

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

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

## Diseño de estrategia comunicacional dirigida a la integración social

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

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

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

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

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

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

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

## Una librería con cuerpo y alma: análisis del caso Hiperión

María Eugenia Alonso

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

dad que junto a otras dos propuestas comerciales en el rubro constituyen la totalidad de librerías de la provincia, dedicada a la venta indistinta de textos literarios y escolares funcionó hasta el año 2006 donde su propietaria decide separar los negocios y armar un espacio exclusivo para la venta de textos no escolares, dejando el negocio original para cumplir con esa finalidad.

Con finalidad de pensar una librería con cuerpo y alma se constituyó un grupo interdisciplinario de trabajo en el momento mismo del alquiler del nuevo local donde funcionaría la librería. Arquitectos, comunicadores y diseñadores trabajaron con la premisa de crear un espacio de inclusión donde el placer de la lectura se viera reflejado y la ruptura con la cotidianidad que éste placer implica tuviera correlato con la estructura y estética del lugar. Desde lo arquitectónico el desafío se planteaba en la estructura misma del predio, una antigua 'casa chorizo' donde las habitaciones se sucedían unas tras otras y a las que se ingresaba desde un extenso pasillo sin vidrieras, con tan solo 1,20 mts. de fachada. Desde el diseño y la comunicación se contaba con una excelente marca, muy bien posicionada pero excesivamente clásica para las pretensiones de modernidad del nuevo espacio, de líneas netas y colores altamente definidos, la mayor dificultad fue jugar con sus atributos para construir un espacio que sea atractivo para toda la gama de clientes que visitan la librería (niños, adolescentes, jóvenes, adultos, ancianos). Los límites eran claros y estaban perfectamente definidos, el alma de la librería serían los libros, el cuerpo un espacio diferente donde todos se sintieran protagonistas y donde ninguno fuera no tomado en cuenta dentro de su fisonomía. El trabajo en equipo, un diálogo constante y una filosofía común fueron los materiales con los que tomó forma la librería. Construir un círculo fue la primer gran decisión espacial, asumiendo al círculo como un espacio de inclusión con energía que se genera y se comparte por lo tanto fortalece. Se utilizaría al pasillo como el necesario espacio de transición entre el bullicio de la calle y la serenidad de la lectura, entre lo tumultuoso y lo privado, entre las voces y el silencio. La marca acompañaría este concepto 'tomando vuelo', desplegando su potencial, aportando movimiento y vida, con la sutileza necesaria como para no convertirse en protagonista del espacio sino en acompañante del mismo, en anclaje iconográfico del desarrollo espacial y protagonista secundario de la escena principal, la de los libros. Se decidió intervenir con los colores bordeaux y blanco y jugar con los tonos sobre tonos para aportar profundidad, sutileza y energía a la esfera. Sólo parcialmente cambia en el espacio dedicado a textos infantiles, donde los colores y sus significados sirven como ejes temáticos para ubicar la literatura infantil. Se trabajó con los colores: amarillo huevo (inteligencia) para los estantes de cuentos y de mensajes; naranja (equilibrio emocional, creatividad) para los estantes de actividades y de aventuras; turquesa (actitud positiva, equilibrio, sensibilidad) para los estantes de bebés y de valores; y verde (nobleza, salud, practicidad) para los estantes de naturaleza y de juegos. Los libros infantiles fueron categorizados por temática y no por edades, ordenando de abajo hacia arriba siguiendo esa variable, generando con ésta estructura matricial,

la idea de que aquello a lo que alcanza tu mano es lo que puedes leer y evitando la discriminación de niños con dificultades de aprendizaje o comprensión.

Un año después de haber iniciado la reforma, la librería se encuentra posicionada muy positivamente en el imaginario local, se realizan permanentemente campañas escolares que incluyen:

- Agenda plegable y horario en homenaje al año internacional de la desertificación (propuesto por la ONU) con motivos de especies animales y vegetales con propiedades especiales que se desarrollan en zonas desérticas
- Cajas de fósforo con palabras imantadas para que cada uno construya sus párrafos o frases, en homenaje al día del niño
- Señaladores y horario circulares, conmemorando los aniversarios científicos del 2007, que sirven como transportador

Otras propuestas:

- Prestalibros, registro de libros prestados. Se entregaba a clientes preferenciales
- Señalador especial día de la madre
- Señaladores especiales para feria del libro
- Separadores rectangulares con los libros presentados en la librería durante ese año (2006)
- Separadores redondos para la inauguración del nuevo local con los planos y el rediseño y para el año siguiente con las conmemoraciones artísticas del año (García Marquez, Frida Khalo, Homero Manzi y Hugo Díaz)
- Postales con el rediseño de la librería y con fotos del nuevo local
- Participación de los lectores en la fachada de la librería nueva
- Señaladores de origami para: San Valentín (corazones); día del padre (camisas), día del amigo (grulla); día del niño (ranas) y día de la madre (flor). Se trato de seguir con el concepto de trabajar en papel para papeles, un obsequio creativo y adicional al libro

Esta conferencia fue dictada por **María Eugenia Alonso** (Magyco Diseño y Comunicación - Argentina) el miércoles 30 de julio en el Tercer Encuentro Latinoamericano de Diseño 2008. Facultad de Diseño y Comunicación, Universidad de Palermo, Buenos Aires, Argentina.

## Pinceles de luz, pintando en el aire

Felipe Álvarez

La fotografía es la técnica de grabar imágenes fijas sobre una superficie de material sensible a la luz basándose en el principio de la cámara oscura, en la cual se consigue proyectar una imagen captada por un pequeño agujero (estenopo) sobre una superficie, de tal forma que el tamaño de la imagen queda reducido y aumenta su nitidez. La raíz de la palabra Fotografía proviene del griego *phos* que significa luz (fotones), "Fotografía es tanto el pro-