative Commons?
¿Te interesa proteger tu proyecto y hacerlo reconocido?

Revisa: CreativeCommons.cl

Si te interesa usarlo, haz click [aquí](#)

Creative Commons

¿Sabes que es Creative Commons?
¿Te interesa proteger tu proyecto y hacerlo reconocido?

Revisa: CreativeCommons.cl

Elige una de las licencias:

- Reconocimiento
- Reconocimiento – Sin Derivar
- Reconocimiento – Sin Derivar – No comercial
- Reconocimiento – No comercial
- Reconocimiento – No comercial – Compartir igual
- Reconocimiento – Compartir igual

Nombre de Proyecto

Resumen General (Vista Externa)

Mi Proyecto

Subir Imagen del Proyecto

Resumen de Proyecto

Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Etiam varius metus ac dolor commodo rhoncus eu ut lectus. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Cras aliquet nisi eget nisi tristique dignissim. Suspendisse fermentum dictum condimentum. Nulla egestas neque at metus elementum aliquam. Ut velit mauris, fermentum in lacinia ut, pulvinar eget urna. Vestibulum pulvinar sapien et lacus pharetra luctus. In nisi arcu, porttitor eget convallis sed, congue in odio. Morbi vitae nibh sem, in dignissim erat. Nunc est arcu, vestibulum at vulputate nec, condimentum mollis velit.

Editar

Creado por

- Autor/es
- Autor/es
- Autor/es

Editar

Chat

En este espacio se puede tener una conversación online en tiempo real entre proyectos y con los administradores. Espacio pertinente para consultas y comentarios. El chat puede configurarse para hablar a todos o en privado con los administradores.

The screenshot shows a navigation bar with 'Inicio', 'Mi Proyecto', and 'Chat'. Below it is a blue header with 'Nombre del Proyecto'. A secondary navigation bar includes 'Objetivos', 'Etapas', 'Bitácora', 'Chat', and 'Implementación'. The main content area is titled 'Chat' and features a 'Desconectarse del Chat' button. A 'Usuarios Conectados' list shows 'Admin', 'Escuela Luchín', and 'Admin2', with 'Escuela Luchín' marked as 'Chat Privado'. A chat window titled 'Chat con Admin' displays a message from 'Escuela Luchín' and a response from 'Admin'. At the bottom, there is a text input field and an 'Enviar' button.

The screenshot shows a navigation bar with 'Inicio', 'Mi Proyecto', and 'Etapas'. Below it is a blue header with 'Nombre del Proyecto'. A secondary navigation bar includes 'Objetivos', 'Etapas', 'Bitácora', 'Chat', and 'Implementación'. The main content area is titled 'Etapas y Estado de mi proyecto' and lists six stages, each with a checkbox and a comment input field:

- [Etapa 00] **Recepción y Generación de Acuerdos**
Ingresar Comentario...
- [Etapa 01] **Formalización de Vision y Misión del Proyecto**
Ingresar Comentario...
- [Etapa 02] **Producción**
Ingresar Comentario...
- [Etapa 03] **Pre-Evaluación Salida**
Ingresar Comentario...
- [Etapa 04] **Puesta en Marcha**
Ingresar Comentario...
- [Etapa 05] **Primera Evaluación y Mejoras**
Ingresar Comentario...
- [Etapa 06] **Replicar experiencia/Difundir la Experiencia**
Ingresar Comentario...

***etapa actual se marca**

El proceso que dura el intercambio entre el proyecto y La Minga, tiene etapas, las cuales se muestran aquí, informando al usuario en qué etapa se encuentra (marcado con rojo), cuáles ya ha superado y cuáles aún faltan.

El usuario no puede modificar este proceso, sólo el administrador puede, pero si agregar comentarios a cada etapa, feedback siempre necesario para mejorar y pensar que pudo haber sido mejor.

Nombre del Proyecto

Objetivos Etapas **Bitácora** Chat Implementación Foro

Bitácora

Cada proyecto tiene un espacio para registrar su actividad propia o en conjunto con La Minga, comentar qué ha sucedido, cuál ha sido su experiencia e incluir además imágenes al respecto. Este espacio sirve para mostrar a la comunidad que los proyectos están activos, y de qué forma han trabajado.

Cada entrada se va almacenando en la base de datos y debajo de la caja de texto se puede ver el historial de las entradas anteriores. El autor tiene la posibilidad de borrar la última entrada pero es el administrador quien permite que las entradas sean publicadas a la comunidad.

Bitácora

Ingrese una entrada nueva..

Adjuntar imagenes (máximo 3)
[Alberto.jpg](#) 
[Junta.jpg](#) 

Lun Abr 25, 2011 4:07 am

Sed pulvinar fermentum fringilla. Cras ac est sit amet arcu tempus scelerisque. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Suspendisse eget dictum dolor. Cras imperdiet faucibus lectus sit amet placerat. Phasellus auctor mattis nunc quis commodo.



Mier Mar 20, 2011 6:07 pm

Vivamus et libero neque. Integer id dui lorem, quis blandit orci. Donec a diam odio, id viverra tortor. Nullam massa orci, hendrerit ut ornare varius, gravida non augue. Nulla justo leo, eleifend sit amet adipiscing eget, viverra vel libero. Integer dignissim fermentum vehicula. Nam sit amet rhoncus enim. In ultricies fringilla tellus, eget gravida magna molestie vel. Pellentesque ullamcorper iaculis felis sit amet feugiat. Curabitur varius, enim vitae tincidunt imperdiet, dui dui hendrerit enim, ut gravida odio lorem id mi. Nulla facilisi. In malesuada ullamcorper semper. In dolor est, semper eu dignissim eu, consectetur ut leo. Proin in lacus tempus ligula vehicula viverra in pellentesque risus. Proin pharetra tristique ligula, eget pellentesque sem suscipit quis. Donec felis nulla, dignissim ut consequat sed, pharetra at elit. Phasellus accumsan tellus vel lacus ornare accumsan. Pellentesque ac blandit nisi.



Resumen General (Vista Externa)

Nombre de Proyecto



Resumen de Proyecto

Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Etiam varius metus ac dolor commodo rhoncus eu ut lectus. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Cras aliquet nisi eget nisi tristique dignissim. Suspendisse fermentum dictum condimentum. Nulla egestas neque at metus elementum aliquam. Ut velit mauris, fermentum in lacinia ut, pulvinar eget urna. Vestibulum pulvinar sapien ut lacus pharetra luctus. In nisi arcu, porttitor eget convallis sed, congue in odio. Morbi vitae nibh sem, in dignissim erat. Nunc est arcu, vestibulum at vulputate nec, condimentum mollis velit. In porta

[Editar](#)

Creado por

- Autor/es
- Autor/es
- Autor/es

[Editar](#)

Inicio > Mi Proyecto > Implementación > **Pedidos**

Nombre del Proyecto

Objetivos Etapas Bitácora Chat **Implementación** Foro

Implementación
Se evalúan los pedidos que postulan de acuerdo a su relevancia y coherencia.

Pedidos

Pedidos
Implementados

Ingrese el título del pedido

Ingrese la descripción del nuevo pedido y el Objetivo

Publicar

Los pedidos aceptados, automáticamente pasan a la ventana de Implementados.

Anteriores

Mier Mar 20, 2011 6:07 pm

2 Nulla egestas neque at metus

Objetivo:
Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Etiam varius metus ac dolor commodo rhoncus eu ut lectus. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Cras aliquet nisi eget nisi tristique dignissim. Suspendisse fermentum dictum condimentum. Nulla egestas neque at metus elementum aliquam. Ut velit mauris, fermentum in lacinia ut, pulvinar eget urna. Vestibulum pulvinar sapien ut lacus pharetra luctus. In nisi arcu, porttitor eget convallis sed, congue in odio. Morbi vitae nibh sem, in dignissim erat. Nunc est arcu,

Estado: Evaluando ●

Mier Mar 20, 2011 6:07 pm


1 Nulla egestas neque at metus

Objetivo:
Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Etiam varius metus ac dolor commodo rhoncus eu ut lectus. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Cras aliquet nisi eget nisi tristique dignissim. Suspendisse fermentum dictum condimentum. Nulla egestas neque at metus elementum aliquam. Ut velit mauris, fermentum in lacinia ut, pulvinar eget urna. Vestibulum pulvinar sapien ut lacus pharetra luctus. In nisi arcu, porttitor eget convallis sed, congue in odio. Morbi vitae nibh sem, in dignissim erat. Nunc est arcu,

Estado: Rechazado ●

Resumen General (Vista Externa)

Nombre de Proyecto



Cambiar Imagen

Resumen de Proyecto

Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Etiam varius metus ac dolor commodo rhoncus eu ut lectus. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Cras aliquet nisi eget nisi tristique dignissim. Suspendisse fermentum dictum condimentum. Nulla egestas neque at metus elementum aliquam. Ut velit mauris, fermentum in lacinia ut, pulvinar eget urna. Vestibulum pulvinar sapien ut lacus pharetra luctus. In nisi arcu, porttitor eget convallis sed, congue in odio. Morbi vitae nibh sem, in dignissim erat. Nunc est arcu, vestibulum at vulputate nec, condimentum mollis velit. In porta tortor vitae neque tempus nec pretium lectus porttitor.

Editar

Creado por

- Autor/es
- Autor/es
- Autor/es

Editar

Implementación

Pedidos

Esta sección es una de las más importantes del programa, en ella se encuentra un tipo de feedback con la administración en la cual el usuario puede ingresar un pedido para ser implementado, detallando el nombre del pedido y su objetivo.

Este pedido puede ser tanto un producto, como búsqueda de asesoría, pero primero la administración debe revisar si es una petición que pueda cumplir y que sea coherente con el proyecto.

Bajo esta caja de texto se pueden ver los pedidos anteriores que han sido rechazados o que están en etapa de evaluación, los que presentan un círculo de color amarillo (evaluando) o rojo (rechazado).

Luego los proyectos que son aceptados pasan al siguiente estado de Implementados

Nombre del Proyecto

- Objetivos
- Etapas
- Bitácora
- Chat
- Implementación**
- Foro

Pedidos

Implementados

Implemetación

Se evalúan los pedidos que postulan de acuerdo a su relevancia y coherencia.

Implementados

Vea los pedidos en proceso o ya implementados.

Mier Mar 20, 2011 6:07 pm

2 Nulla egestas neque at metus

Objetivo:

Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Etiam varius metus ac dolor commodo rhoncus eu ut lectus. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Cras aliquet nisi eget nisi tristique dignissim. Suspendisse fermentum dictum condimentum. Nulla egestas neque at metus elementum aliquam. Ut velit mauris, fermentum in lacinia ut, pulvinar eget urna. Vestibulum pulvinar sapien ut lacus pharetra luctus. In nisi arcu, porttitor eget convallis sed, congue in odio. Morbi vitae

Comentario del Administrador:

Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Etiam varius metus ac dolor commodo rhoncus eu ut lectus. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Cras aliquet nisi eget nisi tristique dignissim. Suspendisse fermentum dictum condimentum. Nulla egestas neque at metus elementum aliquam. Ut

Mier Mar 20, 2011 6:07 pm

1 Titulo scms sisisyldoaw dsakd

Objetivo:

Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Etiam varius metus ac dolor commodo rhoncus eu ut lectus. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Cras aliquet nisi eget nisi tristique dignissim. Suspendisse fermentum dictum condimentum. Nulla egestas neque at metus elementum aliquam. Ut velit mauris, fermentum in lacinia ut, pulvinar eget urna. Vestibulum pulvinar sapien ut lacus pharetra luctus. In nisi arcu, porttitor eget convallis sed, congue in odio. Morbi vitae

Comentario del Administrador:

Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Etiam varius metus ac dolor commodo rhoncus eu ut lectus. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Cras aliquet nisi eget nisi tristique dignissim. Suspendisse fermentum dictum condimentum. Nulla egestas neque at metus elementum aliquam. Ut velit mauris, fermentum in lacinia ut, pulvinar eget urna. Vestibulum pulvinar sapien ut lacus pharetra luctus. In nisi arcu, porttitor eget www.gogle.cl convallis sed, congue in odio.

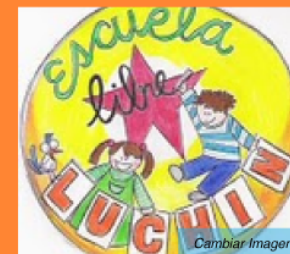


Implementados

Cuando la administración a decidido aceptar un pedido, pasa a esta sección donde se muestra el historial de pedidos, y debajo del mismo, existe siempre un comentario del administrador, el cual puede adjuntar una imagen.

Resumen General (Vista Externa)

Nombre de Proyecto



Resumen de Proyecto

Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Etiam varius metus ac dolor commodo rhoncus eu ut lectus. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Cras aliquet nisi eget nisi tristique dignissim. Suspendisse fermentum dictum condimentum. Nulla egestas neque at metus elementum aliquam. Ut velit mauris, fermentum in lacinia ut, pulvinar eget urna. Vestibulum pulvinar sapien ut lacus pharetra luctus. In nisi arcu, porttitor eget convallis sed, congue in odio. Morbi vitae nibh sem, in dignissim erat. Nunc est arcu, vestibulum at vulputate nec, condimentum mollis velit. In porta tortor vitae neque tempus nec prelium lectus porttitor.

Editar

Creado por

- Autor/es
- Autor/es
- Autor/es

Editar

III.1.5. ADMINISTRACIÓN

Ya vimos cual es la interfaz destinada al usuario-proyecto, ahora veremos cual es la interfaz que debe manejar el Administrador.

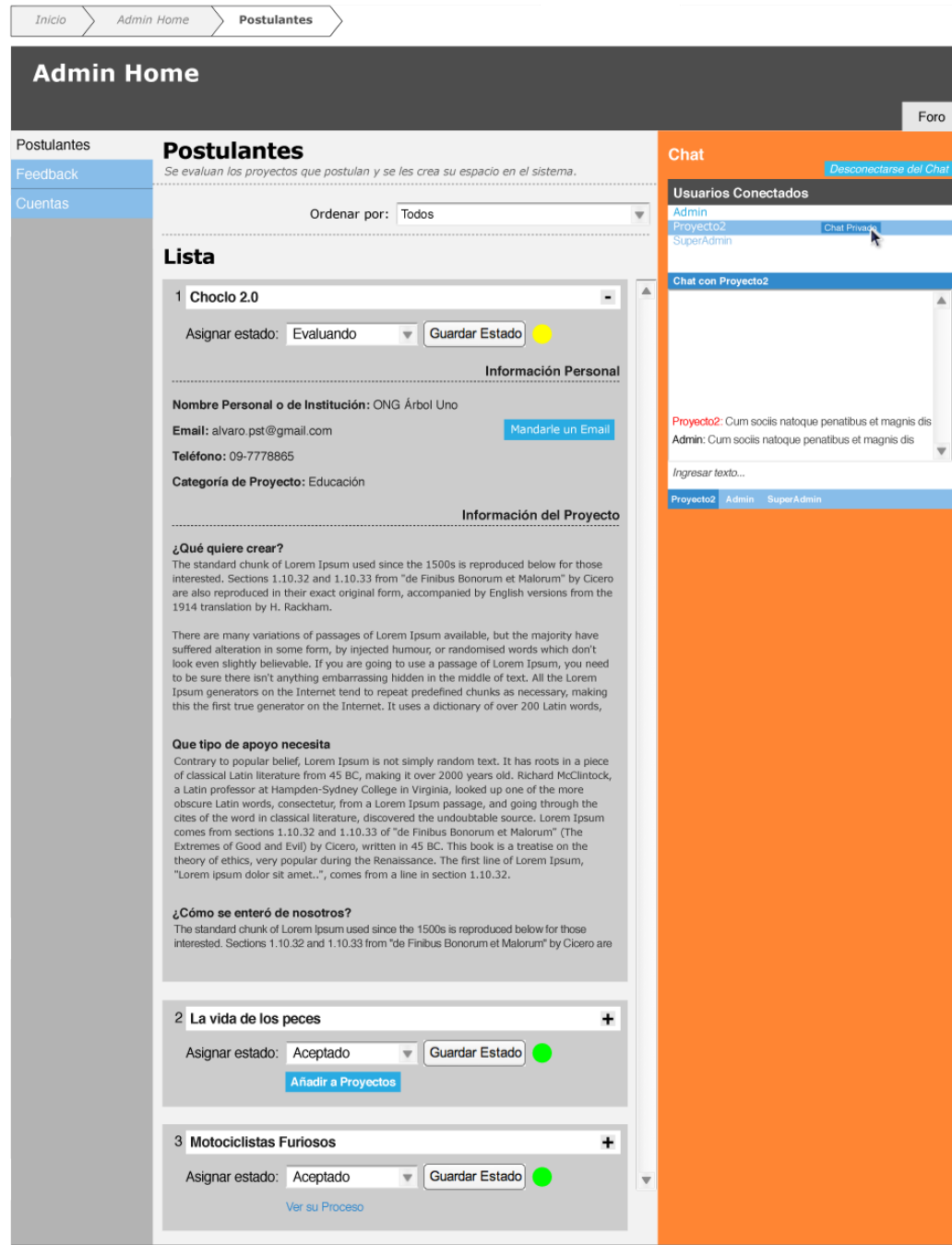
Al igual que ingresando a los proyectos, los administradores disponen de un usuario y contraseña que deben introducir en el recuadro "iniciar sesión", así mismo podrá ingresar al panel de administrador por esta vía.

Postulantes

Esta es la primera ventana que aparecerá por defecto, en ella los administradores pueden ver una lista con todos los postulantes, las que pueden ser ordenadas por tipo de proyecto.

Cada proyecto que aparece en listado muestra su nombre, su estado en La Minga y un botón que puede hacer cambiarlo de estado, pasando de Evaluando a Aceptado o Rechazado. Cada cuadro de postulante puede ser expandido, para poder ver toda la información que ha llenado en la postulación y así poder tomar una decisión.

Si el proyecto cumple los requisitos, el administrador puede hacer que cambie de estado, desde el "Evaluando", que es el estado por defecto cuando ingresan, al Aceptado, de ser así el postulante se elimina de esta lista y pasa a ser parte de los proyectos. Si el proyecto es Rechazado, se le envía un email explicando la razón.



Inicio > Admin Home > Feedback > **Pedidos**

Admin Home

Postulantes | **Feedback** | Cuentas

Feedback
Panel de control de la retroalimentación de los administradores con los proyectos.

Seleccionar Proyecto a Revisar: Escuela Popular Luchín

Pedidos | **Implementación** | Bitácora | Etapas

Lista de Pedidos

Mier Mar 20, 2011 6:07 pm

2 Nulla egestas neque at metus

Objetivo:
Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Etiam varius metus ac dolor commodo rhoncus eu ut lectus. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Cras aliquet nisi eget nisi tristique dignissim. Suspendisse fermentum dictum condimentum. Nulla egestas neque at metus elementum aliquam. Ut velit mauris, fermentum in lacinia ut, pulvinar eget urna. Vestibulum pulvinar sapien ut

Asignar estado: Evaluando ●

Mier Mar 20, 2011 6:07 pm

1 Cras aliquet nisi

Objetivo:
Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Etiam varius metus ac dolor commodo rhoncus eu ut lectus. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Cras aliquet nisi eget nisi tristique dignissim. Suspendisse fermentum dictum condimentum. Nulla egestas neque at metus elementum aliquam. Ut

Asignar estado: Aceptado ● [Ver su Proceso](#)

Feedback

En este panel primero se elige que proyecto desea ser consultado y luego se despliega la información del mismo.

Pedidos

Como hemos visto en la interfaz de proyecto, aquí han llegado los pedidos y los administradores son los encargados de asignar un estado para ellos. Cada estado tiene un color para hacer mas rápida la gestión.

Implementación

Una vez que se ha aceptado un pedido, pasa a esta pestaña, en la cual el administrador tiene registro de todos lo concedido y además, puede hacer un feedback colocando un comentario respecto del mismo.

Asimismo puede adjuntar una imagen de referencia.

Inicio > Admin Home > Feedback > **Implementación**

Admin Home

Postulantes | **Feedback** | Cuentas

Feedback
Panel de control de la retroalimentación de los administradores con los proyectos.

Seleccionar Proyecto a Revisar: Escuela Popular Luchín

Pedidos | **Implementación** | Bitácora | Etapas

Implementación

Lun Abr 25, 2011 4:07 am

3 Nulla egestas neque at metus

Objetivo:
Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Etiam varius metus ac dolor commodo rhoncus eu ut lectus. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Cras aliquet nisi eget nisi tristique dignissim. Suspendisse fermentum dictum condimentum. Nulla egestas neque at metus elementum aliquam. Ut velit mauris, fermentum in lacinia ut, pulvinar eget urna.

[Añadir comentario](#)

Mier Mar 20, 2011 6:07 pm

2 Cras aliquet nisi

Objetivo:
Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Etiam varius metus ac dolor commodo rhoncus eu ut lectus. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Cras aliquet nisi eget nisi tristique dignissim. Suspendisse fermentum dictum condimentum. Nulla egestas neque at metus

Ingrese Comentario

Examinar...

Adjuntar imagenes (máximo 3)

Admin Home

Postulantes

Feedback

Feedback

Panel de control de la retroalimentación de los administradores con los proyectos.

Cuentas

Seleccionar Proyecto a Revisar: Escuela Popular Luchín

Pedidos

Implementación

Bitácora

Etapas

Bitácora

Historial que ha sido ingresado desde el Proyecto

Lun Abr 25, 2011 4:07 am

Sed pulvinar fermentum fringilla. Cras ac est sit amet arcu tempus scelerisque. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Suspendisse eget dictum dolor. Cras imperdiet faucibus lectus sit amet placerat. Phasellus auctor mattis nunc quis commodo.



Pública en Proyectos

Mier Mar 20, 2011 6:07 pm

Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Etiam varius metus ac dolor commodo rhoncus eu ut lectus. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Cras aliquet nisi eget nisi tristique dignissim. Suspendisse fermentum dictum condimentum. Nulla egestas neque at metus elementum aliquam. Ut velit mauris, fermentum in lacinia ut, pulvinar eget urna. Vestibulum pulvinar sapien ut lacus pharetra luctus. In nisi arcu, porttitor eget convallis sed, congue in odio. Morbi vitae nibh sem, in dignissim erat. Nunc est arcu,



Publicada [Sacar de las Publicaciones](#)

REALIZACIÓN

Admin Home

Postulantes

Feedback

Feedback

Panel de control de la retroalimentación de los administradores con los proyectos.

Cuentas

Seleccionar Proyecto a Revisar: Proyecto de Prueba

Pedidos

Implementación

Bitácora

Etapas

Etapas del Proyecto

[Etapa 00] Recepción y Generación de Acuerdos

Comentario...

[Etapa 01] Formalización de Visión y Misión del Proyecto

Comentario...

[Etapa 02] Producción

Comentario...

Integer augue augue, eleifend vel rhoncus tincidunt, tempor et sem.

[Etapa 03] Pre-Evaluación Salida

Comentario...

Bitácora

Las entradas ingresadas por los usuarios, deben ser primero aprobadas por la administración para ser publicadas. También se tiene la opción de sacarla de la exhibición pública.

Etapas

Aquí el administrador evalúa en que estado está el proyecto y decide si esta en período de avanzar.

Nombre de Usuario/Admin

Tu Perfil

Nombre de Usuario Camilo

Nombre

Apellido


Email (requerido) camilo.sto@gmail.com

Perfil de Usuario SuperAdmin

Nueva Contraseña
Si deseas cambiar la contraseña del usuario, escribe aquí dos veces la nueva. En caso contrario, deja las casillas en blanco.

Teclea tu nueva contraseña otra vez.

Teléfono

Avatar Examinar... 
 Imagen jpg - 100x100 px. y 20 kb máximo.

Actualizar Perfil

Cuentas

Esta ventana sólo está visible para el Súper Administrador, quien tendrá acceso a ver los perfiles y cambiar sus atributos de usuario.

