

A . V . A . D . E . I

Asistencia Virtual de Amoblamiento y Decoración en espacios Interiores



A . V . A . D . E . I

Asistencia Virtual de Amoblamiento y Decoración en Espacios Interiores

Claudia Viveros Gomez
Herney Villota Minda



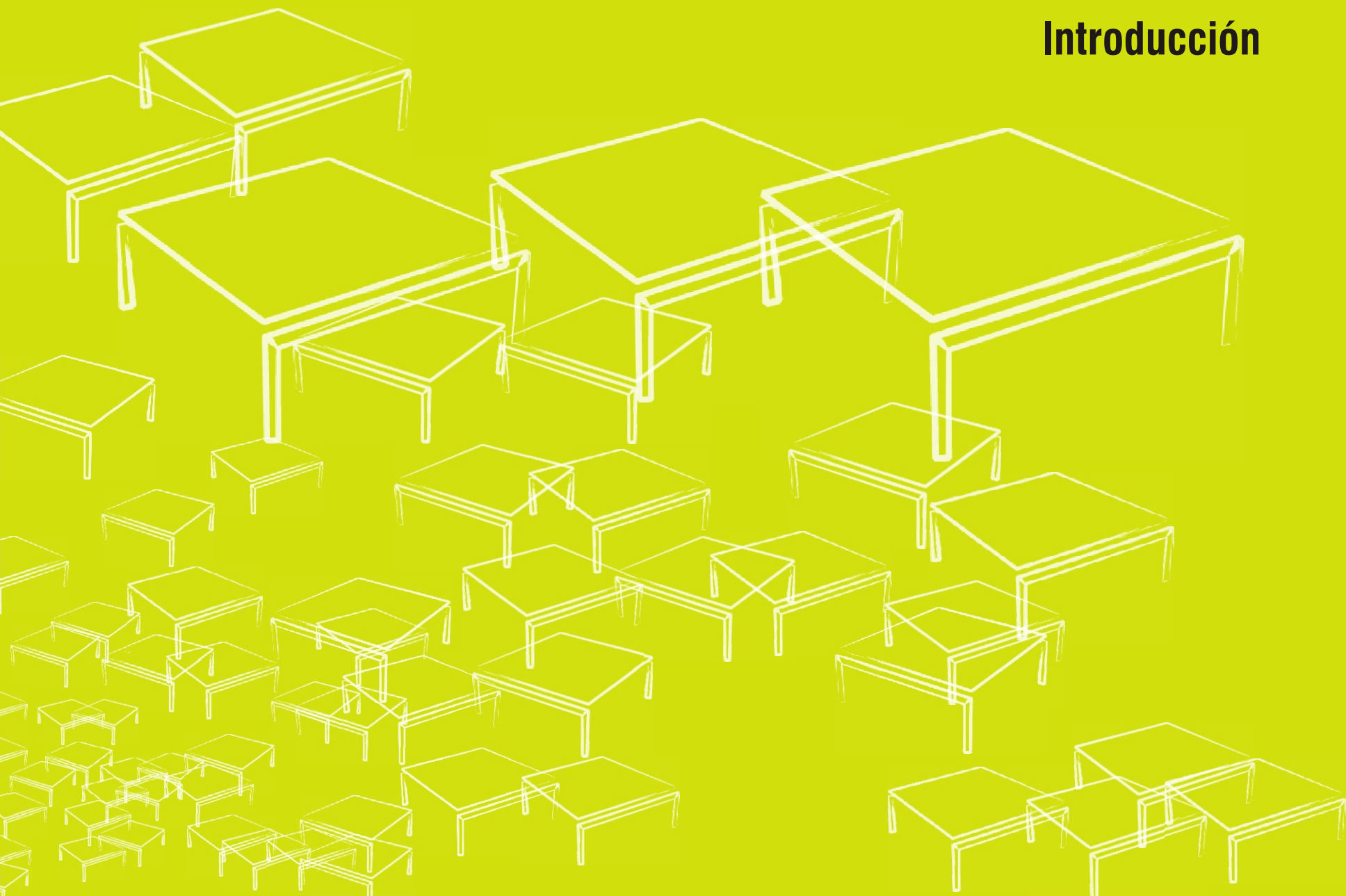
Universidad de **Nariño**

Universidad de **Nariño**
Facultad de **Artes**
Departamento de **Diseño**
San Juan de **Pasto**