Se selecciona la cuenta y luego puede cambiar el perfil. Además puede añadir una cuenta nueva.

Tu perfil

En esta página todos los usuarios, ya sean proyectos o administradores, pueden cambiar su información personal, email, teléfono, contraseña y subir un avatar.

Admin Home

Postulantes

Feedback

Cuentas

Todos | SuperAdmin | Admin | Proyecto

Cuentas

Cambiar perfil a Cambiar Añadir nuevo

Nombre de Usuario	Email	Perfil
<input type="checkbox"/>  Camilo	camilo.sto@gmail.com	SuperAdmin
<input type="checkbox"/>  José Rodriguez	jose.rodriguez@alumnos.usm.cl	Admin
<input type="checkbox"/>  Escuela Popular Luchin	escuelaluchin@gmail.com	Proyecto

III.1.6. PROYECTOS

Proyectos

Esta es la vitrina donde se exponen públicamente los proyectos que han ingresado a La Minga. Por defecto se exponen los últimos proyectos sin filtro, pero posee un desplegable para ordenarlos por tema.

Cada espacio llama de la base de datos, los títulos de los proyectos, su información resumida y que tipo de proyecto corresponde. Todos estos datos han sido ingresados por los mismos usuarios.

Cuando se alcanza el límite de muestra de proyectos, al final de la página se presentan cuántas páginas más existen, que sirven de indicio para conocer cuántos proyectos están activos.

La Minga
DISEÑO PARA LA COMUNIDAD

Iniciar Sesión ▾

¿Qué es La Minga? | Empieza tu Proyecto | **Proyectos** | Blog | Preguntas Frecuentes | Contacto

Inicio | **Proyectos**

Listado de proyectos

Ordenar por: Todos ▾

Escuela Libre Luchín
Educación

Ver la ficha completa

Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Etiam varius metus ac dolor commodo rhoncus eu ut lectus. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Cras aliquet nisl eget nisi tristique dignissim. Suspendisse fermentum dictum condimentum. Nulla egestas neque at metus elementum aliquam. Ut velit mauris,

lacus pharetra luctus. In nisl arcu, porttitor eget convallis sed, congue in odio. Morbi vitae nibh sem, in dignissim erat. Nunc est arcu, vestibulum at vulputate nec, condimentum mollis velit. In porta tortor vitae neque tempus nec pretium lectus porttitor.



Choclo 2.0
Medio Ambiente

Ver la ficha completa

Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Etiam varius metus ac dolor commodo rhoncus eu ut lectus. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Cras aliquet nisl eget nisi tristique dignissim. Suspendisse fermentum dictum condimentum. Nulla egestas neque at metus elementum aliquam. Ut velit mauris,

lacus pharetra luctus. In nisl arcu, porttitor eget convallis sed, congue in odio. Morbi vitae nibh sem, in dignissim erat. Nunc est arcu, vestibulum at vulputate nec, condimentum mollis velit. In porta tortor vitae neque tempus nec pretium lectus porttitor.



← Previo 1 2 3 4 Siguiente →

Blog

Últimas novedades y noticias aquí

20 marzo 2011
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.

8 marzo 2011
Suspendisse elementum nibh vitae nulla vulputate quis convallis felis.

[Ver más entradas](#)

Twitter | Facebook

Twitter [Síguenos](#)

Programa LaMinga

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Cras quis tellus nulla.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Cras quis tellus nulla.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Cras quis tellus nulla.

Twitter [Join the conversation](#)

Inicio | Blog | Preguntas Frecuentes | Contacto | Twitter | Facebook | Creative Commons | 2011 Programa La Minga

Escuela Libre Luchín

[Volver a Proyectos](#)

Educación

Creado por Colectivo X, Autor/es.

Resumen de Proyecto

Etiam urna ligula, tincidunt id vehicula id, faucibus eget est. Ut ut erat id est bibendum mollis faucibus sit amet nisl. Suspendisse quis libero sit amet nulla cursus tincidunt. Donec pretium ligula sit amet ligula malesuada ultricies. Integer vehicula adipiscing neque, et bibendum quam ullamcorper at. Aenean scelerisque accumsan lacus, non tristique nibh facilisis eget.

Duis ultrices dapibus fringilla. Duis euismod mollis fermentum. Aenean quam nisi, molestie eu dictum vitae, aliquet eu sem. Duis in tincidunt enim. Nulla a quam enim. Etiam at semper nibh. Vivamus id urna elit. Sed in lectus sem, sed aliquam eros. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Duis ultricies risus nec velit dictum quis feugiat enim feugiat. Sed vel mattis dolor. Praesent ipsum quam, ultrices ut vulputate et, aliquam quis arcu. Aliquam egestas dolor eget nulla vulputate sodales



eu ut quam. Sed ut nulla at nisi feugiat posuere quis vel risus. Phasellus mattis commodo justo, id volutpat ipsum volutpat sed. Nullam a orci dictum justo euismod sodales. Fusce mattis nisi malesuada nibh rhoncus facilisis. Nunc dolor purus, consequat nec adipiscing eget, consectetur sit amet sapien. Ut porta odio auctor turpis volutpat sit amet luctus enim elementum. Mauris magna lectus, volutpat et porta a, porta et risus.

Objetivo General

Sed pulvinar fermentum fringilla. Cras ac est sit amet arcu tempus scelerisque. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Suspendisse eget dictum dolor.

Otros Objetivos

Aenean viverra, dui eu congue eleifend, justo odio pulvinar sapien, quis hendrerit ipsum turpis vitae odio. Curabitur sit amet lectus a est luctus porta vitae vitae ante. Suspendisse mauris purus, laoreet eu

Nulla ullamcorper libero ut augue laoreet vitae bibendum magna dignissim. Nulla facilisi. Ut non enim felis, et pulvinar ante. Proin leo nunc, molestie vel ornare quis, vulputate ac urna. Quisque eu justo

Vista de Proyecto

Al ingresar a un proyecto, al igual que en la vista general, se hace un llamado a todos los datos que ha ingresado el usuario, ordenándolos primero por su información general y “estática”: el resumen del proyecto, objetivos, e imagen.

Luego está la información “dinámica” donde se ordena y coloca la última entrada de la bitácora, la información de creative commons y el contacto con ellos a través del mail que el usuario ingreso.

Otros Objetivos

Aenean viverra, dui eu congue eleifend, justo odio pulvinar sapien, quis hendrerit ipsum turpis vitae odio. Curabitur sit amet lectus a est luctus porta vitae vitae ante. Suspendisse mauris purus, laoreet eu

Nulla ullamcorper libero ut augue laoreet vitae bibendum magna dignissim. Nulla facilisi. Ut non enim felis, et pulvinar ante. Proin leo nunc, molestie vel ornare quis, vulputate ac urna. Quisque eu justo

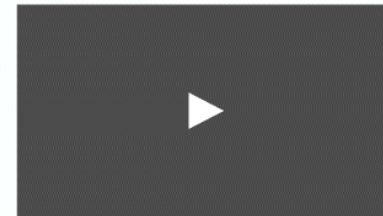
¿Qué ha pasado aquí?

*(Se muestra solo la ultima actualizacion de bitacora, permitida por la administración)

Lun Abr 25, 2011 4:07 am

Etiam urna ligula, tincidunt id vehicula id, faucibus eget est. Ut ut erat id est bibendum mollis faucibus sit amet nisl. Suspendisse quis libero sit amet nulla cursus tincidunt. Donec pretium ligula sit amet ligula malesuada ultricies. Integer vehicula adipiscing neque, et bibendum quam ullamcorper at. Aenean scelerisque accumsan lacus, non tristique nibh facilisis eget.

Duis ultrices dapibus fringilla. Duis euismod mollis fermentum. Aenean quam nisi, molestie eu dictum vitae, aliquet eu sem. Duis in tincidunt enim. Nulla a quam enim. Etiam at semper nibh. Vivamus id urna elit. Sed in lectus sem, sed aliquam eros. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient



Creative Commons

Este proyecto cuenta con el uso de CreativeCommons: Reconocimiento – No comercial

Contactate con el proyecto

[Mandale un mensaje](#)

III.2. DIAGRAMA DE VISUALIZACIÓN DE RESULTADOS

	Tareas La Minga	Tareas en Conjunto	Tareas E.L.Luchín
[Etapa 00] Recepción y Generación de Acuerdos	Creación del árbol del sitio	Se Prepara la primera reunión con el equipo de comunicación de Luchín, y eso concluye en una reunión en un local, donde se les explica de forma más clara, de que trata el proyecto La Minga. Ellos están de acuerdo en que deben hacer uso del sitio para el trabajo de feedback y de ante mano, deciden que lo que más necesitan en prioridad es la creación de su sitio web (poseen blogspot, pero con poco uso y flexibilidad). Desde ahí empezamos a esbozar deberes que tendrá cada lado.	Creación de cuenta en el Sitio La Minga, para postular al servicio en donde se encuentra el feedback. Compra del dominio, y el hosting, entrega de los datos a La Minga
[Etapa 01] Formalización de Visión y Misión del Proyecto		Capacitación del uso de La Minga como medio de feedback y petición de elemtnos para el desarrollo de la plataforma web de la Escuela Luchín, en donde tienen que rellenar la información del proyecto, objetivos, bitacora, descripciones, imágenes, etc.	Creación de material escrito y documentado de todas las áreas acordadas para el sitio

	Tareas La Minga	Tareas en Conjunto	Tareas E.L.Luchín
[Etapa 02] Producción	<p>Creación del diseño e implementación del sitio web www.escuelalibreluchin.org (Feedback de comentarios sobre la gráfica y el concepto del sitio web)</p> <p>Implementación del Foro</p>	<p>Reunión para capacitar en cuanto al uso de la plataforma WP, alojada en el sitio, para que puedan producir por si mismos y auto-administrar. Aquí, se incluye además los detalles del sitio, que se ven en reuniones: org, amigas, etc.</p> <p>Capacitación sobre el Foro</p>	<p>Creación de materil escrito y documentado de todas las áreas acordadas para el sitio.</p> <p>Definir la taxonomía de las categorías y los foros.</p>
[Etapa 03] Pre-Evaluación Salida		<p>Se define fecha de lanzamiento</p>	<p>Completar todas las áreas del sitio de la escuela</p>
[Etapa 04] Puesta en Marcha		<p><i>Pendiente</i></p>	
[Etapa 05] Primera Evaluación y Mejoras	<p>Arreglo de los detalles gráficos y taxonómicos</p>		
[Etapa 06] Replicar/Difundir Experiencia		<p><i>Pendiente</i></p>	

III.3. DIFUSIÓN

La estrategia de medios se define básicamente Online, es decir a través de la Web, por su coherencia con el proyecto, y la generación de redes.

III.3.1. ONLINE

III.3.1.1. BANNERS

Esta forma de publicidad online consiste en incluir una pieza publicitaria dentro de una página Web. Prácticamente en la totalidad de los casos, su objetivo es atraer tráfico hacia el sitio Web del anunciante que paga por su inclusión.

El uso de banners tiene mucha relevancia por la naturaleza del servicio, ya que al ser La Minga un generador de espacios digitales, y más concretamente sitios Web, a medida que crece la comunidad por medio de la inclusión de proyectos, la difusión es exponencial, pues los banners se encontrarán en cada nuevo sitio creado por La Minga. Además un lugar importante donde deben estar instalados los banners, es en los sitios Web de las instituciones públicas de innovación, ya que éstas son de gran tráfico del público objetivo: MINECON, CNIC, CORFO, etc.



Banners en formato Rectangular (181x60 pixeles) y cuadrado (120x120 pixeles)

III.3.1.2. POSICIONAMIENTO EN BUSCADORES

El posicionamiento en buscadores o posicionamiento Web tiene como objetivo capturar a través de palabras claves o keywords, las visitas desde Google y el resto de los motores de búsqueda, relacionadas con la naturaleza de la página Web, dentro de las primeras opciones de resultados.

A través del posicionamiento Web (principalmente posicionamiento en Google) se logran algunos objetivos básicos:

- Aumentos en la visibilidad del sitio Web
- Aumentos en las visitas del sitio Web
- Mejoras en las consultas desde el sitio Web
- Mayor ingreso de postulantes

Para cumplir estos objetivos, se llevarán a cabo las siguientes tareas:

- Optimización de meta tags o archivos de lectura de los robots.
- Trabajo sobre el contenido del sitio.
- Eficiencia en trabajo del page rank (google) y relevancia general del sitio Web para los usuarios en internet.

III.3.1.3. REDES SOCIALES

Otra importante herramienta al servicio del proyecto, son las mismas redes sociales online, de las cuales y según el target, se llevará a cabo su difusión a través de los servicios Facebook y Twitter, por medio de actualizaciones y feedback, herramientas coherentes con el proyecto por sus capacidades de intercambio de información constante e instantánea.

III.3.2. OFFLINE

III.3.2.1. STICKERS

Esta es la única pieza elegida para ser usada en la difusión offline (impresa o física), ya que por sus características de flexibilidad en uso, puede ser aplicada tanto en superficies estáticas (paredes, mesas), móviles (cuadernos, automóviles, locomoción) o como tarjeta de presentación en la que se incluye la URL del sitio.



La Minga en Facebook y Twitter

III.4. PRESUPUESTOS

III.4.1. PLAN DE COSTOS

III.4.1.1. GASTOS DE OPERACIÓN

Servicios	Valor Unitario \$CL	Total \$CL
Sitio Web		
Dominio (NIC.CL)	9.450. (anual)	18.900.
Hosting (BlueHosting.cl)	9.900. (anual)	9.900.
Electricidad	3.000.	36.000.
Servicio de Internet	30.000.	360.000.
Impresiones B/N + Stickers		7.000.
Transporte Público	180.	9.720.
Total		439.520.

III.4.1.2 GASTOS DE HONORARIOS

Servicios	Valor por hora	Total \$CL
Investigación Profesional en Diseño	8.000.	6.720.000
Diseño de Interfaz del Sitio Web, Branding, etc.	7.000.	665.000
Externo: Contratación de Programador Web	8.000.	560.000
Total		7.945.000.

III.4.1.3. GASTOS DE INVERSIÓN

Concepto de Gasto	Valor Unitario/Mensual	Total \$CL
Libros y recursos bibliográficos		100.000.
Equipamiento Digital: Mantenición de Computador	7.000.	84.000.
Total		184.000.

TOTAL: \$8.568.520.

III.4.1.4. CART GANTT

Tiempo total 7 meses

Mes	Junio				Julio				Agosto					Septiembre				Octubre					Noviembre				Diciembre		
	6	13	20	27	4	11	18	25	1	8	15	22	29	5	12	19	26	3	10	17	24	31	7	14	21	28	5	12	19
Nº	Actividades																												
Primera Etapa: Antecedentes (IBM)																													
1	Título, índice e introducción.																												
2	Estructuración del problema																												
3	Marco teórico																												
4	Metodología																												
5	Estudio de usuarios																												
6	Estudio de tipologías																												
7	Conclusiones preliminares																												
Segunda Etapa: Proyección																													
8													Planteamiento del problema de diseño																
9													Justificación de la solución de diseño																
10													Definición de códigos visuales																
11													Definición de estrategia tecnológica																
12													Desarrollo de análisis cualitativo																
13													Pruebas de maqueta-prototipo con los usuarios																
14													Análisis e interpretación de datos																
Tercera Etapa: Realización																													
15																					Desarrollo del Prototipo final.								
16																					Diagrama de visualización de los resultados								
17																					Difusión								
18																					Presupuesto								
19																					Conclusiones								
20																					Bibliografía general/Anexos								

III.4.1.5. COTIZACIONES

Cotizaciones realizadas en:

- Dominio: NIC.cl
- Hosting: bluehost.cl

III.4.2. PLAN DE SUSTENTABILIDAD DEL PROYECTO

III.4.2.1. ETAPAS

El plan de sustentabilidad económica del proyecto se compone de dos etapas:

1. Financiamiento del capital semilla.

Esta es la primera etapa, la cual tiene por fin conseguir poner en marcha el proyecto, y para ello es posible obtenerlo por dos medios principalmente:

- Concursar en proyectos del tipo FONDOS DE MEDIOS, Institución: Ministerio Secretaría General de Gobierno, FONDO SOCIAL, Institución: Ministerio del Interior, Fondo Canadiense para Iniciativas Locales, etc.
- Obtener auspicio de parte de instituciones que posean agencias de desarrollo social, que pueden ser de carácter público, como privado: Fundación Minera la Escondida, FLACSO, etc.

Teniendo claro que el propósito del negocio son servicios de comunicación digital, para iniciativas sociales. La obtención de Patrocinio por parte de entidades validadoras funcionan como soporte para la obtención del auspicio.

2. Financiamiento estacionario.

Este es el financiamiento que pueda mantener operativo al proyecto, para ello es posible usar a la plataforma como generadora de ingresos a través de cifras de visitas, publicidad y el know-how del target. Información valiosa para agencias públicas y privadas que desean acercarse a públicos alcanzados por La Minga.

Se establece como meta un porcentaje de visitas Online para cada proyecto que ingresa, y con estas cifras se puede negociar con las agencias interesadas.

La Minga es un proyecto sustentable porque tiene posibilidades flexibles de auto-financiamiento, al ser un proyecto con efecto multiplicador, su alcance tiene mucho potencial como medio de difusión, por ejemplo a través del manejo de la herramienta de analytics (manejo de visitas) se puede tener un espectro bien identificado del público.

III.4.2.2. FLUJO DE CAJA

Recursos Humanos

Empleados	Detalle	Cantidad	Costo \$CL
Diseñador Gráfico y Gestión	Diseño Web e Interfaces.	2	900.000
Programador de Sitios Web	Programador, Base de datos	1	400.000
Personal Administración General y de Redes Sociales.	Personal capacitado en Gestión y administrador de Proyectos y Feedback virtual.	1	200.000
Total			1.500.000

El costo de computadores se debe recuperar en periodo de 2 años, por lo que por mes por las 3 maquinas, significa un gasto de \$25.264. que se incluye en el total de coste mensual de los 2 primeros años:

Recursos Humanos + Costo Administrativo + Computadores = \$1.828.914.

Capital Fijo

Empleados	Detalle	Cantidad	Costo \$CL
Computadores	PC (cotizado en pcfactory.cl) \$202.117	3	606.325
Sillas	20.000	4	80.000
Mesas	170.000	3	510.000
Total			1.196.325

Costo administrativo

Empleados	Detalle	Cantidad	Costo \$CL
Oficina Física	Oficina de operaciones en departamento, superficie de 38.00m ² , Santiago.	1	200.000
Hosting	BlueHosting	1	9.900
Dominio	NIC.CL	1	9.450
Electricidad			3.000
Servicios de telecomunicaciones	Internet y telefonía		46.300
Mantenimiento de equipos			35.000
Total			303.650

Total Mensual = \$1.828.914.

Anualmente se entregará servicios a 20/25 proyectos aprox.

Total Anual = \$20.118.054.

Por lo tanto el costo unitario es = \$1.005.902/\$804.722.

III.5. CONCLUSIONES

III.5.1. TEORÍA

La interfaz está presente en la cultura cotidiana, es parte de todos los medios comunicacionales o de artefactos que están pensados para mejorar la calidad de vida de las personas, sin embargo ésta tiene gran relevancia ya que es el medio para facilitar su relación, uso y manejo de la información y de los artefactos. Cuando un producto de diseño tiene falencias en su desarrollo, los individuos perciben que existe un problema que no identifican como interfaz, pero cuando lo utiliza, comprende que el producto no funciona adecuadamente. Si el diseño está bien resuelto, el usuario accede al producto con total destreza, sin pensar cuál es la causa de su buen funcionamiento. Y es por eso que el diseño de una buena interfaz pasa desapercibido porque está integrado en el desarrollo del producto.

En el estudio de usuarios para el desarrollo de interfaces, no existen mecanismos que aseguren obtención de datos precisos y objetivos. El estudio de usuarios requiere apoyo de expertos con experiencia en el ámbito, pues hace uso de trabajo de campo con usuarios, el que debe velar para no influir en la información que se recoge de sus respuestas y conductas. La correcta elección y aplicación de estos instrumentos, ayudan a despejar muchos errores básicos en el proceso, que tendrán que ir perfeccionándose constantemente para generar un producto de calidad coherente con el objetivo del diseño de interfaces e información.

En el desarrollo de proyectos de innovación en sus distintas áreas requiere de un trabajo interdisciplinario, y más aún cuando no se encuentra presente el diseño, siendo fundamental para el éxito de cualquier iniciativa de este tipo, ya que además funciona como eje articulador de las distintas disciplinas que intervienen.

Richard Florida plantea en su teoría de las 3T, que hoy en día el lugar donde se habita es decisivo en la vida de las personas, pues el espacio en que se desenvuelven tiene alto impacto en su estilo y calidad de vida. Por ello Florida plantea una relación directa entre los lugares donde existe una alta demanda de diversidad y ambientes culturales, con zonas que han experimentado un mayor desarrollo económico. Chile se ha iniciado en la promoción de ambientes culturales que afectan positivamente el desarrollo de la innovación, porque existen sectores más cercanos y abiertos a la gente para acceder a distintas formas de la cultura. Finalmente esta situación permite transitar desde el desarrollo económico pensado en la productividad hacia la potenciación del capital humano, como fuente de la innovación.

III.5.2. PROCESOS

La realización de La Minga como modelo de servicio, conjuga aspectos de distintas áreas que convergen hacia el objetivo general, haciendo tangible y productiva la teoría del diseño en función de los beneficios que entregan las plataformas como interfaces para apoyar el que hacer de los distintos actores sociales, que conforman una comunidad de colaboración, participación y saberes para un bien común.

Gracias al uso de captura de imagen y sonido en los procesos de recolección de datos en el estudio de usuarios, ha permitido apreciar con mayor detalle expresiones faciales, murmullos y otros elementos “vivos” de la interacción de las personas con la interfaz, lo que resulta un avance significativo en la resolución de errores básicos del desarrollo de la plataforma, y su importancia de corregirlos en una etapa prudente del proyecto.

Una de las experiencias que estuvo implícita en los procesos, fue la colaboración interdisciplinaria de un ingeniero en informática, que con su ayuda pudo crearse la base de datos y todo el manejo de programación interno de la plataforma Web de La Minga. Aunque la mayor parte del tiempo, el trabajo fue a distancia, se pudo concretar una instancia de trabajo presencial, pudiéndose determinar precisiones importantes para el resto del proceso. La formación recibida en la escuela fue fundamental para comprender el trabajo de ambas partes, la sintaxis de la información y los procesos requeridos resultaron en general fluidos, teniendo claro, que esta relación profesional tiene predisposición para mantenerse a largo plazo, apoyando la conexión indiscutible entre la informática y el diseño.

La recopilación en la etapa del benchmark, arroja una creciente generación de sitios relacionados con el desarrollo de redes sociales y plataformas como modelos de servicios asociados, pero lamentablemente ninguno en Chile, al comenzar con una iniciativa como La Minga, abre paso para el florecimiento de otros servicios que trabajen el desarrollo social a través de la innovación, ayudando a derribar mitos y demostrar empíricamente que proyectos de este tipo son importantes y posibles.

III.5.3. POLÍTICA

Institucionalidad Pública

Las entidades e instituciones públicas que se ocupan de diseñar políticas de innovación científica y tecnológica, en la actualidad no reconocen paradójicamente al diseño como parte de este sistema, que debiera tener una perspectiva integral al generar innovación, la cual sin diseño difícilmente logrará sus objetivos.

Las Políticas Públicas enfocadas a la innovación (MINECON, CONYCID, CNIC) tienen fundamentalmente por objetivo, incrementar el número de empresas innovadoras capaces de competir en los mercados internacionales, dando cuenta que no consideran la innovación basada en el desarrollo e inclusión social, aspectos también claves para el bienestar país. En este sentido La Minga se encuentra pensada en el desarrollo social mediante experiencias comunitarias, que pretenden generar redes de organizaciones fundamentadas en la colaboración y participación conjunta, abordando temas de importancia ciudadana, que apoyan la inclusión social como innovación.

La experiencia de diseñar un modelo de servicio enfocado en el ámbito social, encuentra factores en la institucionalidad pública que no facilitan y apoyan su desarrollo e implementación. Ello porque sus líneas de acción no están centradas en la innovación social como motor de desarrollo.

Instituciones Internacionales

Las organizaciones internacionales como la UNESCO en Chile, dentro de sus políticas consideran el desarrollo social pensando en la construcción de sociedades del conocimiento integradoras, recurriendo a la información y comunicación. La Minga es un proyecto que para la UNESCO, podría ser importante en la concreción de sus políticas en este ámbito. Ello porque la filosofía que subyace en La Minga, esta referida fundamentalmente a apoyar el desarrollo social mediante la tecnología, comunicación e información, situación que para la UNESCO es favorable porque tendría una conexión de sus propósitos con un proyecto real y concreto.

Instituciones Académicas

Las Políticas de la Universidad de Chile como institución pública de prestigio en la formación de profesionales no contemplan en la Escuela de Diseño laboratorio de investigación en la disciplina, lo que dificulta la ejecución de este tipo de proyectos, especialmente sociales, entregando a los alumnos o profesionales del área escasos incentivos, facilidades y apoyos para el desarrollo de la investigación. Contar con ello no sólo es positivo para sus alumnos, sino muy importante para el área de investigación de la Universidad, entregando nuevos aportes teóricos y empíricos en su beneficio y del país. Esta situación se corrobora al darse cuenta que otra universidad de carácter público cuenta con un laboratorio de investigación en el área (ProteinLab UTEM).

III.5.4. PROYECTO

La Minga tiene por objetivo, apoyar proyectos sociales a través de la prestación de servicios de comunicación digital, trabaja sobre problemas transversales que pueden afectar a grupos de personas en temáticas comunes, como lo son las categorías de proyectos que se acogen: medio ambiente, dialogo social, tecnología, educación. El trabajo realizado con la Escuela Libre Luchín es un prototipo que sirve para evaluar La Minga como modelo de servicio.

En la experiencia con La Escuela Libre Luchín, La Minga aporta al desarrollo de la escuela, de las familias, de los actores comunitarios y por consiguiente a los niños que la integran. En este sentido tiene un efecto multiplicador porque sus consecuencias llegan finalmente a muchas otras personas directa o indirectamente y puede constituirse en una experiencia replicable para otros proyectos.

III.6. BIBLIOGRAFÍA GENERAL

- Almquist J., Lupton J. (2010). Affording Meaning - Design-Oriented Research from the Humanities and Social Sciences. Design Issues, 26,(1), 3. Recuperado de <http://www.mitpressjournals.org/loi/desi>
- Ambrose G., Kelly C., Lumby M. (2006). Identidad Corporativa. Del Brief a la Solución Final. Barcelona: Editorial Gustavo Gill.
- Arias H., Comunicación personal, 24, Mayo, (2010).
- Barriga A., MINECON, Comunicación personal, 28, Abril, 2011.
- Brown, D. (2006). Communicating Design: Developing Web Site Documentation for Design and Planning. EEUU; Ediciones New Riders.
- Bonsiepe G. (2011). Diseño y Crisis. Conferencia en ocasión del otorgamiento de una distinción académica en la Universidad Autónoma Metropolitana, México, 21.09.2011., Obtenido el 8 de diciembre de 2011, desde <http://guibonsiepe.com.ar/guiblog/text/>
- Bonsiepe, G. (1998). Del Objeto a la Interfase. Buenos Aires, Argentina; Ediciones Infinito.
- Centro de Innovación Un Techo para Chile / Un Techo para Mi País (2009). Brief Centro de Innovación Un Techo para Chile - Mínimo. Obtenido el 8 de Julio, 2010, desde <http://www.slideshare.net/InnovacionTecho/brief-centro-de-innovacin-un-techo-para-chile-minimo>.
- ChilePD (2007). Quiénes Somos. Obtenido el 8 de Julio, 2010, desde http://www.chilepd.cl/content/view/44098/Quienes_Somos.html.
- CreaChile (n.f.). Quienes Somos. Obtenido el 6 de Julio, 2010, desde <http://www.creachile.org/>
- CNIC, Agenda de Innovación y Competitividad 2010 – 2020, (2010), Santiago, Chile. Editor: Hugo Arias
- CNIC. (2007). Hacia una Estrategia Nacional de Innovación Para la Competitividad Volumen I, Santiago, Chile; Editor: Hugo Arias.
- CNIC. (2008). Hacia una Estrategia Nacional de Innovación Para la Competitividad Volumen II, Santiago, Chile; Editor: Hugo Arias.
- Cordero Ruiz, J. (n.f.). PERCEPCIÓN VISUAL. En PERCEPCIÓN VISUAL (Tema 1). Obtenido el 3 Junio, 2010, desde <http://personal.us.es/jcordero/PERCEPCION/index.htm>.
- Danish Government (2007). DesignDenmark. Obtenido el 25 de Mayo, 2010, desde <http://www.deaca.dk/>
- Department of Trade and Industry (DTI) (2005). DTI ECONOMICS PAPER NO.15 Creativity, Design and Business Performance. Obtenido el 25 de Mayo, 2010, desde <http://www.bis.gov.uk/>
- DESIGN21 (2008). Our Mission. Obtenido el 7 de Julio, 2010, desde <http://www.design21sdn.com/design21/about>.
- FECYT (Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología). (2007). Estrategia Nacional de Ciencia y Tecnología (ENCYT). Obtenido el 25 de Mayo, 2010, desde <http://www.plannacionalidi.es/>.
- Flores B., (2008). ¿Desarrollo sostenible o sustentable?, Obtenido el 29 de Diciembre, 2011, desde <http://www.proderna.org/portal/>.
- Florida R. (2002). The Rise of the Creative Class. Washington Monthly. Obtenido el 14 de Junio de 2010, desde <http://www.washingtonmonthly.com/features/2001/0205.florida.html>
- Florida, R. (n.f.). FAQs Quotes attributed to international best-selling author Richard Florida. Obtenido el 30 de Junio, 2010, desde http://www.creativeclass.com/richard_florida/media.php.
- Guerra M., & Jordán V. (2010). Políticas Públicas de Sociedad de la Información en América Latina: ¿una misma visión?. Obtenido el 25 de Mayo, 2010, desde <http://www.cepal.org>.

- Gomez, C. (n.f.). PAUTA DE INVESTIGACIÓN: MICROESTRUCTURA DE INVESTIGACIÓN.
- Icograda (2010). MISSION, VISION AND VALUES. Obtenido el 7 de Julio, 2010, desde <http://www.icograda.org/about/about/articles146.htm>.
- Industrias Creativas Valparaíso (2010). Quiénes Somos. Obtenido el 8 de Julio, 2010, desde <http://www.industriascreativasvalpo.cl/home.html>
- Krug, Steve (2001). No me hagas pensar: una aproximación a la usabilidad en la Web. Madrid: Prentice-Hall, 2001.
- Margolin, V. (2011). Graphic Design Education And The Challenge Of Social Transformation. En Bennett, A., Vulpinari, O. (Eds.). Icograda Design Education Manifiesto 2011, (Pp. 105-106). Recuperado de http://www.icograda.org/news/year/2011_news/articles2246.htm
- Ministerio de Economía (2010). Política Nacional de Innovación: Memoria 2006- 2010. Santiago, Chile. Edición: Ministerio de Economía.
- Ministerio de Economía (2009). Política Nacional de Innovación Para la Competitividad: Orientaciones y Plan de Acción 2009-2010, Santiago, Chile.
- Ministerio de Economía (2008). Rol ministerial. Acerca de este Ministerio. Obtenido desde <http://www.economia.cl/>.
- Miranda M., (n.f.). ABCD, letras que nos dividen. Obtenido el 1, Junio, 2010, desde <http://www.novomerc.cl/>.
- - Morelli, N. (2011). Active, Local, Connected: Strategic and Methodological Insights in Three Cases Nicola Morelli. Design Issues, 27,(2), 90. Recuperado de <http://www.mitpressjournals.org/loi/desi>.
- Movistar Innova (2010). ¿Qué es Movistar Innova? Obtenido el 8 de Julio, 2010, desde <http://www.movistarinnova.cl/>
- OCDE y Eurostat (2005). Manual de OSLO 3era Edición. Obtenido el 25 de Mayo, 2010, desde <http://www.oei.es/salactsi/oslo3.htm>
- Nielsen, J. (1994). Heuristic evaluation. In Nielsen, J., and Mack, R.L. (Eds.), Usability Inspection Methods. John Wiley & Sons, New York, NY.
- Power D., & Jansson J., & Lorenzen M. (2006). Nordic Design for a Global Market: Policies for developing the design industry in the Nordic Region, Obtenido el 25 de Mayo, 2010, desde <http://www.nordicinnovation.net/>
- Pujol, S., Valladolid, D. (2011). Cambio: Oportunidades Y Desafíos. En Bennett, A., Vulpinari, O. (Eds.). Icograda Design Education Manifiesto 2011, (Pp. 43-44). Recuperado de http://www.icograda.org/news/year/2011_news/articles2246.htm
- Purdue University Online Writing Lab (OWL). (2010-05-05 02:17:47). General APA Guidelines. Desde <http://owl.english.purdue.edu/owl/resource/560/01/>.
- Schumpeter A. Joseph (1968). Capitalismo, Socialismo y Democracia / tr. por José Díaz García. EDITORIAL AGUILAR.
- Schumpeter A. Joseph (1944). Teoría del desenvolvimiento económico: una investigación sobre ganancias, capital, crédito, interés y ciclo económico.
- Torres, D. (2009) Test de usuarios de guerrilla - usabilidad en latinoamérica. Desde <http://www.torresburriel.com/>.
- Queensland Design Strategy 2020, (2009) Queensland, Australia. Obtenido el 25 de Mayo, 2010, desde <http://www.arts.qld.gov.au/>.
- Real Academia Española (2011). Obtenido desde <http://www.rae.es/rae.html>.
- Rodríguez M. A., & Rodríguez B. D. (2007). Política Nacional de Diseño. Obtenido el 19, Mayo, 2010, desde <http://www.cdesign.cl/>.
- Roper Starch Worldwide (1998). Targeting en Profundidad, ir mas allá de lo demográfico. BOLETIN NUMERO 98. Obtenido el 1, Junio, 2010, desde <http://www.novomerc.cl/opinion2.html>.
- Vercellone, C. (2004). 3. Las políticas de desarrollo en tiempos del capitalismo cognitivo. En Traficantes de Sueños (Eds.), Capitalismo cognitivo, propiedad intelectual y creación colectiva (63-74). Madrid.
- Yenawine P. (n.f.). Thoughts on Visual Literacy. Obtenido el 14 de Junio de 2010, desde http://www.vtshome.org/system/resources/0000/0005/Thoughts_Visual_Literacy.pdf.

III.7. ANEXOS

III.7.1. ANEXO N°1 - ENTREVISTA A HUGO ARIAS

Entrevista a Hugo Arias, Coordinador de Contenidos del CNIC el día 9, Mayo, 2010.

Camilo Soto: Le pido que se presente, cuál es su profesión, y a qué se dedica en el CNIC

Hugo Arias: Yo soy Hugo Arias, soy Periodista, dedicado principalmente al área económica durante muchos años, y mi tarea acá es la edición y manejo de los contenidos del Consejo, lo que el Consejo comunica y entrega como un documento pasa por mis manos.

C.S.: Como empezó el CNIC?

H.A.: El Consejo Nacional, nace durante el Gobierno de Ricardo Lagos, después de que durante más de una década Chile había mostrado un alto crecimiento, en la década de los 90', se encuentra después de haber pasado la crisis Asiática, en que la recuperación del crecimiento no era lo que se esperaba, y volvemos a crecer al 7%, que es lo que habíamos logrado en la década de los 90', que es la década en que más ha crecido el país en términos económicos, entonces el Ministro de Hacienda de ese momento era el Ministro Eyzaguirre, se empiezan a preguntar que está pasando, que es lo que hace que no estemos creciendo al ritmo que quisiéramos y necesitáramos para poder llegar más rápido al desarrollo, para ser un país desarrollado, y se van dando cuenta que lo que estaba ocurriendo era que, el modelo de crecimiento sobre el que había avanzado Chile, que es la explotación de sus recursos naturales, aprovechar las ventajas competitiva chilena se está agotando, y que es necesario que Chile de un salto a una economía más sofisticada, donde el conocimiento, la innovación, la calidad del capital humano, las ideas que ese capital humano pueda poner en práctica, son la diferencia a la hora de crecer, y por lo tanto es necesario que Chile tenga una estrategia para la etapa de desarrollo en que estamos ahora, que es transitar de un país de desarrollo medio, a un país derechamente desarrollado. Y se plantean entonces que exista una estrategia de innovación para la competitividad, o la innovación específicamente en el desarrollo económico de los mercados y por lo tanto se define, un primer consejo a fines del 2005. El Gobierno de Ricardo Lagos y el Ministro de Hacienda, nombran el Primer Consejo Asesor, que les entrega una serie de parámetros, sobre los cuales debiera versar una estrategia de innovación desde el punto de vista competitivo, del desarrollo económico.

Ese Consejo entrega su primer informe. Con estas bases, bajo estas estrategias, se le entrega al Presidente Lagos que estaba terminando su mandato, junto con la Presidenta Bachelet, que venía ingresando a tomar el mando del país, y la Presidenta decide renovar el mandato del Consejo, nombran a nuevos consejeros, les da facultades más potentes, nombra al Ex-Ministro de Hacienda en ese momento: Nicolás Eyzaguirre como Primer Presidente del Consejo, y le pide que sobre la base de lo que había entregado ese Consejo Asesor, que había trabajado como 2 o 3 meses, se elabore una estrategia de innovación para Chile. Y durante 2006 y 2007, con la entrega en Enero de 2007 y enero de 2008, este Consejo elabora estos 2 primeros volúmenes, que son la estrategia: 1 Con los fundamentos básicos, económicos, teóricos de lo que debiera ser una estrategia de innovación y por qué Chile la necesita y qué elementos de Política Pública y conceptuales deben regirla. En un segundo volumen, contiene mucho más

especificidad, que es lo que tiene que hacer, en que área y se divide en la estrategia en 3 grandes pilares: capital humano, ciencia y la innovación empresarial en si misma. Todo esto sustentado en un andamiaje institucional, acorde a las necesidades y con ciertos criterios de selectividad, que es necesario hacer, enfocado en ciertos sectores específicos, de tal manera, de buscar esta transformación de la economía en su conjunto.

C.S.: Ahora cómo una institución público-privada, sigue estando bajo el mandato- sigue siendo una institución que apoya el Presidente, que es cómo, de consulta.

H.A.: Así es el Consejo es un órgano asesor, consulto, del Gobierno, está integrado por personas del Gobierno, pero también personas del mundo privado, no sólo de la empresa privada, que es lo que normalmente se entiende como privado, sino que personas que no son del Gobierno pero trabajan en la Academia, son expertos en áreas como el capital humano, son científicos definitivamente, y además empresarios, todos ellos confluyen acá y generan la discusión y el debate que lleva a que el Consejo proponga una línea de acción, todo mirando esto como un sistema complejo y que la propuesta debe ser coherente en esa mirada de sistema, y no individualmente, que podría serlo, pero aquí lo que es necesario es combinar una serie de cosas para que esto ocurra en una manera armónica, sino, no funciona.

C.S.: En ese sentido, este Consejo sirve de asesor al Presidente, y mas allá de que se entreguen proposiciones, después se verán si se aprueban o no, o si se modifican, pero de igual forma llegará al Gobierno, entiendo que porque este Consejo haya sido creado por un Gobierno, significa que va a ser tomado muy en serio.

HA.: Si por supuesto, y la propuesta de este propio Consejo, y la idea que han tenido los Gobiernos, es que este Consejo pase a ser mas allá de una institución que es creada por un Gobierno, sino que sea una institución del Estado, y se envíe un proyecto de ley que está en trámite, en el Congreso para crear, para que este Consejo tenga vida legal, sea creado por ley y tenga una representación que va mas allá de los gobiernos de turno, que además de esta representación público-privada, la forma en que el Consejo opera, la forma en que se renuevan sus integrantes, sea muy parecida a como son los organismos del Estado, al estilo de lo que ocurra por ejemplo con el Banco Central, donde hay un número de consejeros y que no se van todos de una sola vez, y no son todos definidos por el Presidente, sino que se van renovando por tramo, el Presidente consulta en algunos casos al Senado, ahí hay una estructura institucional que se espera definir que hace que este Consejo sea un organismo permanente del Estado Chileno, que tiene ese rol de asesor pero que no depende del Gobierno específicamente, tiene un grado de autonomía, para definir sus temas, para ver cuales son las propuestas que van a realizar, pueden ser contrarias a algunas Políticas de un Gobierno especial, pueden ser críticos de lo que un Gobierno hace o no. Entonces una parte de la tarea del Consejo es entregar estas propuestas, con un horizonte de 12 años, resumidas en una estrategia de innovación para el país, pero su tarea también es ir evaluando lo que está pasando con el sistema de innovación, como ha evolucionado, como se van tomando las decisiones de Política y como funcionan esas Políticas, funcionan lo que se requiere en la estrategia, y por lo tanto, parte de las tareas del Consejo es ir evaluando también el avance, de la estrategia y el avance de Chile en materia de innovación, en materia de avanzar hacia esa economía del Conocimiento, que es la que queremos impulsar a través de la Política.

C.S.: Respecto a los documentos que existen, esta propuesta de innovación se ancla en un perfil específico teórico, o ante algunos autores, o algunas experiencias pasadas de otras naciones por ejemplo.

H.A.: Si... bueno el Consejo de Innovación realiza cuando se da la tarea de generar la estrategia, revisa la experiencia de distintos países, específicamente toma o por lo menos se preocupa mucho de ver que ocurre en países similares a Chile, en términos de ser países ricos en recursos naturales, pero lo que miramos principalmente en países que lograron hacer ese salto entre ser una economía muy concentrada en los recursos naturales a ser luego una economía desarrollada, más sofisticada y por lo tanto nos preocupa Finlandia, Australia, Nueva Zelandia, Suecia, países que de alguna manera estaban en una situación hace algunos años o décadas atrás, en una situación similar a la Chilena y logran dar ese salto. Por otro lado el Consejo toma referencias de lo que son las Políticas de Innovación específicamente, de la OSD, del Banco Mundial, son todos organismos o entidades que sirven de referentes para el análisis que hace el Consejo. Autores hay muchos probablemente y están citados en nuestros documentos, los principales.

C.S.: O sea, más que nada es la referencia de otros países.

H.A.: Si... o sea hay también un análisis económico, si tu revisas el volumen 1 de la estrategia, hay un análisis y un debate respecto si hay ciertos autores en materia de económica, que hablan de la maldición de los recursos naturales, y el Consejo cuestiona eso, cuestiona la idea de que si tú eres rico en recursos naturales no vas a poder nunca hacer el salto a una economía más sofisticada, pero lo que si requiere de un esfuerzo y una serie de acciones para permitir hacerlo, cuestiona la idea de que no se puede hacer ese tránsito desde una economía de bajo desarrollo a una más desarrollada o una economía del conocimiento desde los recursos naturales, y el Consejo dice que si se puede, porque está siempre la idea de que había que industrializar, a toda costa, que fue el debate que hubo a mediados del siglo XX, en América Latina, que generar estas industrias ojalá lo más sofisticadas posible, porque esa era la manera de dar ese salto y lo que el Consejo propone, es que a través de sofisticar nuestra elaboración de nuestros recursos naturales y nuestra explotación de lo que hacemos de ello en la medida en que le vamos agregando componentes de conocimiento, a esa actividad, vamos a ir pasando naturalmente a desarrollar actividades mucho más intensivas al conocimiento. El ejemplo clásico es en que en la medida en que seamos los mejores productores mineros y empezamos a desarrollar actividades para generar servicios maquinaria, ingeniería, a esa actividad, vamos a ir dejando a esa actividad en un segundo plano, o sea vamos a seguir haciéndola en la medida en que tengamos ese recurso, pero cada vez nos vamos a ir haciendo más fuertes en vender esas otras actividades, en vender la tecnología asociada, relacionada a la minería, en vender los servicios de ingeniería y lo mismo nos va a pasar con el salmón, de producir el salmón vamos a ser fuertes en las vacunas del salmón, en la medicina, en el estudio, en una serie de aspectos que son funcionales a esa actividad y así se van abriendo caminos a otros lados, en la medida en que te haces fuerte en fisiología animal puede que empieces a avanzar a otros lados y esa es la apuesta, que el Consejo hace un quiebre y dice no es que estemos condenados y que podemos pasar desde ese, desde aprovechar esas ventajas en nuestros recursos naturales, podemos hacer que se torne necesario inventar...

Se pueden hacer tecnologías nuevas, pero no es obligatorio no es la última meta, y además el hacer ese camino que propone el Consejo te permite aprovechar lo que son tus ventajas, porque lo otro es decir, es como querer a toda costa que en Chile hayan industrias de automóviles, que fue lo que se intentó en algún momento en toda América, y Chile probablemente a diferencia de lo que pueda ser hoy día México o Brasil, Chile tiene ciertas condiciones bien distintas a esos países, es decir un mercado interno pequeño, tiene condiciones geográficas que lo hacen estar todavía más distantes que estos otros países, de posibles mercados de destino de su producción por lo tanto, tenemos que considerar todas esas cosas a la hora de que vamos a hacer, y uno puede generar industria y actividades productivas más nuevas, más sofisticada pero tiene que ser sobre la base de alguna ventaja que

tengamos , algún conocimiento algo que hayamos desarrollado en nuestro país, y por eso el Consejo propone, aprovechar nuestras capacidad de Ingeniería, principalmente de ingeniería o asesoría financiera, para generar esta industria de Offsourcing, servicios globales que se entregan desde Chile, pero se entregan a empresas o a personas que están en Estados Unidos principalmente, aprovechando nuestra ventaja de estar en la misma hora, el mismo uso horario, que nos da ventaja de India, que desarrolla este tipo de actividades, pero que está, mientras que en India es de día, en EEUU es de noche, por tanto tiene muchas complicaciones para hacer ese trabajo en horario normal, y nosotros ahí tenemos unas ventajas de desarrollar, tenemos también desafíos que cumplir, falta mucho el desarrollo de ingles tenemos que ajustar nuestra carreras, de ingeniería, de ingeniería en ejecución para que se alineen un poco con estas demandas, pero ya tenemos una oportunidad ahí y es un sector que esta poco desarrollado, y el Consejo lo propone como una vía para nuestro desarrollo, pero también propone otros sectores que están un poco mas consolidados, de los cuales uno esperaría que sean la punta de lanza para esta transformación productiva, desde el recurso natural, hasta actividades asociadas a ese recurso pero mucho más intensiva en conocimiento.

C.S.:¿O sea serian el punto de partida, empieza a ser como el valor agregado a lo que ya estamos produciendo?