Tabla de Contenido

Introducción	
Justificación	7
Hipótesis	7
Objetivo General	8
Objetivos Específicos	8
Proceso de Investigación	9
Planteamiento	10
Metodología	11
Marco Teórico	12
Marco Referencial	15
Proceso Gráfico	19
Retícula	20
Logosímbolo	21
Tipografía	22
Color	23
El Significado de los Colores en la Multimedia	24
Empaque	25
Presentación CD	26
Proceso Multimedial	27
Story Board	28
Mapa Mental	30
Interface Gráfica	32
Recursos Técnicos	34
Costos	35
Estrategia de Comercialización	36
Referentes	37
Bibliografía	40
Conclusiones	42

Introducción



El ser humano involucrado en su medio ambiente y condicionado por este, tiene que satisfacer una serie de necesidades que el mismo le plantea, sean estas materiales o inmateriales (espirituales). En función de este propósito se encuentra el Diseño, para responder a dichas necesidades.

Cuando se habla de aspectos relacionados con la creación, donde el diseño es un proceso mental, con pasos imprescindibles como los de reconocer una carencia o una necesidad, y de imaginar, discernir y proyectar una solución a estas; el diseñador identifica el problema, y donde en el proceso creativo, el objeto proyectual es solo una parte de la meta última. El propósito de hacer alguna cosa que cumpla un oficio, de darle forma a una función determinada, es el real objetivo: "El diseño, como se cree generalmente, no es el objeto creado en sí, sino el proceso mental a través del cual se llega a él."¹

El campo operativo del diseño es muy amplio, ya que existe una solución para cada necesidad, o por lo menos así nos gustaría creerlo, y cada área de nuestro entorno nos plantea una de ellas. El campo de acción que abordaremos es el de la comunicación, ya que nuestra función específica, la del diseñador gráfico o industrial, es comunicar.²

Con este propósito, y de la manera mas objetiva, la utilización de los medios digitales, como lenguaje y herramientas de apoyo en la convergencia de las ideas y las soluciones en la relación objeto-sujeto de diseño, han permitido enfocar, precisar y dilucidar un plan de interacción en el proceso de comunicación entre el Diseñador y el Usuario final. En este caso, el diseñador facilita al interlocutor un objeto que "decodifica" el texto eminentemente técnico o erudito que implica su proceso creativo, y que lo transcribe a niveles de fácil acceso, casi profano.


1. Guillermo Gonzales Ruiz, Estudio de diseño sobre la construcción de las ideas y su aplicación a la realidad.

2. Joan costa, Diseño, comunicación y cultura

En el desarrollo de la pieza multimedia, se busca ofrecer una visión mas amplia, que permita la elección de amoblamiento así como la decoración de un espacio, además de clarificar los conceptos de diseño y comunicación con elementos, ideas, y sobre todo el manejo de herramientas de sistemas (programas graficadores) y su aplicación en uno o mas objetos, para que los posibles usuarios vean sus ideas reflejadas en un espacio muy semejante a la realidad.

El presente trabajo toma varias líneas de pensamiento, para hacerlas confluir en una problemática única: el objeto digital, sus características y sus diferencias. Donde se aborda la **noción de diseño** (Maldonado, 1999) y la **noción de objeto** (Baudrillard, 1997), dentro de los aspectos conceptuales de la investigación. También se ha sustentado en la **problemática del diseño de interfaces** (Bonsiepe, 1998) y la idea de virtualidad (Lévy, 1999 / Quéau, 1995), en lo referente al tema propio de los medios digitales, como herramientas no sólo de diseño sino también de comunicación.³

3. Aicher, Olt, El mundo como proyecto.



Justificación

La pieza multimedial desarrollada, es un producto novedoso, que presenta una asesoría completa en busca del desarrollo y optimización de espacios de habitación, haciendo de estos más confortables y bellos posible. Se trata del despliegue de todas las posibilidades que un sistema permita, unidas al proceso de diseño de ambientes, microclima, mobiliario, y la interacción de todos, para ofrecerlos, de manera integral, como una herramienta que facilite la toma de decisiones tanto para el usuario, sea este el decorador o el cliente final del producto.


Hipótesis

Creemos que la pieza multimedial servirá de apoyo para la venta de mobiliario en las diferentes empresas de San Juan de Pasto. Además de servir como muestra o parte de la campaña publicitaria que se maneje dentro de las empresas que comercialicen muebles.

Objetivo General

- Desarrollar una herramienta de ayuda y soporte de decoración, que permita aproximarse a la visualización de los espacios reales de un hábitat.