H.A.: Ahí hay que tener un cuidado, como valor agregado significa que tú al producto final le agregas algo, y no es necesariamente agregar valor a ese producto final, no es agregarle valor al cobre, que es la idea de que tú pasas al cobre, al alambre de cobre, luego a otro producto, no es ir encadenado necesariamente, puede ser, pero no es necesariamente ir encadenando hacia adelante, sino que ir encadenando hacia atrás o hacia el lado la producción. Para tú producir cobre tienes que hoy día por ejemplo; el desafío de Chile es cada vez más la minería subterránea, en poco tiempo Chuquicamata, o creo que ya esta empezando a funcionar subterránea, El Teniente hace mucho rato que tiene eso, y por lo tanto tienen que desarrollar una nueva manera de hacer minería, tienen que hacer una ingeniería para eso, tienen que desarrollar robots, tienen que desarrollar una serie de actividades, entonces ahí están encadenando hacia atrás, no hacia adelante, no estás agregando valor al cobre, el cobre va a ser el mismo pero para producir ese cobre tienen que hacer una serie de cosas, que requieren más conocimiento, más ciencia, más tecnología, más calidad del capital humano y todo eso va a confluir en que tu actividad sea mucho más intensiva en conocimiento y al desarrollar un robot capaz de meterse debajo de la tierra para sacar cobre, tu vas a desarrollar capacidades y conocimiento que te van a permitir hacer robot para otras cosas que no necesariamente son minera y entonces ese es un poco la puerta y como te digo no es el viejo concepto de agregar valor, de ir avanzando en la cadena hasta llegar al auto a partir del cobre, sino en que hacia atrás y hacia los lados hacia actividades paralelas tu puedes desarrollarte, por ejemplo; el caso de la minería nuevamente, es como hoy día uno de los grandes desafíos de la minería son los desafíos medio-ambientales y el uso de recursos hídricos, entonces todo eso te plantea desafíos que tienes que afrontar y para los cuales tienes que poner el conocimiento del servicio a esa solución y en la medida en que tú te haces fuerte en solucionar los problemas medioambientales en la minería, tomas fortaleza para solucionar problemas ambientales en otros lados y tu industria pasa a ser una industria de remediación medioambiental, más que la industria minera o esa industria que le da servicio a la minera pasa a ser tan fuerte que pasa a ser una industria en si misma, y esa es un poco la cosa.

C.S.: Bueno, en ese sentido, claro , entiendo la respuesta que esta jugando, en estas propuestas políticas, después se ve si se aprueban o no, en el Gobierno, pero desde acá la forma de hacer estas políticas, la formas de aprobarlas, en general cómo se desarrollan?

H.A.: Existe, cuando uno hace el dibujito de como funciona este proceso, está claramente dividido, lo que es la tarea del Consejo que es una tarea asesora de mirada estratégica, versus. la tarea del Gobierno que es una tarea

decidora, de operación, de lo que se ha decidido hacer, y la tarea de la agencia que es precisamente la de poner en marcha las políticas, pero si esto fuera súper estoico y cada uno sólo cumple ese rol, sería muy difícil de coordinar, la idea es que esto sea una cosa más bien fluida y por lo tanto, lo que ocurre es que en el Consejo ya participa el Gobierno. El Gobierno no tiene voto, pero vienen los Ministros, el Subsecretario, viene el Presidente Ejecutivo de CORFO, el Presidente de CONICYT, y participan del Consejo, de la discusión, le informan al Consejo de qué están haciendo, de cómo lo están haciendo, de que sale bien y que sale mal, y por tanto lo que el Consejo va debatiendo, y decidiendo está tomando la realidad y el pulso de lo que esta ocurriendo en el sistema, en el debate participan los Ministros, las autoridades y más allá de que algunos casos estén más o menos de acuerdo con lo que se dice, se están empapando hacia donde van a ir las recomendaciones, por lo tanto cuando salen las recomendaciones del Consejo, hay mucho camino avanzado en muchos casos, hay muchos convencimientos ya logrados, hay mucho consenso ya logrado de ciertos temas, y lo que falta entonces en definitiva, es poner la decisión en marcha y poner los recursos muchas veces, que se requieren para que esas decisiones se pongan a trabajar. Hay un complemento bastante importante durante el trabajo y a eso se suma, que cuando se trata de sectores productivos específicos, el Consejo está conversando con esos sectores, esta dialogando con quienes están haciendo las actividades, con las salmoneras, con los científicos, con los mineros, y por tanto también se está produciendo ese diálogo, y se está generando ese consenso durante el proceso de generación de las recomendaciones del Consejo, por tanto cuando salen, ya hay cierto camino avanzado.

C.S.: Y es cómo siempre que se está hablando con estas personas, o no siempre sucede esto?

H.A.: Primero en el caso del Consejo, hay representantes del Gobierno y esos están siempre, por tanto ese diálogo es permanente, en el Consejo hay representantes del mundo privado, empresarial, aunque no son de todos los sectores de la economía, por tanto ahí la conversación es un poco menos amplia, pero en todos los procesos en que el Consejo desarrolla algún análisis, es parte esencial de ese trabajo, en que haya diálogo con ese sector productivo y con la academia, y con quienes están de alguna manera involucrados en ese sector, por lo tanto, siempre está ocurriendo, no es permanente con cada uno, pero siempre están ocurriendo en la medida en que el Consejo quiere tomar un tema, o estima que un tema es relevante y quiere tener opiniones y quiere generar recomendaciones.

C.S.: En ese mismo sentido con la relación con la academia, como decía usted, o con las universidades que yo creo que es un tema fundamental también, se hace aquí permanente?

H.A.: A partir del último cambio que hubo de la renovación en 2008 de los consejeros, existen representantes en el Consejo elegidos 1 por las universidades del CRUCH, otro por las universidades privadas y otro por los institutos profesionales y centros de formación técnica, por lo tanto hay por lo menos 1 representante de ese mundo en las discusiones que se generan en el Consejo, y además en el Consejo participan de reuniones, de debates y trata de generar instancias de trabajo en conjunto con esas organizaciones también, mas allá de lo que puedan decir, quienes han sido elegidos por ellos, acá en las reuniones del propio consejo, cuando se quiere analizar como mejorar el funcionamiento de las Universidades, como ver un mejor modelo de financiamiento en las actividades científicas, todo se realiza mediante diálogo y trabajo en conjunto con estos organismos.

C.S.: Estas personas de que formas son elegidas?

H.A.: En el caso de estos tres, de las Universidades del CRUCH, de Universidades Privadas e Institutos de Formación Técnica. Lo que ocurrió en el momento de nombrarlos, fue que la división de Educación Superior convocó,

en el caso del CRUCH, que es un organismo más afianzado en la historia, y donde el Ministerio de Educación es el Presidente de ese organismo, el Ministro les informó que tenían el derecho a nombrar a un representante, ellos nombran a una terna y esa terna va a la Presidencia de la República, y ella dentro de esos tres elige un representante. En el caso de las Universidades Privadas y en los Institutos Profesionales y de Formación Técnica, ocurrió lo mismo, en este caso fue la Dirección de Educación Superior quien los invitó, “por favor, los invito a una reunión, necesito que ustedes nombren una terna de personas que quisieran que participen en el consejo”, y el Presidente, la Presidenta (en este caso M. Bachelet) nombró de esa terna a quienes, a un representante de cada una de ellas. El Proyecto de Ley establece que junto con estas representantes, como stakeholders específico del sistema de innovación, debieran también haber representantes del mundo sindical, de las organizaciones sindicales, representantes del mundo de las organizaciones empresariales, entonces no sólo van haber los ojos desde el mundo académico, universitario, científico, sino que también del mundo empresarial directamente elegido en su respectivas organizaciones, presentado ante el Presidente de la República seguramente, que debiera elegir entre una terna que les propongan cada una, cada asociación.

C.S.: O sea, claro veo que igual está tomando en cuenta este lado académico, pero es no sé, cree que es suficiente con este.. con un sólo representante de todo este mundo?

H.A.: Haber, lo que pasa es que como te digo, no se resuelve necesariamente, con cuántos representantes existen en el Consejo, debe ser un número que permita el trabajo, lo que ocurre también, que te decía, con el debate interno que se genera en el Consejo, el trabajo cotidiano incluye, conversar con todos los demás por tanto ahí, y la secretaria ejecutiva del Consejo es parte relevante de esa tarea, mantener el contacto mucho más amplio, con los demás representantes, y puede ser por distintas formas, nosotros contratamos estudios, generamos seminarios, hay talleres, hay trabajos conjuntos, reuniones de discusión, hay distintas instancias en las que estamos teniendo contacto con los distintos representantes de ese mundo...

C.S.: Y, respecto a lo que, volviendo a las Políticas Públicas las formas de hacer estas Políticas Públicas, por ejemplo con el tema de tecnología, cómo se desarrollan estas decisiones, por ejemplo?

H.A.: A que te refieres exactamente, porque, haber si tú revisas nuestros documentos, en general las recomendaciones que hay son recomendaciones habilitantes para que ocurran cosas, el Consejo el tema que define como el protagonista principal de innovación acá es la empresa, entendida la innovación como la aparición exitosa en el mercado, de un proceso o producto nuevo, o sobre la base de conocimiento que ya esta, pero puesto de otra manera, y que es exitosa en los mercados, por tanto valor a alguien y por tanto disposición por comprar o a pagar por ese bien o por ese servicio... ehh.. entonces está esa centralidad de la empresa en este tema, así que el Consejo dirá: “mira hay decisiones que son, que las tienen que tomar las empresas, la empresa es la que sabe por donde es lo que tiene que hacer. Lo que nosotros vamos a hacer en general con respecto a las Política Públicas es hacer que el escenario para que esa empresa tome la mejor decisión, sea el correcto, ya, y generar un incentivo para que la empresa avance hacia ese lado, generar las correcciones de algunas fallas que hay en el mercado, para que la empresa no tenga un problema para hacer eso, y por eso se generan subsidios y por eso se entregan una serie e herramientas para que superen una cantidad de cosas que el mercado hoy día , impide que ocurran digamos..” Y hay una parte específica donde el Consejo, empieza a estudiar algunos sectores, que son los que, en los que se definen la Política de CLUSTERS, y empieza a sobre todo, a bajarlos de la lógica de cómo queremos ver o cómo estamos viendo ese sector en los próximos veinte o veinticinco años, en donde quisiéramos que se desarrolle, y cuáles son los desafíos entonces, que ese sector debe empezar a afrontar para avanzar hacia ese lugar, ya?, cuáles son los

desafíos, dentro de los más básicos, por decirlo así, que son de competitividad, de traer la tecnología que hoy día están usando otros, para ser igualmente competitivo que ellos, o desde traer las mejores modelos de gestión que están ocurriendo en el mundo, para que nosotros estemos a la par de ese, de esos competidores globales, y sobre esa base después, empezar a ponerse desafíos de transformación, de ingenieriles, de ciencia, y de innovación que haga este camino que hablamos antes de ir sofisticando nuestras actividades, ahí nos ponemos un poco más en ciertos problemas tecnológicos, ya?, y damos grandes líneas y ponemos en la mesa, y nuestra tarea es poner en la mesa esos desafíos y generar espacios de discusión y de debate, de cómo abordarlos, de cómo hay que hacerlo y de cuál es el esfuerzo que se requiere y cuales son las necesidades, ya sea de capital humano, de inversión , de ciencia , para que eso ocurra, ese es un poco nuestra bajada, nuestra bajada no es ir a decirles a la empresa “ustedes tiene que poner esta tecnología, usted tiene que hacer esto otro”. No, nosotros llegamos hasta el punto en que , en algunos casos poner la mesa para que esto ocurra, en otros casos incluso dar algunas líneas de hacia donde vemos que se mueve el horizonte digamos, y sobre esa base generar la conversación, para que ojala las empresas vayan tomando esas decisiones, y vayan avanzando en este camino, esa es nuestra manera de entrarle al problema digamos... no sé, si eso contesta o soluciona lo que estas pensando.

C.S.: Es una especie de guía en alguna forma,...

H.A.: Si, si, con todos los pros y contras que eso pueda tener, cualquiera digamos. O sea un Consejo que está mirando lo que está pasando en Chile, en el extranjero, que se da y contrata apoyo para entender mejor lo que está pasando en cada uno de los sectores. Primero contrato apoyo especializado y consultoras internacionales para definir cuáles eran los sectores en donde Chile tenía mas ventajas, los que teníamos mayores posibilidades, no sólo de sofisticar la economía, sino además de crecer y generar mayor impacto en las exportaciones, ya, y eso fue el primer trabajo que se hace en 2007, y se eligen once sectores, y de esos once se estudian ocho, que trabajo que se hace con Boston Consulting, y que a partir de eso, ir metiéndose más en esos sectores, cuáles son los desafíos. El Consejo más de un año que está hablando de cosas, que hoy día en el mundo de la acuicultura, salmonera está planteando la idea, de producir, de tener todo su sistema de producción en tierra, son cosas que el Consejo ya las estaba mirando, entonces es un poco adelantarse en algunos casos, sobre todo proponer visión de hacia donde debieran ir nuestra industria, de hacia donde nosotros creemos que hay oportunidades de desarrollo, y entregársela para que los privados tomen las decisiones que el mercado permita.

C.S.: Es decir, significa una base en algunos casos, y también se intenta ser una guía de lo que se ha estudiado y trabajado en lo que puede ser positivo para la empresa.

H.A.: Si, identificar oportunidades es parte del trabajo que hacemos, y eso tienen una metodología, apoyo externo al Consejo, de consultora nacionales o internacionales que nos apoyan en eso, pero nuestra tarea es poner esa información a disposición del sistema, y que ese sistema, las empresas específicamente, son las que vayan tomando las decisiones más adecuadas a lo que consideran, más adecuadas a sus proyecciones, a sus proyectos, a su propia medición individual para donde tienen que avanzar.

C.S.: Si, me queda más claro la forma.

H.A.: Ese es cómo un poco el juego

C.S.: Pensaba que era un poco mas duro en ese sentido...

H.A.: No es tan impositivo, tan vinculante lo que el Consejo dice, ni para el que lo toma, el Ejecutivo, aunque ya

sabemos que hay harto camino recorrido una vez que cada propuesta se genera, ni tampoco es vinculante para el mundo privado, pero entendemos que las propuestas son coherentes, las decisiones se van a ir tomando.

C.S.: Claro, además que tienen convención y criterios mismos que da...

H.A.: Ahora el desafío cultural en Chile, es hacer de la innovación un tema relevante que todavía es muy fuerte, por tanto buena parte de lo que el Consejo hace es promover, que esto ocurra, promover la innovación como el camino que tienen que empezar a tomar las empresas, para desarrollarse a futuro, que no pueden quedarse sólo en las ventajas que tienen, porque son dueñas del 30% del cobre del mundo, porque tenemos el mejor mar para cultivar salmones, esas son ventajas que se pueden desvanecer, ya lo vimos con el caso del salmón, y por tanto, tú apuestas hacia el futuro si quieres competir, en los mercados globales, es buscar mayor valor sobre la base de entregar valores donde se ganan los mercados, no sólo quedarse con las ventajas que dio la naturaleza, esa es la apuesta.

C.S.: De lo que ya se ha propuesto, no sé, si ya hay cosas avanzadas, que ha propuesto este Consejo, por ejemplo si hay cosas ya que están implementadas?

H.A.: Bueno, parte del documento que te entregaron al final, el documento habla sobre la Agenda de 2010 - 2020, en el inicio de cada capítulo hay recomendaciones específicas, en ciencia, innovación empresarial, parte de los avances que han habido en los últimos años, a partir de las recomendaciones de la estrategia digamos, en el caso de los sectores específicos, no hay un análisis a ese nivel, no dice que las salmoneras están haciendo estos que nosotros propusimos, eso no está. Pero si en los otros sectores, el análisis de los sectores, con un poco más de rezago, en términos de el trabajo del Consejo, y por tanto, lo que hemos puesto en la mesa, en el último tiempo, es más bien esta visión, que una evaluación de cómo se ha avanzado, en el caso de las salmoneras hay obviamente una crisis de por medio que hizo que tuviéramos opiniones al respecto, y hay un documento específico sobre la situaciones de la acuicultura que es público. A principios del año pasado, a principios del 2009, se hizo una revisión de ese sector a propósito de la crisis, en la que estaba sumido, a propósito de las recomendaciones iniciales que había hecho el Consejo en 2008, y ya vislumbrando con esto, ciertos caminos de soluciones que tenían que ver con tecnología de circulación de agua, una serie de actividades, que incluso, obligan a repensar el desarrollo de la región en la X u XI, de cómo se debiera desarrollar infraestructura en función de los nuevos requerimientos de estos sectores una serie de..., y además requerimientos de institucionalidad de que Organismos Públicos debieran hacerse cargo del control fitosanitario, del control administrativo, del control de cuencas, hay todo un análisis que se hizo al respecto en el año 2009. Cómo te digo al principio, y lo que hace este último reporte, es poner estos grandes desafíos en el sector nuevamente, como la punta de lanza de hacia donde se tiene que avanzar.

C.S.: Lo que pasa es que en general he visto que, en cuanto a lo que son metas, se proponen, como esta duplicación del PIB, y que se habla harto de esto, pero por eso, como que me falta ver si hay cosas hechas así como “esto paso en tal sector, o con tal empresas privadas, que “

H.A.: Cómo te digo, hasta ahora no tenemos indicadores de ese tipo, hay un todo, un modelo de indicadores, para ir monitoreando la estrategia. La estrategia esta diseñada en función de la tarea país de duplicar, en un periodo de doce a quince años, no es necesariamente la estrategia de innovación al que es responsable de que el PIB se duplique, pero la mayoría de las estrategias van a ser correctamente, debiera aportar de buena manera ha ese objetivo, por tanto estar monitoreando con nuestro crecimiento económico, es una manera de estar monitoreando también que está pasando con la estrategia, pero hay indicadores y en el Volumen 2, están más o menos definidos

por cada una de las áreas, de que cosa creemos nosotros que son relevantes de mirar que ocurren. Para cada sector por un lado y para cada pilar de la estrategia por otro. Entonces, estamos preocupados de que en la matrícula de la educación terciaria pase del 45, 50% que esta hoy día, hasta más de un 60% hacia el 2020, estamos preocupados de que el número de productores crezca, estamos preocupados de que la inversión en investigación y desarrollo, pase del 0,7% al 2,1% , 2,3%. En el año 2021, vamos a estar monitoreando que pasa con la exportaciones de los sectores productivos, cómo se empieza a mover la canasta de productos que Chile exporta y cuántos de esos productos tienen mayor intensidad y reconocimiento versus los simples commodities de recursos naturales, todo eso está definido en el volumen 2, lo que pasa es que en esta estrategia en definitiva se entrega a principios de 2008, y por lo tanto se empieza a ejecutar recién en el 2008, y es difícil para cuestiones que se mueven bastante lento, tener evaluación bastante certeras y contundentes de lo que ha pasado en un año, o año y medio, recién lo que si ha habido evaluaciones en el último documento que me entregaron, hay una evaluación de un panel internacional de expertos en distintas áreas respecto de las competencias de las medidas que se han tomado, del grado de avance que se ha tenido, sobre todo en materia institucional, en materia de política, de fomento al capital humano, el fomento a la ciencia y ellos hacen su evaluación en algunos casos estamos bien, en algunos casos estamos más atrasados, mas débiles, ya?... hacen su evaluación en ese sentido, todavía no entramos a la parte en que evaluamos sector por sector, eso debiera ocurrir, pero tampoco es una evaluación tajante, de “si usted no creció tanto lo está haciendo mal”, lo que si en el volumen 2 de la estrategia, están puestas las metas, si esto debería pasar de exportar 500 a 1000, este otro sector debiera aprovechar la oportunidad que tiene para pasar de ser segundo en el mundo a ser primero en el mundo, en tal área. YA? Está esa mirada, y están un poco los datos que permitirían monitorear, vamos a pasar recién a esa etapa, este año, el próximo... en ese sentido la evaluación está recién empezando.

C.S.: Digamos en aspecto ideal de la creación, de por ejemplo; de una discusión acá con distintos actores relevantes de un tema, como sería la creación de una política hasta que se implementen.

H.A.: Haber mira, una de las primera complicaciones que tiene esto, es que esto es difícil que funcione si se plantea en términos individuales, entonces hay que estar avanzando en toda las políticas a la vez, y hay que estar haciendo análisis de toda la políticas y todos los factores que influyen en la innovación, por lo tanto, es bastante más complejo el proceso, pero en definitiva lo que ocurre es que: puede haber una excepción en que hay alguna propuesta que se entrega de manera individual, pero en general lo que hacemos es entregar una propuesta de conjunto, si es que se entrega una individual, es coherente con el conjunto, mas allá de que se entregue solo, el análisis se hace respecto del conjunto, y por tanto es bien complejo ese análisis inicial, el Consejo funciona con un comité especializado en ciencia, en clusters, en capital humano y en esos comités se empieza hacer esa discusión, para nutrir esa discusión, se pueden contratar estudios específicos, así la Secretaria Ejecutiva aporta información respecto de lo que está pasando en esa área, y entrega a los consejeros para que tengan un debate más informados se invita a gente a conversar con ese comité, eso puede , no hay una duración específica de cuánto puede tomar ese proceso, hasta ahora nosotros como te digo, entre el año 2006 y 2010, entregamos dos volúmenes de estrategia, o sea uno cada año, 2007, 2008 y después en 2010, entregamos este otro planteamiento que va desde 2010 al 2020, entonces hemos tenido como meta final esas fechas, pero no hay un proceso demasiado rígido de cuánto dura el análisis de cada punto, de cada tema, y como te digo, cuando creemos que hemos llegado a cierta convicción respecto de un tema, muchas veces nos salta por el otro lado algo que lo afecta, y tenemos que volver a mirarlo... Pero se produce este proceso que dura unos meses, este proceso de debate sobre un tema, se genera una recomendación inicial, esa recomendación inicial se analiza en este comité especializado, del comité especializado, sale con un ajuste y se va al Consejo en su conjunto, donde participan todos los demás consejeros, de las otras áreas, se someten a votación, en este proceso acuérdate que están participando los gerentes, con los ejecutivos de las agencias que están encargadas

de esos temas, si estamos viendo un tema de ciencia, esta CONICYT, esta la iniciativa milenio, estamos conversando, por lo tanto en ese proceso están participando. Un hito que el Consejo ha usado en los últimos años es que previo a la discusión presupuestaria del año, el Consejo entrega documentaciones, generar de cómo orientar el uso de los recursos del sistema, pero sino se entrega , una vez que se entrega esa recomendación, esa recomendación debiera pasar al Comité de Ministros de Innovación, y en la medida en que el Comité de Ministros lo apruebe o no, materializarse en alguna acción concreta de alguna agencia involucrada, no hay como te digo un calendario muy específico de cuanto demora cada cosa, pero tampoco es eterno digamos, en el lapso de uno o dos años estas cosas tienen que madurar y producirse en el sistema en la medida que, la recomendación pasa, y pasa el cedazo del Comité de Ministros, del Gobierno que toma la decisión.

C.S.: En ese sentido los Ministros son los que toman la decisión final.

H.A.: Primero porque los Ministros son los representantes de.., son las autoridades elegidas por la ciudadanía, el Consejo por muy representativo que sea, no es una autoridad que haya sido elegida por los ciudadanos, por lo tanto la legitimidad de lo que se hace y lo que no se hace con recurso publico, es el Gobierno, por lo tanto es él, quien tiene esa potestad de decidir, digamos, lo decide con la mejor asesora, con las mejores recomendaciones que pueda tener, pero el Gobierno es el que decide, y una vez tomada esas decisiones que se implementa, como te digo, aquí tienen mucho que ver la disponibilidad de recursos públicos, si todo esto implica uso de recursos, aspectos presupuestarios que no son, menores, por lo tanto, y compromisos que no sólo se toman y se generan que se producen en un año, sino que generan muchas veces compromisos que permanecen en el tiempo, entonces son decisiones que el Consejo hace un análisis de esas implicancias pero el que maneja mucho mejor al detalle cuáles son los espacios que tienen para hacer esos gastos es el Gobierno, el Ministerio de Hacienda son los que tienen mucho más claro cuanto espacios hay para adaptar eso, y por lo tanto, lo que normalmente ocurre y en eso el Consejo estará inconforme de las.. es que... del conjunto de cosas que se proponen. Lo que hace el Gobierno en función de la disponibilidad de usos que tiene, es tratar de responder a ese conjunto, pero a lo mejor en una medida un poquito menos, es decir, completo de lo que se había propuesto inicialmente desde el Consejo, pero no es que se tomen cuestiones puntuales que no tengan coherencia del conjunto, lo que hemos visto en general, y lo que ha ocurrido a veces es que, se hace un cototito un poquito más grande en un lado, y se desbalancea un poco las cosas, pero en general lo que ha ocurrido es que los Gobiernos han dicho, tomando estas recomendaciones, de manera global, sistémica, ya?.. y sobre eso ha habido ajustes internos y a lo mejor, alguna que tiene un poquito mas de énfasis que otras, y que han sido ajustados en el camino, pero esa ha sido la tarea, y la manera de funcionar, en ese sentido, ha avanzado bastante.

C.S.: Me alegra eso, esto de la innovación en la renovación de la economía.
Mira...

H.A.: Espérate, yo te recomendaría que a raíz de los documentos que te pasaron acá, que echarás una mirada a lo que fue la Política de Innovación que presentó el Ministerio de Economía, el año pasado, que estuvo a cargo de Hugo Lavados, y hay documentos respecto de esa Política, y tú vas a ver ahí una coherencia entre lo que propone esa Política, mas allá de si, es completa o no, en función de la propuesta que hizo el Consejo de Innovación.

C.S.: Ese material está...

H.A.: Yo no lo tengo, debiera estar en la pagina Web, o en el Ministerio de Economía, o en la biblioteca.. o pasar por el Ministerio a conseguirlo.

C.S.: Eso se creó el año...

H.A.: Es un documento que se publicó el año pasado, entre junio y julio, si no es equivoco, y se llama “Política Nacional de Innovación Para la Competitividad”.

C.S.: Ah ya perfecto...

H.A.: Esa es la decisión que toma el Comité de Ministros, respecto de lo que le habíamos propuesto el Consejo.

C.S.: Claro, la mayoría de las cosas que están ahí, son de acá.

H.A.: Si.... más o menos ajustes, con una variación digamos, pero es sobre la base que el Consejo le presentó al Comité.

C.S.: Te iba a explicar para que entiendas por que yo, un alumno de Diseño Grafico, está aquí preguntando estas cosas. Bueno en general digamos, la academia, la Escuela de Diseño se presenta como una carrera joven, entonces falta mucho de lo que es investigación acá en Chile especialmente, pero puntualmente, a lo que yo voy es que, el Diseño se transforma como una herramienta, para acercar lo que es la tecnología a las personas, principalmente ese es el objetivo, uno de los objetivos que en este caso es de vital importancia, y cosa que no se ha estado trabajando en general en Chile. Entonces la implementación de un, no se, una regulación o una guía, ahora como me lo mencionas, sigue siendo fundamental para que esta tecnología esté presente en la gente y en la forma de utilizarlo también en las empresas que lo han dejado de lado, y según materia teórica que yo he leído, tiene que estar y está participando en general, en políticas internacionales, de países desarrollados, y que acá yo , de las cosas que he averiguado no encuentro, por eso me metí a investigar en este Consejo, que veo que da unas bases en general, de este tipo de cosas, y también va mas allá del Diseño Grafico e Industrial, en ambas se trabajan estos proyectos de habilitación y de acercamiento a la gente, por ejemplo; un caso específico de Diseño Gráfico es la creación de interfaces visuales, y de tecnologías, casos que yo he investigado por otros lados, que son necesarios, porque se hacen y ocupan en todos lados, pero nadie los está regulando y se está perdiendo un trabajo importante ahí, porque se pierde competitividad, así de simple.

H.A.: Yo creo que ahí hay dos cosas probablemente que comentar:

Uno, que es, el Consejo no es estrictamente de regulación, y hay que tener mas cuidado con ese término, la regulación económica probablemente va por otro lado. Y si el Consejo entiende el diseño como una de las herramientas fundamentales de innovación, existen en una de las definiciones que ocupamos nosotros, que se entienden más globalmente, lo que son las innovaciones en productos, generar productos nuevos, generar un proceso nuevo, pero también están las innovaciones de gestión, de diseño, de comercialización, de marketing, una serie de otros aspectos donde se produce innovación, innovación en el entendido que te decía al principio, que es generación de valor en el mercado, y por tanto, cuando tu aplicas diseño para acercar la tecnología al usuario, acercar un servicio al usuario, hacer que al tipo le sea casi transparente toda la tecnología que hay detrás y simplemente poniendo el dedo en la pantalla, soluciona o recibe el servicio que necesita o soluciona su problema, eso es agregarle valor a algo, y nosotros entendemos el diseño en ese sentido y nos importa, y esta dentro de la preocupaciones del Consejo de Innovación, ahora no es el Consejo de Innovación, ni el que va a decir lo que hay que hacer respecto de diseño, ni va a tomar decisiones de cual o .. no se, no entiendo demasiado de diseño, para ocupar terminología mas ad-hock, no decir si este es el camino u otro es el camino, si les va a decir a las empresas ustedes no sólo pueden innovar generando un producto nuevo, sino que aplicándole diseño a un producto que ya existe, generando junto con el producto nuevo, poniendo el diseño al servicio de ese nuevo producto, ahí, eso si está en nuestro curso. Y como te digo en ese sentido, no es regular nada, no es que yo digo lo que se puede, porque

regulación es de una manera, es que el Estado , la autoridad define lo que se puede y lo que no se puede hacer, hasta donde se puede actuar en el mundo privado y hasta donde no, que normas hay que cumplir, que cosas... eso ya es otro ámbito digamos, lo que ha nosotros nos interesa, es que las empresas en Chile, dejen de pensar que su única manera de crecer o de desarrollarse, es reduciendo sus costos, o teniendo la mayores cantidades de recursos naturales a su disposición digamos, sino que piensen en otras manera de generar valor, y el diseño está en esa lógica.

C.S.: Si, como te digo, con esta entrevista más, que generar un piso para las empresas, para el mundo privado, no es un obligación, sino que es como ir hacia una dirección en conjunto.

H.A.: Ahora en algunas cosas, probablemente nos vamos a meter en cosas específicas, siempre hablar en abstracto es complicado, por lo tanto puede que haya, en algún momento, nos metamos por decir algo, si tenemos que en diseño de interfaces, y hiciéramos algo y nos metemos un poco mas específico y nos metemos como se hace eso, pero en el afán de traer el tema en general a la discusión, más que en resolver específicamente o nosotros decir, esto es lo que hay que hacer o esto es lo que no hay que hacer. O sea, nosotros no entramos a la especificidad con el afán de transformar esa cosa mas teórica, que elaboramos en algo más concreto y más entendible al tipo que está en el negocio , a la empresa, y para lograr que en la medida que ocurran algunas cosas, específicas, nuestra tarea está entendida como cumplida , en la medida que eso se difunde, y otros toman ese ejemplo y hacen otra cosa parecida, empieza a ocurrir esa dinámica, en la sociedad que hoy día no tenemos por lo menos, lo desarrollada que quisiéramos, ese.. un poco es la cosa.

C.S.: Claro, veo que igual sigue siendo conveniente, el trabajo de ayudar en esta dirección, el trabajo, y me gustaría saber si hay alguna persona especialmente encargada de tecnología, que me pueda ayudar.

H.A.: Es que son, por eso te digo, son personas que están encargadas de ciertas áreas mas bien conceptuales, que por la dimensión de tecnología digamos, o sea, la persona que ve de acuicultura, le tocará revisar los desafíos tecnológicos de ese sector, no hay cómo alguien de tecnología y otro de ciencias por decirlo así, entonces yo creo que échale una mirada, vuelve a leer, mira las políticas y en la medida que tengas más claro que quisieras preguntar, donde quisiera ahondar en algún tema, yo puedo con quien podría ser esa conversación, que para ahorrarte tiempo a ti, y a las personas acá que no son muchas , por lo tanto en general los tiempos son bien escasos. Entonces échale una mirada, mastica lo que hemos conversado, para que sepas exactamente que es lo que necesitas preguntar, y para además saber si te podemos contestar, porque hay cosas que no necesariamente las vamos a saber contestar.

C.S.: Si, si, si.. veo que igual es una oportunidad buena, porque tuve que hacer un mapa de todo lo que había acá en Chile y saber que es lo que hay y no hay.

H.A.: Ahora ten en cuenta, nosotros somos un organismo que asesora al Ejecutivo, que genera pautas, una visión estratégica, que proponen líneas de trabajo, y proponen políticas, pero los que están hoy día mucho más cercano a la actividad económica, empresarial, son por ejemplo la gente de CORFO, y en Innova, hay especialistas en distintas áreas y por lo tanto ellos te pueden empezar a contar más lo que están haciendo ya más directamente con las empresas y que tipo de proyectos son los que trabajan y que tipo de acciones son las que emprenden directamente ahí nosotros dejamos eso correr mas libremente, entonces a lo mejor si las preguntas son en ese sentido, probablemente, las fuentes, la mejor fuente para eso, sea la gente de CORFO, específicamente de Innova. Ellos te pueden ayudar.

III.7.2. ANEXO N°2 - BORRADOR PUBLICACIÓN 2011 MINECON

Extraído en entrevista personal en MINECON, el 28 de Abril de 2011.

“Chile, un polo de innovación en sudamérica”

La ruta del **emprendimiento y la innovación** es una dura pero fascinante aventura de crear progreso económico y desarrollo social. Las políticas públicas pro innovación serán realmente efectivas sólo en la medida que cumplan su objetivo final: **contribuir al crecimiento económico y al desarrollo social de Chile a través de mejoras en la productividad y la incorporación de actividades más sofisticadas o radicalmente nuevas, propias de la economía del conocimiento y un mercado global, aumentando así la competitividad de Chile.**

Por otro lado, el **Capital Humano**, es decir, las personas y sus capacidades, son el verdadero motor de la innovación a lo largo de todo el espectro del llamado ecosistema de la innovación: desde las ciencias básicas a las aplicadas, de la formación técnica a la especializada, llegando de manera efectiva hasta el emprendimiento o la innovación en la empresa.

Para una economía del conocimiento competitiva a nivel global se requiere de abundante capital humano de alta calidad en todos sus niveles. Dado que su formación requiere un tiempo prolongado, en La Política de Innovación 2010-14 existirá una doble estrategia de formación y atracción de talento. **Además de una formación escolar y terciaria de buen nivel, constituyen un foco importante de la Política de Innovación 2010-14** el dominio del idioma Inglés en la población, el fortalecimiento de la formación técnica y el aumento del número de investigadores, especialmente en ciencias e ingeniería en el país.

Los científicos, innovadores y emprendedores del mañana se forman hoy. La educación para la innovación y el emprendimiento es clave y debe considerarse entre los contenidos de los **programas de educación escolar** y como parte de una nueva cultura en la educación técnica y universitaria.

Dentro del proceso de innovación, el rol que juegan las ciencias es esencial y, de hecho se observa alrededor del mundo que generalmente los grandes polos de innovación nacen y se desarrollan en torno a las universidades más destacadas en el ámbito científico.

Por lo anterior, y aunque no toda innovación requiere ser precedida por **Investigación y el Desarrollo**, ésta es el punto de partida en un ecosistema innovador. De hecho, alrededor del 40% del presupuesto de innovación del gobierno en 2011 se destina a esta área. La Política de Innovación 2010-2014 se fundamenta sobre la convicción de que la investigación científica en Chile alcanza niveles de alta calidad, pero adolece del soporte de centros universitarios de clase mundial, con la escala de recursos financieros y humanos necesarios para involucrarse en grandes proyectos de investigación de vanguardia. Por lo mismo se hace necesario contar con un sistema de educación superior altamente competitivo, globalizado e innovador. Adicionalmente se requiere que las ciencias

chilenas actúen fundamentalmente en red y cooperación con los principales centros de investigación del mundo y se desarrollen nuevas capacidades científicas y de innovación en las empresas y otros centros de producción de nuevo conocimiento. Por otro lado, se debe fortalecer de manera significativa los débiles lazos existentes entre los centros de investigación nacionales y los sectores productivos y superar los altos niveles de desconfianza mutua.

Por lo anterior, este programa pondrá énfasis en la **Transferencia y Difusión Tecnológica** y en la **vinculación educación superior-empresa**, generando las condiciones y los incentivos adecuados para que las empresas inviertan en investigación y desarrollo (I+D). De esta forma, cobra sentido la meta presidencial de duplicar la inversión en I+D de 0,4% a 0,8% del PIB en 2014 y llevarlo a 1,5% en 2018, de manera de lograr aumentar el valor agregado de la economía y alcanzar un nivel de competitividad sostenido en el tiempo.

Del mismo modo, se pretende que el mundo científico cuente tanto con reglas adecuadas y fácilmente aplicables para la protección y uso del conocimiento generado y transado, así como con los incentivos y la institucionalidad adecuada para llevar su conocimiento al mercado chileno y al mundo entero. Así, se hace fundamental contar con un sistema, ágil, eficiente y sencillo de protección y tramitación de propiedad intelectual e industrial, y con gestores tecnológicos que apoyen el licenciamiento de estas invenciones hacia el mundo productivo nacional e internacional. La innovación tecnológica requiere de intermediarios sofisticados que la provean de una mezcla adecuada de fondos, inteligencia de mercado, red de conocimientos y experiencia en manejo de negocios y marcas.

Por otra parte, para lograr cruzar el umbral del desarrollo la economía y la sociedad chilena como un todo deben profundizar su apertura y **conexión global**. La innovación es en esencia una actividad colaborativa, y en una economía altamente globalizada e hipercompetitiva se hace fundamental la colaboración no sólo local, sino internacional. En Chile, como país con un mercado pequeño y distante de los principales mercados y polos de desarrollo mundial, este punto adquiere una preponderancia especial.

Nuestro país debe ser una tierra de oportunidades, donde todo el que se lo proponga pueda escalar a la cumbre. Por eso, es imprescindible vincularse con el mundo, apalancando las ventajas competitivas que la economía chilena ya exhibe—macroeconomía estable, gobernabilidad y apertura comercial—pero superando algunas de sus falencias y desafíos en el sistema educacional, el bajo número de técnicos, profesionales y doctores en áreas críticas, así como de centros científicos de clase mundial, un bajo dominio del inglés en su población, la escasez de emprendedores globales, los bajos niveles de intercambio cultural e insuficientes redes de conexión internacional.

Por lo anterior, la Política de Innovación se focalizará en cumplir la meta de convertir a **Chile en un polo de innovación en Sudamérica**. Para esto se buscará potenciar las capacidades locales en alianza con los mejores centros globales y aumentar el flujo de talento, emprendedores, empresas, conocimiento y tecnología entre Chile y los principales centros de innovación del mundo y Latinoamérica. Entre otros se mejorarán los incentivos para atraer las inversiones extranjeras en I+D e innovación y se profundizarán los esfuerzos para captar una masa crítica de emprendedores innovadores de alto potencial.

Asimismo, para promover el emprendimiento y la innovación se requiere de una cultura favorable, es decir, de un ambiente de libertad para pensar y emprender, de una sociedad que valore el riesgo inherente al emprendimiento y el aprendizaje detrás del posible fracaso, la actitud cuestionadora, curiosa y creativa de las ciencias y la innovación, y la sana ambición del emprendedor de alto potencial. Para lograr que la innovación y el emprendimiento se hagan parte fundamental de la sociedad chilena, es necesario que logremos que todos

reconozcan en los innovadores y emprendedores como personalidades dignas de elogio y modelos a imitar.

Por último, se hará hincapié en asegurar la libre competencia para que los emprendedores puedan desenvolverse con agilidad y desplegar sus talentos al máximo; en crear una **institucionalidad** y un entorno con reglas claras, así como contar con un **enfoque de servicio** en las agencias y la adecuada coordinación entre ellas. De esta manera, un foco clave de la Política de Innovación es generar **las condiciones propicias y un ecosistema favorable al emprendimiento y la comercialización de ideas** innovadoras, incluyendo flexibilidad migratoria para el talento, flexibilidad laboral, mercados competitivos sin barreras de entrada artificiales y con facilidad para constituir y cerrar ordenadamente empresas, contribuyendo al re-emprendimiento. La “pista debe estar despejada” y las fallas de mercado deben ser corregidas con los incentivos adecuados. Nada de esto es posible si la política no se centra radicalmente en el “cliente”, entendiendo como tales a los ciudadanos y contribuyentes de Chile, a aquellos que quieran innovar y emprender y a los beneficiarios y clientes directos de las agencias ligadas al Sistema Nacional de Innovación (SNI).

Por lo anterior, se monitorearán y evaluarán los planes y programas de manera de poder garantizar el uso eficiente de los recursos fiscales y se colocará un foco especial en mejorar la gestión y la calidad del servicio de las agencias, incluyendo plazos de tramitación más cortos y postulaciones más sencillas.

En los siguientes capítulos se describen en mayor profundidad algunos de los puntos antes mencionados, incluyendo la visión y misión de la política, las principales metas y un detalle de cada eje principal de la política.

III.7.3. ANEXO N°3 - DATOS PARA LA CREACIÓN DE LAS FICHAS PERSONAS

Persona 1	
Nombre	Josefina Palma
Edad	27
Sexo	Femenino
Idiomas	Español
Ocupación	Estudiante, trabajo en jardín Infantil
Ubicación	Vitacura, Santiago de Chile
Importancia para el sistema	1
Frase representativa	"Siento que el trabajo que yo hago es de calidad, y espero lo mismo del resto"
Descripción física	
Tareas en el sistema	
	Ver las actuales ayudas implementadas por este proyecto
	Que proyectos se han vinculado con el sitio
	Ver que plataformas ofrece (web, videos, etc)
	Revisar cuando cuesta el servicio
	Ver plazos de implementación
	Ver quienes son, quienes están dentro
Objetivos en el sistema	
	Generar una red de información eficiente de la escuela Luchin.
	Generar redes de comunicación interno de Luchin
	Dar a conocer el proyecto Luchin, difundir.
Descripción	
Status social	Trabaja como educadora, contratada a tiempo completo, \$300-450 mil pesos. En proceso de Licenciatura de Ciencias Jurídicas y Sociales. Vive con su padre.
Actitudes	Exigente. Si no sabe algo pregunta. Capacidad de Coordinar Grupos. Optimista. Intensa. Le gusta la eficiencia.
Familia	Padre (Arquitecto), Madre (Diseñadora), 3 hermanos(Músico, Filosofía, Colegio Básica). Pero vive con Padre y 1 hermano estudiante de Filosofía, haciendo Tesis.
Creencias	Cristiana. Política: persona de izquierda, que considera necesario un cambio de la sociedad en que vivimos. Superación del sistema capitalista en pos de la liberación del hombre y los oprimidos.
Hobbies	Salir a comer. Ver películas. Pasear, la bicicleta. Encanta el bossa nova, música latinoamericana. Leer textos de autoformacion de educación.

Fuentes de información que visita
Internet Profesional: Sitio del congreso nacional, página de la dirección del trabajo, Google, Gmail, Facebook. Offline: Noticias canal 13, radio U de Chile, Libros de educación en general.
Cantidad de tiempo online
2 Horas diarias
¿Para qué usa internet?
Revisar mi correo siempre. Ver series en Cuevana.
¿A qué velocidad se conecta?
Estoy colgada del vecino.Velocidad suficiente.
¿Qué dispositivo usa para conectarse?
Notebook, desde mi casa, Starbucks
¿Cuál es su comportamiento Online?
Comento en Facebook, mandar y recibir muchos correos. No usa otros medio sociales, ni foros, etc.
¿Cuál es su relación con el negocio?
No pensaron en asociarse con otros.
¿Cuál es la relación que tiene con la marca?
n.e.
¿Quién lo acompaña al usar el sistema?
Si, tomar desiciones en conjunto, con los organizadores de luchin.
¿Dónde está cuando se conecta al sistema?
En mi casa.
¿Cuán importante es la seguridad?
Muy sensible al entregar datos, falta de confianza en la base de datos.

Persona 2	
Nombre	Sebastian Lillo
Edad	25
Sexo	Masculino
Idiomas	Español
Ocupación	Estudiante egresado, hace ayudantía, y trabaja en consultoría esporádicamente
Ubicación	El bosque, Santiago de Chile
Importancia para el sistema	1
Frase representativa	"Yo me hago cargo de lo que dicen de mí"
Descripción física	
Tareas en el sistema	
	Ver ejemplos de otras experiencias relacionadas
	Saber que servicios presta, y ver un ejemplo de ello, video o algo similar
	Buscar algo específico del material que se va presentando, escribiendo, sistematizando. Osea tener un buscador
	Buscar un espacio donde haya feedback, y saber en que horarios puede escribir. Saber como comunicarse de forma urgente.
	Buscar un espacio para proponer información, con redes, y con otros servicios que complementen el desarrollo de los proyectos.
Objetivos en el sistema	
	Acceso a la información, rápida, que existe. Comunicación efectiva.
	Estar al tanto de las cosas que suceden.
	Que funcione esta plataforma, que cataliza cosas y que no frene, y que no se vuelva inoperante. Menos burocrático
Descripción	
Status social	
A veces trabaja cada 2 o 3 meses, Estudia en U. de Chile, Ingeniería Forestal, egresado, haciendo la tesis. No te interesa gastar en ropa o cosas así busca en el persa.	
Actitudes	
Se entrega hartón en sus proyectos. Es conversador, y preguntón.	
Familia	
Padre, madre, abuela, hermanastra. El vive con su familia. Tiene contacto con tu hermanastro.	
Creencias	
Religiosa: Ateo. Política: Izquierda, entregado a educación popular.	
Hobbies	
Taekwoon Do, seleccionado de la U de Chile, tiene una banda, toca guitarra.	

Fuentes de información que visita
Online: Emol, Facebook, Revistas: Terram, El bosque nativo. El Ciudadano. La Nación, La Cuarta, Biblioteca de la Universidad. Libros prestados.
Cantidad de tiempo Online
3 a 4 Horas.
¿Para qué usa internet?
Revisar el correo y buscar información. Facebook.
¿A qué velocidad se conecta?
2 Megas
¿Qué dispositivo usa para conectarse?
Notebook, desde su casa.
¿Cuál es su comportamiento online?
Revisar información y cuando algo le parece interesante lo comparte a través de Facebook, mail, o conversar.
¿Cuál es su relación con el negocio?
Nada parecido, pero si de gestión de proyectos, uno que hay en la facultad de el, que gestionaba proyecto, de toda índole.
¿Cuál es la relación que tiene con la marca?
n.e.
¿Quién lo acompaña al usar el sistema?
Solo, la mayoría de las veces.
¿Dónde está cuando se conecta al sistema?
En tu casa.
¿Cuán importante es la seguridad?
Ciertos datos, tratar de omitir ciertas cosas.
¿Qué tan importante es para él su tarea principal con el sistema?
Si no resulta en un tiempo prudente, lo intentaría de otra forma. Que es importante para el.

Persona 3	
Nombre	Diego Manzon
Edad	27
Sexo	Masculino
Idiomas	Español, Ingles, Italiano
Ocupación	Arquitecto
Ubicación	Providencia, Santiago de Chile
Importancia para el sistema	1
Frase representativa	"No tengo autoimagen tan definida"
Descripción física	
Tareas en el sistema	
	Ver experiencias anteriores
	Poder plantear inquietudes, necesidades.
	Buscar información sobre temas que se estén trabajando en organizaciones inscritas
	Compartir recursos y buscar recursos.
Objetivos en el sistema	
	Poder tener una plataforma interna y Difusión externa
	Sistematizar la información interna
	Generar Redes
Descripción	
Status social	
Trabaja en oficina de arquitectura, Participa en instancias de organización, Luchin y Universidad: Huertos urbanos.	
Actitudes	
Interés por compartir y trabajar por proyectos comunitarios. Interés de cosas que transforman la sociedad. Trabajador, impaciente, reflexivo.	
Familia	
Padres separados, un hermano. Papá vive en Uruguay y su familia la ve menos. Vive con un amigo.	
Creencias	
Religioso: Agnóstico, No es muy importante. Política: Izquierda, vinculada a la educación Popular.	
Hobbies	
Montañismo, Fotografía, acampar, todo relacionado con la naturaleza.	
Fuentes de información que visita	
Online: Radio de la Uchile, Radios comunitarias: Primero de Mayo, Radio sin Tierra. Diario La Nación, La Tercera, El Ciudadano, todo Online. La cooperativa. Libros de la escuela de arquitectura y de internet, prestamos de libros.	
Cantidad de tiempo online	
3 horas	

¿Para qué usa internet?	Para ver correo, buscar información, Buscar artículos sobre sus temas de interés, ver noticias.
¿A qué velocidad se conecta?	6 Megas
¿Qué dispositivo usa para conectarse?	Computador de oficina y notebook de casa
¿Cuál es su comportamiento Online?	Participativo mínimo, a veces hay cosas que comparto.
¿Cuál es su relación con el negocio?	Autogestiona.net. Hosting.
¿Cuál es la relación que tiene con la marca?	n.e.
¿Quién lo acompaña al usar el sistema?	Participar individualmente en cada casa
¿Dónde está cuando se conecta al sistema?	Desde su casa.
¿Cuán importante es la seguridad?	No le preocupa mucho.
¿Qué tan importante es para él su tarea principal con el sistema?	Dependiendo de cuanta energía, y si es importante para el lo intentaría. Si deja de ser útil para los objetivos, no seguiría participando.
¿Cuáles son sus preocupaciones?	Cual va a ser la motivación personal para participar, definirla bien, si no hay una motivación la verdad no será muy eficiente.

III.7.4. ANEXO N°4 - DOCUMENTO ESCUELA LIBRE LUCHÍN

ESCUELA LIBRE LUCHIN (A cuatro años de sus inicios.)

La Escuela Libre Luchín, es una organización político-social que trabaja en Villa la Reina desde un proyecto educativo con niños de primero básico a cuarto medio, adhiriendo como reflexión y practica de aprendizaje a la Educación Popular.

Nuestro trabajo surge a raíz de unas vacaciones para niños organizadas por un núcleo de amigos de la universitarios en la comuna de la Reina durante el mes de enero del año 2007, que en un principio sólo se plantea desde un acto de solidaridad que creíamos necesario para nuestras vidas, a pesar de que individualmente algunos de nosotros teníamos experiencia organizacional en el mundo político, cristiano etc., El lugar: la Villa la Reina, el cual corresponde a un sector popular en donde vive gran parte de la comuna (30%), a pesar de ocupar un pequeño espacio de todo el territorio en la cual ésta se extiende. La Villa la Reina como población, tiene en general todas las problemáticas de carácter social que normalmente se desenvuelven en estos sectores, como la cesantía, la presencia fuerte de la droga y la falta de oportunidades para la juventud. Pero también la gran cantidad de iniciativas de parte de sus pobladores que organizándose buscan mejorar su situación.

Una vez realizadas las vacaciones sin tener mayor voluntad que generar un espacio de diversión para los niños de la Villa, nos planteamos la necesidad de realizar un trabajo permanente en el sector, esta vez desde una escuela de reforzamiento con los mismos pequeños que habíamos conocido en el verano, tratando de alguna manera combatir la brecha educacional que existe entre los sectores más pobres de nuestro país en relación a los sectores más acomodados.

A lo largo del trabajo en la escuela de reforzamiento, que en un principio sólo se reducía a eso, es decir; a repasar los contenidos mínimos que el Ministerio de Educación establece en el programa escolar, nos dimos cuenta como participantes de la organización, de la urgencia de reflexionar sobre la proyección de la labor que estábamos desarrollando; problematizar el porqué de nuestra voluntad solidaria, lo que nos permitió en ese instante configurar un pequeño diagnóstico de la realidad local y nacional. Así nos entendimos parte de una sociedad dominada por las relaciones del mercado, altamente individualista donde es posible ver como gran parte de la ciudadanía se encuentra marginada del progreso social que al parecer estaría ocurriendo en nuestro país, no solo en su dimensión monetaria o económica, sino también desde el punto de vista cultural, educacional etc. En ese contexto nos planteamos la necesidad de contribuir a través de nuestra labor, a la superación de esta dinámica de oprimidos y opresores que creemos ver en toda la realidad mundial, lo que nos parece fundamental en el desarrollo del trabajo voluntario.

La problematización fue un proceso que se inicia en una búsqueda y que toma sentido al ponernos en contacto con la Educación Popular, movimiento que surge a mediados del siglo XX en Brasil, como respuesta a la problemática social existente en el contexto latinoamericano, de la mano con expresiones tan significativas como el desarrollo de la Teología de la Liberación. Uno de sus máximos exponentes, Paulo Freire propone como fundamentos de la Educación Popular una educación liberadora, fundada en el amor y la esperanza en la que los sujetos educador-educando, a través de las prácticas pedagógicas van CREANDO EL CONOCIMIENTO en forma conjunta y a través de relaciones horizontales, porque todas las personas, no importa de dónde vengán tienen saberes que deben ser compartidos y ser parte del acervo cultural propio de cada sociedad. Para lograr esto es necesario el desarrollo de un pensamiento crítico acerca de la materialidad que representa el mundo, con el objeto que el educador- educando deje de sentirse objeto histórico, posicionándose de esta forma como sujeto histórico generador de una realidad diferente, es por eso

que, desde nuestra visión la Educación tiene un carácter eminentemente político.

Entonces, un elemento importante que nos posiciona desde un sector determinado en el trabajo social, es nuestra adherencia a la educación popular como marco teórico y práctica política. Creo que desde la educación popular es posible realizar un trabajo voluntario que se distinga de variadas formas.

Tomando en cuenta lo anterior, hemos entendido como organización desde un punto de vista político, que nuestra inserción en Villa la Reina para contribuir efectivamente a la superación de la marginalidad, requiere de la acción conjunta respecto de quienes identificamos como sujetos oprimidos, es decir; como víctimas de la pobreza y la exclusión en un sentido amplio. En la lucha en contra de la desigualdad, necesariamente tienen que tener un rol protagónico los grupos con quien trabaja el voluntariado. Son ellos quienes tienen la posibilidad de superar las ataduras de la pobreza. Existe la urgencia de ver a los marginados como sujetos sociales de cambio, capaces de construir su propio destino histórico y no solamente como receptores de una ayuda solidaria proveniente de quienes están en condiciones de brindarla.

En el terreno práctico, esto nos ha llevado a plantear en un primer punto, la necesidad de entender a los niños con quienes trabajamos, como parte de la organización, con responsabilidades y capacidad de decisión en la orgánica. Es así como nuestra labor se fue transformado desde un adulto que pasa o refuerza materias en una relación vertical con los alumnos quienes serian depositarios del conocimiento trasvasijado, a un motivador y problematizador de la educación a la que aspiran los niños. Creemos que es fundamental una relación de carácter horizontal y democrática entre educadores-educandos. Sólo de esta forma es posible facilitar una conciencia transformadora de la realidad social para quienes el sistema no les es conveniente. De otra manera se niega el carácter de sujeto autónomo de quien asiste el voluntario, lo cual es propio de una concepción de sociedad de masas, en donde existe una relación paternalista y guiada por quienes son los portadores de los beneficios culturales que la realidad económica permite a algunos.

En un segundo punto en relación a este tema, creemos que nuestro trabajo debe de superar el espacio físico que significa el aula de clases. Nos definimos como una organización que se vincula con los demás sujetos organizados del plano local, con el objeto de construir colectivamente una realidad distinta a la imperante. Así hemos participado en plazas sociales, en donde las organizaciones de Villa la Reina exponen su trabajo en un mismo lugar público, invitando a la gente a integrarse a las distintas labores que éstas desarrollan, o en pascuas populares u otras actividades de la misma índole. Me parece que este es un tema que también debe plantearse en el voluntariado para poder generar un efectivo poder transformador y dejar de lado el rol asistencialista que en muchas ocasiones no podemos derrotar en nuestro actuar, es decir, cómo transformar el trabajo voluntario en una capacidad revolucionaria en cuanto a las estructuras sociales que generan la desigualdad social, es un desafío no resuelto que sin duda en un desarrollo mas avanzado del trabajo voluntario, nos va a llevar a interesantes diálogos futuros, en los cuales agradeceremos espacios de comunicación como el que hoy día nos convoca en esta mesa.

Estos dos puntos anteriores (entender a los niños como parte de la organización, con responsabilidades y capacidad de decisión en la orgánica y la vinculación con las organizaciones de la Villa), nos encaminan hoy a definirnos como una organización político-social. Política, porque entiende a la pobreza desde un punto de vista estructural y porque cree en acciones colectivas, provenientes principalmente desde el mundo popular para su superación, es decir, como una proyección ciudadana y desconcentrada del poder; y social porque aborda en su actuar una dimensión social, que en nuestra realidad se manifiesta en talleres educativos gratuitos que posteriormente pasará a explicar.

En un primer plano, nos entendemos como un grupo autónomo respecto del Estado, ya que apostamos a la construcción de un poder popular desde y para los marginados, confiando en su capacidad histórica de transformación. En este sentido privilegiamos la autogestión en el plano económico e ideológico, con el objeto de

mantener una forma de independencia en cuanto a nuestras estrategias de construcción social y formas de plantear el ejercicio del trabajo solidario, lo que permite un significativo desarrollo de la creatividad en nuestra organización, refiriéndome por supuesto; tanto a los niños que asisten a Luchín como a los monitores.

También en un segundo plano nos ha permitido, como señalaba anteriormente, fundamentar nuestra acción social desde relaciones horizontales y democráticas con los educandos, lo que por cierto es aplicable a toda forma de trabajo solidario según nuestro parecer.

Por último, en el terreno del trabajo educativo como forma de voluntariado, la educación popular nos ha llevado a buscar como horizonte la formación de una comunidad, en donde el aprendizaje de niños y monitores se desarrolle como un proceso recíproco de intercambio de conocimientos, entendiendo que no somos los poseedores de una verdad absoluta, sino de un conocimiento que se enriquece en el compartir experiencias con quienes trabajamos. Tenemos la misión de entenderlos como sujetos sociales. En este sentido lo que buscamos como educadores, es la facilitación de un pensamiento crítico en los educandos, algo que por supuesto no significa ocultar nuestras posturas ante la vida, es decir; nuestra visión ideológica de la realidad. Tratamos de evitar en nuestra labor educativa la naturalización de posturas o la dogmatización de conceptos. Sin lugar a dudas, este también es un desafío muy relevante para quienes desarrollan voluntariado en el área de la educación. Tenemos que confesar que este horizonte ha sido difícil de conquistar, cayendo más de una vez como escuela Libre, en prácticas poco libertarias del aprendizaje, por ejemplo al decir “la democracia es ESTO...”. Me parece que el hecho de entender, en nuestro caso, a los niños como sujetos sociales con pensamiento crítico, es un acto de confianza en su propia capacidad revolucionaria respecto del entorno de injusticia social en el que se desenvuelven ya que son ellos quienes la experimentan día a día.

A raíz de los cuestionamientos anteriormente desarrollados, nuestra metodología se desarrolla a través de ESPACIOS EDUCATIVOS, que se concretizan en talleres gratuitos, a saber:

I: Luchín sábados: niños de 6 a 11 años

La historia de este bloque en la Escuela Libre Luchín representa, a nuestro juicio, muchas reflexiones que se han dado en el seno de la organización y es una expresión de cómo nuestra adherencia a la educación popular como postura educativa, implica una constante problematización del que hacer en miras a nuestro horizonte revolucionario.

Como se señaló anteriormente, inicialmente el proyecto sólo se basaba en una forma de trabajo que respondía a reforzar las materias escolares. Posteriormente, cuando comenzamos a pensar la necesidad de plantearnos desde la Educación Popular, empezamos a dar más espacio a un segundo bloque principalmente caracterizado por las reflexiones críticas de ciertos temas contingentes para la realidad local de nuestra organización. En un momento del camino recorrido decidimos que el primer bloque era muy representativo de la educación formal, la cual criticábamos profundamente al regirse por valores contrarios a la educación popular, ya que en aquella identificábamos un marcado rol jerárquico de los profesores y por ende un desenvolvimiento de relaciones verticales entre educadores y educandos, lo que se acentúa aún más en las escuelas marginales en las que los Profesores deben intentar acomodarse a situaciones de precariedad para las cuales no los prepara la Universidad. No veíamos tampoco el aprendizaje mutuo en el que se basa la educación popular, sino solo un trasvasijo de conocimientos por parte del profesor. Es por eso que en un momento decidimos suprimir dentro de nuestro programa el reforzamiento escolar, pero con el tiempo, al preguntarle a los niños qué se esperaban dentro la parrilla programática de la organización, nos dijeron que esperaban un mayor repaso de materias propias de su colegio, lo que nos hizo replantear la idea de suprimir el reforzamiento dentro de nuestras prácticas y a tener una mayor atención de lo que esperan tanto ellos como los padres dentro del proceso educativo. Aquello fue muy importante para reafirmar nuestra

convicción de orientar el trabajo solidario con y desde la gente con que realizamos nuestros talleres. Si queremos constituir una comunidad educativa entre monitores, niños y apoderados, tenemos que intentar trazar nuestro campo de acción todos en forma conjunta, lo que de todas maneras es un reto permanente no sólo en nuestra organización, sino en todo trabajo voluntario.

Hoy buscamos problematizar ciertos temas contingentes con miras a fomentar un pensamiento crítico respecto del entorno de los niños. Un ejemplo que hemos desarrollado bastante, son los Derechos del Niño, el tema del conflicto indígena, el trabajo infantil, las demandas estudiantiles, la violencia intrafamiliar, etc. Este bloque lo desarrollamos en un lenguaje que les sea familiar a través de juegos y dinámicas que generalmente se ven desde un plano lúdico. El hecho de situar estos temas desde su propia realidad, nos ha llevado más de una vez al fracaso de alguna actividad que no ha podido resultar por nuestra incapacidad de situarnos en los códigos en que ellos se desenvuelven, principalmente por el hecho desafortunado de no contar dentro de los monitores con ningún pedagogo. Nos parece que este es uno de los espacios de mayor interacción entre el aprendizaje que se promueve desde el prisma de la educación popular entre educadores y educandos. Es en este bloque donde estamos obligados a pensar como niños y a aprender enseñando. El diálogo democrático basado en el amor y en los valores del humanismo solidario, son las mejores herramientas para poder entendernos mutuamente en este contexto. Creo que este es un principio que también debe de ser aplicado a toda forma de voluntariado. Solo es posible una interacción real entre sujetos de realidades distintas cuando la democracia se pone como base de toda relación.

Además, damos un espacio para que los niños generen proyectos realizables en el corto plazo, que ellos estimen relevantes para sus necesidades dentro de la Villa, y con el objetivo de cumplir la ambiciosa premisa de “cambiar el mundo” siendo el rol de los monitores el de apoyar en el desarrollo y concretización de éstos. El aspecto más importante en este bloque es que los niños experimenten por si mismos que son capaces de generar cambios en su entorno inmediato. La mayoría de los proyectos que surgieron este año estaban ligados con el medio ambiente, extracción de basura y ornato de plazas (su lugar favorito).

II. Luchón, niños y adolescentes desde los 11 años:

Éste espacio está enfocado al trabajo con niños de 11 años en adelante, entendiendo que se inicia en ellos una edad compleja de transición a la adolescencia que sale del esquema de las dinámicas que se realizan en Luchín Sábados, con los más pequeños, lo que hace que sea necesario abordar los temas propios de nuestra organización de educación popular desde otras perspectivas, añadiendo nuevas temáticas transversales propias de la edad; y entendiendo además que nuestra escuela tiene como meta a largo plazo que poco a poco, sean los mismos niños de la villa los que vayan asumiendo roles de educadores en la organización.

I. ROL DEL EDUCADOR POPULAR EN EL TRABAJO EN LUCHÓN: debemos tener un rol activo como provocadores, teniendo en cuenta el “aquí” de los educandos (tanto en su contexto personal como en el contexto socio cultural y etario), y el “aquí” de nosotros como motor motivador y movilizador (somos educadores populares, de izquierda, sujetos históricos, que buscamos la transformación de la realidad y que hacemos eso a través de: Luchín, la música, la historia, el derecho, el futbol, el baile, de nuestras relaciones, de nuestros hobbies... etc.) dado que en el trabajo con jóvenes “un ejemplo vale más que mil palabras” tenemos que ser capaces de transmitir en los talleres que hagamos nuestro espíritu, nuestra forma de vida, nuestra lucha, el taller debe motivarnos a nosotros primero para así poder motivar a los niños y generar una mística.

La actitud del educador popular debe tender siempre a lograr las condiciones básicas para el proceso educativo tanto a nivel personal como grupal:

- Las condiciones básicas para un proceso educativo a nivel personal son: la atención, la observación y el estado de alerta (para poder ver qué surge de las provocaciones).
- Las condiciones básicas para el proceso educativo a nivel grupal son: soltura, confianza e integración grupal. Las condiciones básicas establecen como punto de partida el “AQUI” de los sujetos participantes del proceso educativo.

Es necesario que el educador lleve un registro y documentación de los talleres que realiza para contribuir a la sistematización del trabajo educativo, para la operatividad de las reuniones de planificación y para la descongestión de la asamblea general.

Disponibilidad horaria: días sábados de 16:00 a 19:00 en la Villa para las jornadas de Luchón, un día a la semana de 19:00 a 21:00 para la planificación (en lugar por definir, cerca de Plaza Italia). Un día al mes para asistir a la asamblea general de Luchín.

II. EL TRABAJO EN TALLERES: el espacio de los talleres debe resolver la necesidad de reflexionar, pero también de ver resultados concretos a corto plazo. No podemos olvidar que así como nosotros, los niños, al ser sujetos en el proceso educativo son también educadores y requieren de esta praxis que debe combinar la reflexión teórica con la acción práctica.

Para que esto sea posible, al finalizar cada jornada, casi como un rito, cada taller va a presentar al grupo entero el trabajo que generó durante la tarde, sin excepción. Será la forma de poner en común y de valorizar el esfuerzo entregado.

Los talleres deberán estar conectados entre sí de forma directa o indirecta, deberán emanar de intereses de los niños y de los educadores y plantearse objetivos explícitos a corto y a largo plazo.

El rol del educador en este espacio deberá ser de facilitador y motivador en todo momento. El educador deberá llevar registro y hacerlo patente a los mismos niños a la semana siguiente, si es pertinente, y a los demás educadores en la reunión de planificación semanal.

III. PASEOS Y SALIDAS A TERRENO: Luego de evaluar el 2010, se tomó este punto como uno de los más exitosos en lo que actividades se refiere, por lo tanto, fuera del horario de Luchón, haremos paseos y salidas a terreno con los niños para cubrir dos necesidades: la de esparcimiento del grupo entero y generación de mística haciendo onces, almuerzos, pichangas, paseos, etc. que hagan posible un encuentro más íntimo entre todos, cambiando de escenario; y la necesidad de cada taller en particular con salidas a terreno como ver una obra de teatro, cubrir alguna noticia, ir a lugares emblemáticos, por ejemplo.

IV. METODOLOGÍA A IMPLEMENTAR EL 2011:

1. PROVOCACIÓN A TRAVÉS DE DINÁMICAS U OTROS.
2. ACTIVIDAD EN TORNO A LOS TALLERES.
3. PRESENTACIÓN DEL TALLER.
4. PASEOS Y SALIDAS A TERRENO

1. PROVOCACIÓN: Cada jornada se iniciará con una provocación, esta provocación debemos entenderla como condición básica del proceso educativo a nivel grupal y estarán destinadas a lograr: soltura, confianza e integración grupal.

La provocación va a desarrollarse a partir de una dinámica de Educación Popular, un video, un tema musical, una intervención, un ambiente especial, etc.

En este espacio de provocación se desarrollará una de las temáticas transversales que fueron las que se rescataron a partir de la experiencia del año 2010 y se evaluaron como perentorias a ser tratadas este año; estas son:

Temáticas transversales:

- EL TRABAJO EN UNA ORGANIZACIÓN POLÍTICO - SOCIAL
- SEXUALIDAD, RELACIONES Y AFECTOS (respeto del cuerpo, dignidad, ser sujetos y no objetos, embarazo adolescente, métodos anticonceptivos, información)
- PROYECCIONES PERSONALES DE LOS NIÑOS (¿qué voy a hacer a futuro?)
- SITUACIÓN ECONÓMICA Y SOCIAL FAMILIAR (allegados, casa, pobreza)
- DROGAS
- MI FAMILIA (mi círculo cercano, relaciones familiares, permisos para salir)
- VIOLENCIA

2. ACTIVIDAD EN TRABAJO DE TALLERES: Una vez terminada la provocación, los niños se dividirán en grupos, según sus intereses y trabajarán durante la tarde en eso. Como punto de partida, tenemos como propuesta de talleres para el año 2011:

- Taller de música y guitarra
- Taller de baile y expresión corporal.
- Taller de manualidades.
- Taller de trabajo periodístico y difusión de la Escuela Libre Luchín

3. PRESENTACIÓN DIARIA DEL TRABAJO DE LOS TALLERES: Una vez terminado el trabajo propuesto para la jornada, se mostrará a todo el grupo lo que se hizo, los avances y retrocesos: evidenciar ante todos el proceso que se está viviendo. Esto se funda en la necesidad de conexión entre los distintos talleres y de comunicación y exposición de los niños entre ellos. Compartir.

III. AYUDATAREAS: es un espacio que se da los días martes en la tarde, en el cual, durante 2 horas se acompaña a los niños en el estudio de sus tareas y en todos aquellos temas en que sientan que necesitan ayuda para subir sus notas y en el cual se intenta que los niños vayan comprendiendo verdaderamente el sentido de las materias que aprenden en el colegio.

IV. PROYECTO PILOTO RED DE HUERTOS FAMILIARES

A través de la experiencia del año 2010 en el desarrollo del proyecto “Vitrina orgánica” y luego de la evaluación de las necesidades para lograr un impacto deseado y de las tareas que quedaron pendientes, decidimos implementar durante el año 2011 un proyecto piloto de lo que denominaremos “RED DE HUERTOS FAMILIARES”.

La idea del huerto como fuente de vida y sustentabilidad dentro de una economía doméstica y el cambio en la mentalidad de una sociedad de consumo capitalista que nos está llevando a la devastación del planeta y a la deshumanización nos hace decidirnos por éste como una verdadera vía para la transformación revolucionaria de la vida, del mundo. La idea de “huerto familiar” puesta en red que genere una sinergia positiva dentro de una comunidad como lo es la villa y, finalmente, la idea del huerto como fuente reveladora de procesos, tan interesante dentro de cualquier proceso educativo, elemento metodológico importante para cualquier taller de Educación Popular, nos hace lanzarnos en este proyecto piloto como semilla incipiente de una revolución dentro de la economía doméstica de la Villa La Reina.

Nuestro proyecto tiene tres puntos relevantes de los que debemos hacernos cargo, los cuales entendemos que se

irán dando paulatinamente y en forma gradual a través del trabajo dentro del taller, a saber:

1. Motivación económica: dentro de la evaluación 2010 nos dimos cuenta de que a pesar de que el Taller de Vitrina Orgánica estaba muy bien pensado y sistematizado, no se pudo llegar a los adultos porque carecía del elemento económico tan relevante cuando las familias están pensando en cómo sobrevivir en el día a día y no queda tiempo para destinarlo a cultivar la tierra sin tener resultados que respondan a la satisfacción de necesidades de alimentación. Haciéndonos cargo de este elemento, presentamos nuestro taller como una RED que produce una sinergia en la que el producto final se transforma necesariamente en más que la suma de las partes, siguiendo el modelo de las cooperativas. Por ejemplo un vecino aporta con tomates, otro con lechuga, otro con porotos, etc. Finalmente, a largo plazo, fuera ya del piloto y dentro de lo que sería la implementación de una red a gran escala, lo que se lograría es la paulatina expansión de la red hacia un gran huerto en un terreno colectivo comunitario. Necesidad de alimentarse y vivir.
2. Generación de una Organización a través de un vínculo participativo que se irá generando en las instancias de taller, a través de técnicas de educación popular. Necesidad de sentirse parte de.
3. Educación en la cultura sustentable, orgánica, agroecológica, Bio-intensiva, verde, etc., como forma de revolución y transformación social. Necesidad de transformar las dinámicas de opresores y oprimidos.

La implementación de nuestro proyecto piloto tiene varias etapas:

- I. Sistematizar en un soporte gráfico la experiencia del año 2010 del proyecto “vitrina orgánica”.
- II. Visitar a aquellas personas de la Villa la Reina que tengan en su casa una experiencia de Huerto y entrevistarlos para conocer sus experiencias en torno al mismo. (Martita, Pelao Hugo, parras de pomaire, etc...) Ir a conocer la experiencia de la Aldea del Encuentro y otras experiencias (antumalal, el ceibo, las niñas de señora Bertina, otros), y compartir, con integrantes de la organización, otras experiencias vinculadas al tema huertos (autoformación).
- III. Armar un soporte gráfico que contemple tanto la sistematización 2010 como todo lo referido en la etapa anterior, para motivar la siguiente etapa.
- IV. Pensar y crear una propuesta de Taller 2011.
- V. Presentar el taller 2011 en una convocatoria restringida a las personas que se motivaron el 2010 y en aquellas que son potencialmente “motivables”. La idea es reunir unas 5 familias, contando en ellas la Casa de las Organizaciones, casa Licanqueo, casa Martita y otras para iniciar el piloto.
- VI. Llevar a cabo el taller piloto
- VII. Durante el desarrollo del taller realizar dentro de los espacios de Luchín y Luchón mini talleres ecológicos.
- VIII. Cierre del piloto en una cena compartiendo los frutos de los 5 huertos familiares.
- IX. Proyecciones a futuro e implementación de la Red de Huertos Familiares definitivo, con las familias participantes en el piloto como agentes primordiales y motivadores de otras familias, apuntando hacia la posibilidad de gestionar un huerto comunitario en un espacio público dentro de Villa La Reina.

HORIZONTE POLÍTICO LUCHÍN

En Luchín hemos dialogado constantemente nuestros pareceres e intereses al interior de la organización, pero fue a raíz de un proceso sistemático de discusión que logramos sacar a flote los horizontes de cada uno, los compartimos entre todos y pudimos ver nuestras concordancias y divergencias. He aquí el resultado de lo que a trazos gruesos podemos decir que son las coincidencias acerca de cuál es nuestro horizonte político como organización, cómo pretendemos lograrlo y qué rol juega la Escuela Libre Luchín en el proceso.

Nuestro Horizonte Político

Partimos desde una constatación: existe un mundo desigual, donde el individualismo y las relaciones capitalistas han despolitizado nuestra sociedad, han quitado autonomía a las personas e imponen la dominación como criterio de normalidad. Ante esto tenemos tareas cotidianas, muchas de ellas pendientes. Nuestra mirada a futuro está en la recuperación de la política comunitaria, esa que podamos construir codo a codo y desde abajo, que se base en relaciones sociales desde la dignidad y el amor entre las personas, y cuyas raíces en lo profundo estén siempre ligadas a la organización social. Tal horizonte nos posibilita la superación de la sociedad de clases, un contrapoder a la dominación del Estado y el Mercado, la transformación constante de nuestra realidad.

Cómo lograrlo

Lograr lo que aquel horizonte clavado a lo lejos nos indica no nace de sentarnos a pensar y pensar hasta encontrar un medio idóneo. Los medios están en hacer tal horizonte en lo presente, en el día a día, comportándonos en todo espacio sin conducirnos en función de la propiedad privada, el individualismo, los partidos y las instituciones dominantes. De tal manera politizamos la vida en comunidad, nos empoderamos por nuestros intereses y necesidades, con autonomía y lucha desde lo social. Para hacer esto todo medio es legítimo y posible, siempre que sea adecuado a la práctica de libertad y compañerismo que nuestra transformación significa.

Qué rol juega Luchín

La Escuela Libre Luchín expresa nuestra práctica transformadora en las relaciones de aprendizaje. En nuestra pequeña esfera de relaciones generamos espacio colectivo de amor y amistad, nos organizamos niños y adultos por nuestros propósitos comunes, hacemos política y socialización crítica del conocimiento contra las relaciones de dominación institucionalizadas. Desde la infancia proyectamos nuevas relaciones, porque reconociéndonos con los niños reconocemos el futuro. Y hacemos todo esto como proyecto de vida, sin someternos a la inmediatez de la ayuda social. Pero a la vez nuestra pequeña esfera de relaciones transformadoras se vincula hacia afuera con la Villa La Reina, que es a donde pertenece Luchín, y todo lo que en Luchín hagamos lo hacemos también en la Villa. De tal manera, el horizonte de libertad y diálogo entre las personas que anhelamos lo hacemos a diario en la Villa, junto a los niños y las familias de la población, junto a todos con quienes compartimos la necesidad de liberarnos de la dominación y el individualismo cotidiano, más allá de la Villa La Reina y junto a todo Ser Humano.

ORGÁNICA: Nuestra forma de trabajo se funda en la ASAMBLEA la que tiene el carácter de resolutoria para todos los efectos y tiene lugar una vez al mes. Para el trabajo dentro de los espacios educativos, se entiende que cada uno de estos espacios forma una comisión encargada del trabajo cotidiano y de tomar decisiones para resolver las contingencias emanadas de las necesidades propias de cada espacio. Además existen comisiones de autofinanciamiento, relaciones externas (para comunicaciones con organizaciones territoriales de la villa y de otras poblaciones y personas no organizadas), y comunicaciones (blog, mail, etc.)

AUTOGESTIÓN: La forma en la que hemos decidido financiarnos es a través de la autogestión para lo cual realizamos en forma periódica y en base a las necesidades, una serie de acciones como fiestas, peñas, tallarinatas, cenas con plato único, festivales, etc. En la que participan todos los miembros de la organización (Monitores, niños, papás).

OBJETIVO MACRO	SUB-OBJETIVO	PENDIENTE AL 2011
<p>1. LUCHIN Y EL MUNDO:</p> <p>Contribuir al proceso de formación de una política popular autónoma, a través de la generación de redes que se traduzcan en capacidades organizativas autónomas fomentando la solidaridad, (por ejemplo la disposición de horno de barro).</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Concretizar el poder de las redes.</i> • <i>Aporte de la construcción popular de las organizaciones, su capacidad de reivindicaciones y la construcción de una política popular social. Construir en ese proceso autonomista.</i> 	<p><u>Sentar las bases para tener un espacio físico en un mediano plazo (2 años).</u></p> <p>2011 EN PROCESO - PENDIENTE: Ha cambiado el escenario, hoy estamos pagando parte del arriendo de la casa del Violeta Parra. Queda pendiente el sentar bases económicas. Tema complejo a discutir por posibilidad de fondos, por permanencia en la casa, por autofinanciamiento.</p> <p><u>Sistematizar el trabajo con las redes para que haya una utilidad recíproca en el trabajo.</u></p> <p>2011: PENDIENTE. Las redes en este momento no están activas.</p> <p><u>Canalizar el trabajo de las redes hacia Luchín (monitores, niños y familias).</u></p> <p>2011: PENDIENTE por lo anterior.</p> <p><u>Trabajar con personas organizadas y no organizadas dentro de la Villa La Reina.</u></p> <p>2011: EN PROCESO. La Mesa de Pobladores, Comité de Allegados, Villa Alegría continúan siendo espacios para seguir cumpliendo este objetivo.</p> <p>Proyecto Max: página web de red de escuelas libres www.escuelaslibres.cl A implementar dentro del semestre. Pueden permitir la activación de redes.</p>

OBJETIVO MACRO	SUB-OBJETIVO	PENDIENTE AL 2011
<p>2. IDENTIDAD LUCHINA:</p> <p>Unificar la "Identidad Luchina" entre monitores, niños, papás y pobladores.</p>		<p><i>Que los papás sepan, se interioricen de la "identidad luchina".</i></p> <p>2011: EN PROCESO. En relación a años anteriores la organización es más conocida. Es un tema que sigue siendo importante, pero es parte de un proceso. Cada espacio debe trabajar este tema y propiciar espacios con papas. Tenemos que invitar a los papás a las actividades que hacemos o inventar encuentros de padres e hijos.</p> <p><i>Generar espacios comunes entre todos los niños</i></p> <p>2011: EN PROCESO: Jornada de Invierno con todos los niños, la que se unirá con el 4to aniversario de Luchín.</p> <p>PENDIENTE: Ver tema de medicación en los niños</p> <p><i>Realizar reuniones ampliadas entre todos los integrantes de Luchín para discutir las planificaciones y organización de actividades.</i></p> <p>2011: PENDIENTE, requiere de procesos previos como las reuniones de papás periódicas. Cada instancia debe propiciar espacios de asambleas.</p> <p><i>Además incluir sesiones de autoformación. (Comisión Autoformación)</i></p> <p>2011: Objetivo CUMPLIDO al interior de la organización, falta hacer las sesiones con los papás.</p> <p><i>Relación de confianza y constancia con los papás.</i></p> <p><i>Potenciar los medios de comunicación: blog, boletín, etc.</i></p> <p>2011: PENDIENTE. Este año se creará una comisión BLOG que se dedique a este tema. COMISIÓN DE COMUNICACIÓN.</p> <p><i>Concretizar actividades constantes que congreguen a los pobladores de la villa junto a Luchín.</i></p> <p>2011: EN PROCESO Mesa de Pobladores, Comité de Allegados, Directorio casa.</p>

OBJETIVO MACRO	SUB-OBJETIVO	PENDIENTE AL 2011
3. AUTOGESTIÓN: Generar un trabajo constante que nos permita funcionar autónomamente.		<p>2011: PENDIENTE. Generar comisión de autofinanciamiento: sistematizar el financiamiento.</p> <p>Re discutir tema de los fondos</p> <p>Tener bases de datos económicos de nuestras actividades.</p> <p>Lograr sustentar nosotros las vacaciones.</p>

OBJETIVO MACRO	SUB-OBJETIVO	PENDIENTE AL 2011
4. PRÁCTICAS PEDAGÓGICAS: Generar una práctica pedagógica coherente con los principios de la Educación Popular a través de la escucha y la observación.		<p><i>Reorganizar la forma de trabajar de los espacios educativos de Luchín.</i></p> <p>2011: Objetivo cumplido, pero en proceso.</p> <p><i>Autoformación en torno a la filosofía educativa.</i></p> <p>2011 CUMPLIDO: Logramos tener una jornada al año dentro de la “autoformación pedagógica”. (1era y 2da Invitación especial)</p> <p><i>Evaluación sistemática permanente de prácticas pedagógicas.</i></p> <p>2011 EN PROCESO: se hacen evaluaciones dentro de cada espacio, pero no se han logrado sistematizar, dentro del mes de abril compartiremos hojas de evaluación para ir implementando la sistematización lo antes posible.</p> <p>Encargada de coordinar la sistematización: Jose.</p>

OBJETIVO MACRO	SUB-OBJETIVO	PENDIENTE AL 2011
<p>5. AUTOFORMACIÓN: Generar un trabajo continuo de autoformación</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Formarnos pedagógicamente • Formarnos humanamente (fortalecer las relaciones personales y el desarrollo personal) • Formarnos políticamente 	<p>2011: EN PROCESO. La comisión de autoformación durante el año 2010 fue integrada por Camila, Antonia y Jose.</p> <p>Se realizó la jornada de autoformación pedagógica (2da invitación especial) el 31 de julio en la casa del papá de la jose.</p> <p>Se realizó la jornada de autoformación política y humana (autocuidado) en Noviembre de 2011 en El Ingenio.</p> <p>Se destaca en esta evaluación la importancia del trabajo personal, preocuparse de que la autoformación sea una constante.</p>

OBJETIVO MACRO	SUB-OBJETIVO	PENDIENTE AL 2011
<p>6. AMPLIAR LUCHIN PARA GRANDES: Generar un espacio dentro del actual funcionamiento de Luchín que permita trabajar constantemente con niños y niñas grandes.</p>		<p>Generar un trabajo activo para hacer efectivo estos espacios, y que se base en un análisis de las fortalezas de los monitores/as.</p> <p>2011: Objetivo cumplido.</p>

III.7.5. ANEXO N°5 - ENCUESTA: OTROS COMENTARIOS

¿Qué nombre usaría usted, para un proyecto que se describe como: “Programa que sirve para el desarrollo de proyectos de inclusión social, a través de asesoría y generación de productos ligados a las TIC (Web, transmisión Online audiovisuales), como pilar fundamental en proyectos sustentables con enfoques sociales”. Pensando en cómo suenan, y la cercanía que generan, por favor responda solo una opción.

Alta ▲	Respuesta
23/05/2011 4:22:22	ninguno
23/05/2011 9:11:53	You must find it
23/05/2011 9:19:40	proyecta
23/05/2011 9:34:58	no se entiende tema deproyecto
23/05/2011 14:50:40	Minga

Respecto a su respuesta anterior, si supiera la raíz de cada concepto asociado, ¿Cuál sería su respuesta?:

Alta ▲	
23/05/2011 9:14:28	TIC, suena feo, como el del movimiento involuntario. Ninguno de los nombres es atractivo, o bien, se ligan a algo que le quita peso (Poblanet suena flaute, La Minga es algo del sur, muy arraigado allá, cosas así). Amproyect sería lo más apto dentro de la lista.

III.7.6. ANEXO N°6 - TEST HEURÍSTICO REALIZADO A WIREFRAMES

Análisis heurístico

A continuación se presenta el informe del análisis heurístico realizado sobre el sitio [LaMinga](#) con fecha 18/05/2011

Datos del análisis

Fecha	18 de mayo 2011
Tipo de conexión	n.a.
Plataforma	n.a.
Agente de usuario	n.a.
Tareas	Ingresar y buscar información
Pantallas	Home, Acerca de, Postulación, Proyecto.

Objetivos

Objetivo	Tarea	Pantalla
En la etapa de wireframes, evaluarla usabilidad básica de usuario.	Ingresar y buscar información	Home, Acerca de, Postulación, Proyecto.

Mediciones

Las mediciones que dan valor a los heurísticos siguen el siguiente patrón²:

² Cuando el heurístico no sea de aplicación se notará con un espacio en blanco, computando como nulo su valor de tal modo que no afecte al promedio

Valor	Observaciones
1	Se da la mínima expresión del heurístico en las páginas evaluadas
2	Se da una expresión baja del heurístico en las páginas evaluadas
3	Se da una expresión media del heurístico en las páginas evaluadas
4	Se da una expresión alta del heurístico en las páginas evaluadas
5	Se da la máxima expresión del heurístico en las páginas evaluadas

Heurísticos generales³

Generales	Puntos
¿Cuáles son los objetivos del sitio web? ¿Son concretos y bien definidos?	2
¿Los contenidos y servicios que ofrece se corresponden con esos objetivos?	2
¿Tiene una URL correcta, clara y fácil de recordar? ¿Y las URL de sus páginas internas? ¿Son claras y permanentes?	n.a.
¿Muestra de forma precisa y completa qué contenidos o servicios ofrece realmente el sitio web?	3
¿La estructura general del sitio web está orientada al usuario?	4
¿El look & feel general se corresponde con los objetivos, características, contenidos y servicios del sitio web?	n.a.
¿Es coherente el diseño general del sitio web?	3

Generales	Puntos
¿Cuáles son los objetivos del sitio web? ¿Son concretos y bien definidos?	2
¿Los contenidos y servicios que ofrece se corresponden con esos objetivos?	2
¿Tiene una URL correcta, clara y fácil de recordar? ¿Y las URL de sus páginas internas? ¿Son claras y permanentes?	n.a.
¿Es reconocible el diseño general del sitio web?	n.a.
¿El sitio web se actualiza periódicamente? ¿Indica cuándo se actualiza?	n.a.
TOTAL	14
Identidad e información	Puntos
¿Se muestra claramente la identidad de la empresa-sitio a través de todas las páginas?	2
El logotipo, ¿es significativo, identificable y suficientemente visible?	n.a.
El eslogan o tagline, ¿expresa realmente qué es la empresa y qué servicios ofrece?	1
¿Se ofrece algún enlace con información sobre la empresa, sitio web, 'webmaster',...?	5
¿Se proporciona mecanismos para ponerse en contacto con la empresa?	5
¿Se proporciona información sobre la protección de datos de carácter personal de los clientes o los derechos de autor de los contenidos del sitio web?	5
En artículos, noticias, informes... ¿se muestra claramente información sobre el autor, fuentes y fechas de creación y revisión del documento?	4

³ Basados en Guía de Evaluación Heurística de Sitios Web (<http://www.nosolousabilidad.com/articulos/heuristica.htm>) de Yusef Hassan Montero

Generales	Puntos
¿Cuáles son los objetivos del sitio web? ¿Son concretos y bien definidos?	2
¿Los contenidos y servicios que ofrece se corresponden con esos objetivos?	2
¿Tiene una URL correcta, clara y fácil de recordar? ¿Y las URL de sus páginas internas? ¿Son claras y permanentes?	n.a.
TOTAL	22
Lenguaje y redacción	Puntos
¿El sitio web habla el mismo lenguaje que sus usuarios?	3
¿Emplea un lenguaje claro y conciso?	2
¿Es amigable, familiar y cercano?	4
¿1 párrafo = 1 idea?	3
TOTAL	12
Rotulado	Puntos
Los rótulos, ¿son significativos?	4
¿Usa rótulos estándar?	3
¿Usa un único sistema de organización, bien definido y claro?	4
¿Utiliza un sistema de rotulado controlado y preciso?	4
El título de las páginas, ¿es correcto? ¿ha sido planificado?	2
TOTAL	17

Estructura y navegación	Puntos
La estructura de organización y navegación, ¿es la más adecuada?	n.a.
En el caso de estructura jerárquica, ¿mantiene un equilibrio entre profundidad y anchura?	n.a.
En el caso de ser puramente hipertextual, ¿están todos los nodos comunicados?	n.a.
¿Los enlaces son fácilmente reconocibles como tales? ¿Su caracterización indica su estado (visitados, activos,...)?	n.a.
En menús de navegación, ¿se ha controlado el número de elementos y de términos por elemento para no producir sobrecarga memorística?	n.a.
¿Es predecible la respuesta del sistema antes de hacer clic sobre el enlace?	n.a.
¿Se ha controlado que no haya enlaces que no lleven a ningún sitio?	n.a.
¿Existen elementos de navegación que orienten al usuario acerca de dónde está y cómo deshacer su navegación?	n.a.
Las imágenes enlace, ¿se reconocen como clicables? ¿incluyen un atributo 'title' describiendo la página de destino?	n.a.
¿Se ha evitado la redundancia de enlaces?	n.a.
¿Se ha controlado que no haya páginas "huérfanas"?	n.a.
TOTAL	
Layout de la página	Puntos
¿Se aprovechan las zonas de alta jerarquía informativa de la página para contenidos de mayor relevancia?	n.a.
¿Se ha evitado la sobrecarga informativa?	n.a.
¿Es una interfaz limpia, sin ruido visual?	n.a.

Estructura y navegación	Puntos
La estructura de organización y navegación, ¿es la más adecuada?	n.a.
En el caso de estructura jerárquica, ¿mantiene un equilibrio entre profundidad y anchura?	n.a.
En el caso de ser puramente hipertextual, ¿están todos los nodos comunicados?	n.a.
¿Los enlaces son fácilmente reconocibles como tales? ¿Su caracterización indica su estado (visitados, activos,...)?	n.a.
En menús de navegación, ¿se ha controlado el número de elementos y de términos por elemento para no producir sobrecarga memorística?	n.a.
¿Es predecible la respuesta del sistema antes de hacer clic sobre el enlace?	n.a.
¿Existen zonas en “blanco” entre los objetos informativos de la página para poder descansar la vista?	n.a.
¿Se hace un uso correcto del espacio visual de la página?	n.a.
¿Se utiliza correctamente la jerarquía visual para expresar las relaciones del tipo “parte de” entre los elementos de la página?	n.a.
¿Se ha controlado la longitud de página?	n.a.
TOTAL	
Búsqueda (en caso de ser necesaria)	Puntos
¿Se encuentra fácilmente accesible?	n.a.
¿Es fácilmente reconocible como tal?	2
¿Permite la búsqueda avanzada?	1
¿Muestra los resultados de la búsqueda de forma comprensible para el usuario?	n.a.
¿La caja de texto es lo suficientemente ancha?	4

Estructura y navegación	Puntos
La estructura de organización y navegación, ¿es la más adecuada?	n.a.
En el caso de estructura jerárquica, ¿mantiene un equilibrio entre profundidad y anchura?	n.a.
En el caso de ser puramente hipertextual, ¿están todos los nodos comunicados?	n.a.
¿Los enlaces son fácilmente reconocibles como tales? ¿Su caracterización indica su estado (visitados, activos,...)?	n.a.
En menús de navegación, ¿se ha controlado el número de elementos y de términos por elemento para no producir sobrecarga memorística?	n.a.
¿Es predecible la respuesta del sistema antes de hacer clic sobre el enlace?	n.a.
¿Asiste al usuario en caso de no poder ofrecer resultados para una consultada dada?	n.a.
TOTAL	7
Elementos multimedia	Puntos
¿Las fotografías están bien recortadas? ¿son comprensibles? ¿se ha cuidado su resolución?	n.a.
¿Las metáforas visuales son reconocibles y comprensibles por cualquier usuario?	n.a.
¿El uso de imágenes o animaciones proporciona algún tipo de valor añadido?	n.a.
¿Se ha evitado el uso de animaciones cíclicas?	n.a.
TOTAL	
Ayuda	Puntos
Si posee una sección de ayuda, ¿Es verdaderamente necesaria?	5

Estructura y navegación	Puntos
La estructura de organización y navegación, ¿es la más adecuada?	n.a.
En el caso de estructura jerárquica, ¿mantiene un equilibrio entre profundidad y anchura?	n.a.
En el caso de ser puramente hipertextual, ¿están todos los nodos comunicados?	n.a.
¿Los enlaces son fácilmente reconocibles como tales? ¿Su caracterización indica su estado (visitados, activos,...)?	n.a.
En menús de navegación, ¿se ha controlado el número de elementos y de términos por elemento para no producir sobrecarga memorística?	n.a.
¿Es predecible la respuesta del sistema antes de hacer clic sobre el enlace?	n.a.
El enlace a la sección de ayuda, ¿está colocado en una zona visible?	3
¿Se ofrece ayuda contextual en tareas complejas?	2
Si posee FAQs, ¿es correcta tanto la elección como la redacción de las preguntas? ¿y las respuestas?	n.a.
TOTAL	10
Accesibilidad	Puntos
¿El tamaño de fuente se ha definido de forma relativa, o por lo menos, la fuente es lo suficientemente grande como para no dificultar la legibilidad del texto?	n.a.
¿El tipo de fuente, efectos tipográficos, ancho de línea y alineación empleados facilitan la lectura?	n.a.
¿Existe un alto contraste entre el color de fuente y el fondo?	n.a.
¿Incluyen las imágenes atributos 'alt' que describan su contenido?	n.a.

Estructura y navegación	Puntos
La estructura de organización y navegación, ¿es la más adecuada?	n.a.
En el caso de estructura jerárquica, ¿mantiene un equilibrio entre profundidad y anchura?	n.a.
En el caso de ser puramente hipertextual, ¿están todos los nodos comunicados?	n.a.
¿Los enlaces son fácilmente reconocibles como tales? ¿Su caracterización indica su estado (visitados, activos,...)?	n.a.
En menús de navegación, ¿se ha controlado el número de elementos y de términos por elemento para no producir sobrecarga memorística?	n.a.
¿Es predecible la respuesta del sistema antes de hacer clic sobre el enlace?	n.a.
¿Es compatible el sitio web con los diferentes navegadores? ¿se visualiza correctamente con diferentes resoluciones de pantalla?	n.a.
¿Puede el usuario disfrutar de todos los contenidos del sitio web sin necesidad de tener que descargar e instalar plugins adicionales?	5
¿Se ha controlado el peso de la página?	n.a.
¿Se puede imprimir la página sin problemas?	n.a.
TOTAL	
Control y retroalimentación	Puntos
¿Tiene el usuario todo el control sobre el interfaz?	3
¿Se informa constantemente al usuario acerca de lo que está pasando?	4
¿Se informa al usuario de lo que ha pasado?	5

Estructura y navegación	Puntos
La estructura de organización y navegación, ¿es la más adecuada?	n.a.
En el caso de estructura jerárquica, ¿mantiene un equilibrio entre profundidad y anchura?	n.a.
En el caso de ser puramente hipertextual, ¿están todos los nodos comunicados?	n.a.
¿Los enlaces son fácilmente reconocibles como tales? ¿Su caracterización indica su estado (visitados, activos,...)?	n.a.
En menús de navegación, ¿se ha controlado el número de elementos y de términos por elemento para no producir sobrecarga memorística?	n.a.
¿Es predecible la respuesta del sistema antes de hacer clic sobre el enlace?	n.a.
Cuando se produce un error, ¿se informa de forma clara y no alarmista al usuario de lo ocurrido y de cómo solucionar el problema?	2
¿Posee el usuario libertad para actuar?	3
¿Se ha controlado el tiempo de respuesta?	n.a.
TOTAL	17

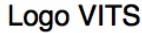
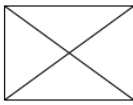
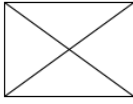





Heurísticos	Resultado	Observaciones
Lenguaje y redacción	3	
Rotulado	3,4	
Estructura y navegación	n.a.	
Layout de la página	n.a.	
Búsqueda (en caso de ser necesaria)	2,3	
Elementos multimedia	n.a.	
Ayuda	3,3	
Accesibilidad	n.a.	
Control y retroalimentación	3,4	

Conclusiones

A modo de conclusiones podemos ver un mapa de los heurísticos controlados en esta evaluación, agrupados por categorías:

Heurísticos	Resultado	Observaciones
Generales	2,6	
Identidad e información	3,6	

III.7.7. ANEXO N°7 - WIREFRAMES PRIMERA ETAPA

 Diseño en Tecnologías Sociales		Mi Cuenta	
¿Qué es T.I.C.S.?	Empieza tu Proyecto!	Blog	Preguntas Frecuentes
		Contacto	<input type="text"/> <input type="button" value="Buscar"/>
<h1>V.I.T.S</h1> <p>Asesoría y Productos de diseño gráfico para Innovadores Sociales</p> <p>Descubre como funciona ></p>		Innovadores Sociales Unete al equipo VITS Asesoría y Productos de diseño gráfico para Innovadores Sociales <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;"> Empieza tu Proyecto AHORA </div>	
<h4>¿V.I.T.S.?</h4> <p>El programa V.I.T.S. (Visión Inclusiva Tecnológica Social) es un programa para el desarrollo de la innovación e Inclusión Social a través del Diseño, por medio del uso de TIC.</p>		<h4>Blog</h4> <p>20 marzo 2011 Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.</p> <p>8 marzo 2011 Suspendisse elementum nibh vitae nulla vulputate quis convallis felis.</p> <p>10 enero 2011 Proin varius nisi ut diam condimentum sit amet pharetra augue pretium.</p> <p>19 febrero 2011 Vestibulum imperdiet tellus at nunc sagittis in fringilla dui condimentum.</p> <p>25 enero 2011 Fusce elementum fermentum magna, vel condimentum nulla</p> <p style="text-align: center;">Ver más entradas</p>	
<h4>¿Y que obtienes?</h4> <p>Asesoría y producción en diseño gráfico: Sitios web, streaming online, Videos, etc.</p> <p style="text-align: right;">...y es Gratis!</p>		<h4>Sitios Interesantes</h4> <p>Red</p> <div style="border: 1px solid gray; padding: 2px; margin-bottom: 2px;">Banner</div> <p>Tecnología</p> <div style="border: 1px solid gray; padding: 2px; margin-bottom: 2px;">Banner</div> <p>Tecnología</p> <div style="border: 1px solid gray; padding: 2px;">Banner</div>	
<h4>Proyectos Destacados</h4> <p>Tema: <input type="text" value="Todas"/></p> <div style="border: 1px solid gray; padding: 5px; margin-bottom: 5px;">  <p>Escuela Libre Luchín Educación</p> <p>Contrary to popular belief, Lorem Ipsum is not simply random text. It has roots in a piece of classical Latin literature from 45 BC, making it over 2000 years old It was popularised in the 1960s with the release of ... Leer Más</p> </div> <div style="border: 1px solid gray; padding: 5px;">  <p>Choclo 2.0 Medio Ambiente</p> <p>Many desktop publishing packages and web page editors now use Lorem Ipsum as their default model text, and a search for 'lorem ipsum' will uncover many web sites still in their infancy. Various ver... Leer Más</p> </div>		<div style="border: 1px solid gray; padding: 5px;">   <p>Twitter Síguenos</p> <div style="border: 1px solid gray; padding: 2px; margin-bottom: 2px;">  <p>Programatics V.I.T.S.</p> <p>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Cras quis tellus nulla.</p> <p>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.</p> <p>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Cras quis tellus nulla.</p> </div> <p>Twitter Join the conversation</p> </div>	
Inicio	Blog	Preguntas Frecuentes	Contacto
 		Creative commons	2011 Programa V.I.T.S.

VITS es un programa para el desarrollo de la innovación e Inclusión Social a través del Diseño, por medio del uso de TIC.

Este programa fomenta el Diseño de la **Gestión Creativa** en el ámbito Cultural, Social y Tecnológico, para el bienestar y avance social en el contexto país.

El programa se fundamenta en el desarrollo de la Creatividad Social entendida como innovación capaz de generar nuevos bienes, y del **fomento** de la cultura y la tecnología, en la actual sociedad de la información.

Este programa beneficia la **innovación** con o sin fines de lucro, realizada por innovadores e **impulsores** de la cultura y la tecnología social.

Proyectos Acordes

¿Cómo? ¿Para Quién? Pilares y Tipologías ¿Quién?

A través de la **asesoría** en diseño de tecnologías sociales con uso de TIC, este programa beneficia la **innovación** creada por **personas o grupos** en sus ámbitos de experiencias específicas: comunitarias, territoriales, de desarrollo local, cooperativismo en redes sociales, etc.

TICS cuenta con herramientas que ayudan e impulsan el despegue y desarrollo de los proyectos que son acordes al perfil buscado. Para ello cuenta con asesores, que poseen conocimiento sobre **sostenibilidad de proyectos tecnológicos, recursos, gestión**, así como facilidad de comunicación e interacción con los diferentes usuarios, entre otras competencias.

La plataforma virtual de TICS tiene como objetivo el uso de **bitácora, feedback, administración y gestión del proyecto**. Por ello es un **punto** de comunicación inmediato con el Personal Asesor y los usuarios.

Proyectos Destacados

Escuela Libre Luchín
Educación

Contrary to popular belief, Lorem ipsum is not simply random text. It has roots in a piece of classical Latin literature from 45 BC, making it over 2000 years old! It was popularised in the 1960s with the release...

Leer Más

Programatics T.I.C.S.

Twitter Join the conversation

Empezar tu Proyecto!

1 Requerimientos 2 Lea las directrices 3 Postula

Este programa nace a partir de la necesidad del diseño en la gestión de proyectos que surgen por **iniciativa individual o comunitaria, todos ellos con la finalidad de crear redes sociales** (físicas o digitales) que son pertinentes y aprovechables para un cierto grupo de interés, de los cuales se excluyen grandes empresas y Pymes ya establecidas, en pos de proyectos **mas locales y cercanos**.

Estos proyectos pueden ser muy variados, pero todos ellos **Incluyen 5 pilares** que son **necesarios** para ser considerados en este programa:

1. Uso de las TIC (Tecnologías de la Información y la Comunicación).
2. Generar redes sociales.
3. Innovación, definida anteriormente.
4. Diseño de la Gestión social creativa.
5. Sostenible a nivel de entorno.

Tipologías de proyectos que apoya VITS, incluyen enfoques en:

1. Espacio público.
2. Tecnología.
3. Educación.
4. Medio Ambiente.
5. Diálogo Social.

Licencias de los Proyectos

Este programa trabaja de acuerdo a las licencias Creative Commons y fomenta este tipo de licencias bajo sus proyectos, es decir, cada propuesta que nace desde aquí, debe elegir y usar un tipo de licencia (por lo menos para los productos que de aquí salgan).

[Tipos de Licencias Creative Commons](#)

Paso 2
Leer las Directrices

Logo VITS
Diseño en Tecnologías Sociales

Mi Cuenta

¿Qué es T.I.C.S.?

Empieza tu Proyecto!

Blog

Preguntas Frecuentes

Contacto

Buscar

Inicio

Empieza tu Proyecto

Requerimientos

Lea las Directrices

Empieza tu Proyecto!

1 Requerimientos

2 Lea las directrices

3 Postula

Contrary to popular belief, Lorem Ipsum is not simply random text. It has roots in a piece of classical Latin literature from 45 BC, making it over 2000 years old. Richard McClintock, a Latin professor at Hampden-Sydney College in Virginia, looked up one of the more obscure Latin words, consectetur, from a Lorem Ipsum passage, and going through the cites of the word in classical literature, discovered the undoubtable source. Lorem Ipsum comes from sections 1.10.32 and 1.10.33 of "de Finibus Bonorum et Malorum" (The Extremes of Good and Evil) by Cicero, written in 45 BC. This book is a treatise on the theory of ethics, very popular during the Renaissance. The first line of Lorem Ipsum, "Lorem ipsum dolor sit amet.", comes from a line in section 1.10.32.

The standard chunk of Lorem Ipsum used since the 1500s is reproduced below for those interested. Sections 1.10.32 and 1.10.33 from "de Finibus Bonorum et Malorum" by Cicero are also reproduced in their exact original form, accompanied by English versions from the 1914 translation by H. Rackham.

There are many variations of passages of Lorem Ipsum available, but the majority have suffered alteration in some form, by injected humour, or randomised words which don't look even slightly believable. If you are going to use a passage of Lorem Ipsum, you need to be sure there isn't anything embarrassing hidden in the middle of text. All the Lorem Ipsum generators on the Internet tend to repeat predefined chunks as necessary, making this the first true generator on the Internet. It uses a dictionary of over 200 Latin words, combined with a handful of model sentence structures, to generate Lorem Ipsum which looks reasonable. The generated Lorem Ipsum is therefore always free from repetition, injected humour, or non-characteristic words etc.

It is a long established fact that a reader will be distracted by the readable content of a page when looking at its layout. The point of using Lorem Ipsum is that it has a more-or-less normal distribution of letters, as opposed to using 'Content here, content here', making it look like readable English. Many desktop publishing packages and web page editors now use Lorem Ipsum as their default model text, and a search for 'lorem ipsum' will uncover many web sites still in their infancy. Various versions have evolved over the years, sometimes by accident, sometimes on purpose (injected humour and the like).

He leído y entendido las directrices del programa VITS.

Paso 3
Postula

Inicio

Blog

Preguntas Frecuentes

Contacto

TW FB

Creative commons

2011 Programa T.I.C.S.

Logo VITS
Diseño en Tecnologías Sociales

Mi Cuenta

¿Qué es T.I.C.S.?

Empieza tu Proyecto!

Blog

Preguntas Frecuentes

Contacto

Buscar

Inicio

Empieza tu Proyecto

Requerimientos

Lea las Directrices

Postula

Empieza tu Proyecto!

1 Requerimientos

2 Lea las directrices

3 Postula

Información Personal

Nombre Personal o de Institución Nombre personal, grupal o Institucional: ONG, Pública, Privada.

Email minombre@correo.cl, @minombre@correo.com

Teléfono Seleccione 09 para celular, y los demas para red fija.

09

¿Qué categoría se adapta a tu proyecto? Si posee mas de una, elija la que mas le represente.

Información del Proyecto

¿Qué quieres crear? (Que tienes en mente, objetivos, etc)

Adjuntar archivo explicativo (PDF, PowerPoint Word) Examinar...

¿Qué tipo de apoyo necesitas? Sitios web, Videos, Streaming, Aplicaciones web, etc

¿Cómo se enteró de nosotros?

Terminar

Inicio

Blog

Preguntas Frecuentes

Contacto

TW FB

Creative commons

2011 Programa T.I.C.S.

Logo VITS
Diseño en Tecnologías Sociales
Mi Cuenta

¿Qué es T.I.C.S.?
Empieza tu Proyecto!
Blog
Preguntas Frecuentes
ContactoBuscar

Inicio
Mi Proyecto
Objetivos

Nombre de Proyecto

Objetivos
Etapas
Bitacora
Feedback de Diseño
Lista de Proyectos
Foro

Objetivo General

Objetivo Especifico 1

Objetivo Especifico 2

Nombre de Proyecto

Por: Autor/es

Por:
Autor/es

Resumen de Proyecto

Lorem Ipsum is simply dummy text of the printing and typesetting industry. Lorem Ipsum has been the industry's standard dummy text ever since the 1500s, when an unknown printer took a galley of type and scrambled it to make a type specimen book. It has survived not only five centuries, but also the leap into electronic typesetting, remaining essentially unchanged. It was popularised in the 1960s with the release of Letraset sheets containing Lorem Ipsum passages, and more recently with desktop publishing software like Aldus PageMaker including versions of Lorem Ipsum.

[Editar](#)

Creative Commons

Sabes que son las C.C? Te interesa proteger tu proyecto?

Revisa [Creative Commons.cj](#)

Si te interesa usarlo, haz click [Aquí](#)

Inicio
Blog
Preguntas Frecuentes
Contacto

TW
FB

Creative commons
2011 Programa T.I.C.S.

Logo VITS
Diseño en Tecnologías Sociales
Mi Cuenta

¿Qué es T.I.C.S.?
Empieza tu Proyecto!
Blog
Preguntas Frecuentes
ContactoBuscar

Inicio
Mi Proyecto
Etapas

Nombre de Proyecto

Objetivos
Etapas
Bitacora
Feedback de Diseño
Lista de Proyectos
Foro

Etapas y Estado de mi proyecto

- [Etapa 00] **Recepción y Generación de Acuerdos**
Ingresar Comentario...
- [Etapa 01] **Formalización de Visión y Misión del proyecto**
Ingresar Comentario...
- [Etapa 02] **Producción**
Ingresar Comentario...
- [Etapa 03] **Pre-Evaluación Salida**
Ingresar Comentario...
- [Etapa 04] **Puesta en marcha**
Ingresar Comentario...
- [Etapa 05] **Primera Evaluación y mejoras**
Ingresar Comentario...
- [Etapa 06] **Replicar experiencia/Difundir la Experiencia**
Ingresar Comentario...

*Etapa actual se marca con rojo.

Nombre de Proyecto

Por: Autor/es

Por:
Autor/es

Resumen de Proyecto

Lorem Ipsum is simply dummy text of the printing and typesetting industry. Lorem Ipsum has been the industry's standard dummy text ever since the 1500s, when an unknown printer took a galley of type and scrambled it to make a type specimen book. It has survived not only five centuries, but also the leap into electronic typesetting, remaining essentially unchanged. It was popularised in the 1960s with the release of Letraset sheets containing Lorem Ipsum passages, and more recently with desktop publishing software like Aldus PageMaker including versions of Lorem Ipsum.

[Editar](#)

Inicio
Blog
Preguntas Frecuentes
Contacto

TW
FB

Creative commons
2011 Programa T.I.C.S.

Gracias por Postular en VITS
Nos pondremos en contacto con usted.

[Volver al Home](#)

III.7.8. ANEXO N°8 - COMENTARIOS DE LA INTERFAZ POR J.P. MADRIAZA

Home

Algunos bordes se ven poco depurados

El botón debe parecer más botón

Esta flecha no me gusta

Este objeto, ¿Qué significa?

Estos recuadros parecen ser campos de texto

Falta un poco de aire

Este recuadro lo haría de otro color

La fila de personas no me parece muy lograda, se tiende a asociar las filas con burocracia y espera



Sobre nosotros

Me parece que la caja de texto está demasiado ancha, se recomienda no pasar de 80 caracteres de ancho, de repente si pones una fotito cuadrada a la izq del texto?

Proyectos acordes no se entiende como botón, ni morfológicamente, ni lingüísticamente, donde te lleva?

Ahhh la «corona» es parte del logo, te recomiendo agregarla al header

Sacaría el logo de acá, al menos a este tamaño. Te recomiendo poner el texto que está debajo del video en esta parte

The image shows a screenshot of the LaMinga website with several annotations. The website header includes the LaMinga logo with the tagline "Con Diseño, tu idea se Desarrolla" and a navigation menu with items like "¿Qué es La Minga?", "Empieza tu Proyecto!", "Blog", "Preguntas Frecuentes", and "Contacto". A login form is visible in the top right corner. The main content area features a large blue box with the text "La Minga es un programa para el desarrollo de la innovación e Inclusión Social a través del Diseño, por medio del uso de TIC." followed by three paragraphs of text. A "Proyectos Acordes" button is positioned below the text. Below this is a video player with a play button and the LaMinga logo. The footer contains a row of small human icons and a navigation bar with links to "Inicio", "Blog", "Preguntas Frecuentes", and "Contacto", along with social media icons and the text "Creative Commons" and "2011 Programa laMinga".

Annotations:

- Blue arrows point from the text "Me parece que la caja de texto está demasiado ancha..." to the main content area.
- A blue arrow points from "Proyectos acordes no se entiende..." to the "Proyectos Acordes" button.
- A blue arrow points from "Ahhh la «corona» es parte del logo..." to the LaMinga logo in the video player area.
- A blue arrow points from "Sacaría el logo de acá..." to the LaMinga logo in the footer area.

Empieza tu proyecto

La diagramación me parece errada, el formulario queda volando en la página, haz pensado en la posibilidad de hacer todo este formulario mediante ventanas modales?

Está malo el breadcrumb, arriba dice requerimientos, pero abajo postula

Hacer estos textos grises

Colocar «Seleccionar categoría >»

Este examinar no debe estar en esta posición, es preferible que esté acompañado de un text field y esté alineado a la izq

Colocar «seleccione medio >»

LaMinga
Con Diseño, tu idea se Desarrolla

¿Qué es La Minga? Empieza tu Proyecto! Blog Preguntas Frecuentes Contacto

Iniciar Sesión

Inicio > Empieza tu Proyecto > Requerimientos

Empieza tu Proyecto!

1 Requerimientos 2 Lea las directrices 3 Postula

Información Personal Todos los campos son obligatorios

Nombre Personal o de Institución Nombre personal, grupal o Institucional: ONG, Pública, Privada.

Email minombre@correo.cl, @minombre@correo.com

Teléfono 09 Seleccione 09 para celular, y los demas para red fija.

¿Qué categoría se adapta a tu proyecto? Si posee mas de una, elija la que mas lo represente.

Información del Proyecto

¿Qué quieres crear? (Que tienes en mente, objetivos, etc)

Adjuntar archivo explicativo (PDF, PowerPoint, Word) - Máximo 10 MB **Examinar...**

¿Qué tipo de apoyo necesitas? Sitios web, Videos, Streaming, Aplicaciones web, etc

¿Cómo se enteró de nosotros?

Terminar

Inicio | Blog | Preguntas Frecuentes | Contacto | Twitter | Facebook | Creative Commons | 2011 Programa laMinga

Objetivos

Falta un botón de «guardar» o «siguiente» al final de este formulario

Separaría y haría un recuadro de otro color con el tema de creative commons ya que nada tiene que ver directamente con los objetivos

La imagen de proyecto no debería tener una silueta de fondo ya que se confunde con un usuario

laMinga
Con Diseño, tu idea se Desarrolla

Nombre de Usuario
Tipo de Usuario Salir

¿Qué es La Minga? | Empieza tu Proyecto! | Blog | Preguntas Frecuentes | Contacto

Inicio > Mi Proyecto > **Objetivos**

Nombre del Proyecto

Objetivos | Etapas | Bitacora | Chat | Implementación | Lista de Proyectos | Foro

Objetivo General

Ingresar Objetivo aquí...

Objetivo Especifico 1

Ingresar Objetivo aquí...

Objetivo Especifico 2

Ingresar Objetivo aquí...

Creative Commons

¿Sabes que es Creative Commons?
¿Te interesa proteger tu proyecto y hacerlo reconocido?

Revisa:
[CreativeCommons.cl](#)

Si te interesa usarlo aquí, haz click [aquí](#)

Resumen General (Vista Externa)

Nombre de Proyecto

Mi Proyecto

Subir Imagen del Proyecto

Resumen de Proyecto

Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Etiam varius metus ac dolor commodo rhoncus eu ut lectus. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Cras aliquet nisi eget nisi tristique dignissim. Suspendisse fermentum dictum condimentum. Nulla egestas neque at metus elementum aliquam. Ut velit mauris, fermentum in lacinia ut, pulvinar eget urna. Vestibulum pulvinar sapien ut lacus pharetra luctus. In nisi aro, porttitor eget convallis sed, congue in odio. Morbi vitae nibh sem, in dignissim erat. Nunc est aro, vestibulum at vulputate nec, condimentum mollis velit. In porta tortor vitae neque tempus nec pretium lectus porttitor.

Editar

Creado por

- Autories
- Autories
- Autories

Editar

Inicio | Blog | Preguntas Frecuentes | Contacto

Twitter | Facebook | Creative Commons | 2011 Programa laMinga

Admin feedback

Agregaría una línea de texto debajo de título que explicara que se puede hacer en esta página

Recomiendo usar textos de ejemplo más reales para los títulos

Al breadcrumb le falta «Feedback»

laMinga
Con Diseño, tu idea se Desarrolla

Nombre de Usuario
Tipo de Usuario Salir

¿Qué es La Minga? Empieza tu Proyecto! Blog Preguntas Frecuentes Contacto

Inicio Admin Home

Super Admin Home

Lista de Proyectos Foro

Posturas
Listado de Proyectos
Feedback
Cuentas*

Feedback Seleccionar Proyecto a Revisar: Escuela Popular Luchin

Pedidos Implementación Bitacora

Lista de Pedidos

1 Nombre del Pedido <- (este texto es generado por el Usuario)

Objetivo:
Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Etiam varius metus ac dolor commodo rhoncus eu ut lectus. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Cras aliquet nisi eget nisi tristique dignissim. Suspendisse fermentum dictum condimentum. Nulla egestas neque at metus elementum aliquam. Ut velit mauris, fermentum in lacinia ut, pulvinar eget urna. Vestibulum pulvinar sapien ut

Asignar estado: Evaluando

2 Nombre del Pedido

Objetivo:
Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Etiam varius metus ac dolor commodo rhoncus eu ut lectus. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Cras aliquet nisi eget nisi tristique dignissim. Suspendisse fermentum dictum condimentum. Nulla egestas neque at metus elementum aliquam. Ut

Asignar estado: Aceptado Ver su Proceso

Chat Desconectarse del Chat

Usuarios Conectados
Usuario1
Usuario2 Chat Privado
Usuario3

Chat con Usuario2

Usuario2: Cum sociis natoque penatibus et magnis dis
Admin: Cum sociis natoque penatibus et magnis dis

Ingresar texto...

Usuario2 Usuario1 Usuario3

Inicio Blog Preguntas Frecuentes Contacto

Twitter Facebook Creative Commons 2011 Programa laMinga