Objetivos Específicos

- Desarrollar un paquete de asesoría virtual e integral en la venta de mobiliario.
 - Recrear de forma virtual, algunos de los espacios de una vivienda.
 - Presentar propuestas de diseño para la decoración de interiores.
- 

Proceso de Investigación



Planteamiento

En San Juan de Pasto, en el transcurrir del siglo XX, especialmente en sus comienzos y mediados, los empresarios de la madera representaron un papel muy importante en el desarrollo de la Ciudad, constituyéndose en fuente generadora de trabajo para sus habitantes, y por consiguiente de riqueza, así como importante impulso de una expresión artísticas, propia del lugar.

Por otra parte, y hasta nuestros días, los muebles producidos en serie para el hogar o la oficina, así como los sistemas de almacenaje (anaqueles, estanterías, armarios, closets), y las puertas, ventanas, además de los elementos estructurales manufacturados en otras localidades, han contribuido a que los productos ofrecidos al usuario final, y sus estrategias de mercadeo, exhibición y venta, y hasta los mismos almacenes sean más competitivos con las cadenas que comercian este mobiliario.

Cabe resaltar que entre algunos de los problemas que se observan en la venta de mobiliario de nuestra localidad para alcanzar mayores niveles de eficacia y rentabilidad, y por supuesto de competitividad, existen algunas fallas, sobre todo de carácter estratégico, que son de gran interés para el Diseñador: la deficiente comercialización de los productos (también llamado “pre-venta” en algunos procesos de mercadeo).

Pensando en ello, y como un medio mucho más eficaz de promocionar y vender los productos de nuestros empresarios del mueble de madera, se ha optado, a través del desarrollo de este software, en el que se toma una pieza multimedial donde se busca que los productos ofrecidos en sus almacenes sean exhibidos por medio de un paquete de formato CD, que permitiría navegar en espacios y ambientes predeterminados, y que sirva este de ayuda para que el usuario final (cliente o comprador) pueda elegir un grupo específico de muebles para adquirir. Creemos que este paquete se convierta en una invaluable herramienta de ayuda para los almacenes de venta de mobiliario, a quienes va dirigido de manera directa este producto.

Metodología

El proyecto se divide en cuatro fases: recopilación, procesamiento de datos, concertación y elaboración de la propuesta y diagramación final.

Recopilación, se realiza la recolección de datos de las diferentes empresas de muebles en la ciudad de pasto para que sean tomadas como referencia para la elaboración de la pieza teniendo en cuenta las necesidades de cada una.

Procesamiento de datos, de acuerdo con la información obtenida, se realiza una clasificación de los diferentes ítems (estilos, materiales, etc.) y así se optimizan los diferentes recursos para la pieza multimedial.

Concertación y elaboración de la propuesta, se toman todos los elementos necesarios y así elaborar los primeros bocetos para más tarde ser utilizados como referentes en la diagramación.

Diagramación, utilizando y optimizando los recursos a nuestro alcance, presentar una propuesta o ejemplo de la multimedia.

Marco teorico

El acto de diseñar no está librado al azar, ni a gusto del diseñador, sino que se rige por un sistema ordenado de acciones, en el cual dado el problema daremos una solución posible, cambiando la perspectiva de mirarlo. Esa solución tendrá una forma (significante) y una función (significado). De ello podemos deducir que el diseño es el arte de la resignificación permanente.⁴

Según Joan Costa, nos habla de la comunicación y su relación con el diseño; de cómo el objeto creado es el medio de comunicación más eficiente así:

"La comunicación no constituye una parte de la psicología, sino el principio mismo que rige las relaciones entre el hombre y el mundo, entre el individuo y la sociedad, determinando la fenomenología del comportamiento humano".⁵

La comunicación es el área que le da razón de ser al diseño y representa el origen y objetivo de todo trabajo. Cabe resaltar dos características en cuanto a la comunicación: Una, la capacidad potencial de las comunicaciones visuales como formas de transferencias de mensajes y comunicados y otra la importancia de la comunicación visual en cuanto a objeto de orientación, conocimiento y desarrollo humano, en nuestro caso, el lenguaje visual, comunicamos un significado por medio de símbolos visuales o audiovisuales.

El lenguaje visual, tiene un campo de acción enorme haciéndose casi universal, ya que ignora los límites del idioma, del vocabulario y de la gramática. La interpretación de un mensaje comprende dos niveles: El nivel semántico, denotado (lo que quiere decir) y el nivel sintáctico, connotado (como seduce estéticamente al decirlo).

4. Bonsiepe, G (ed.): 1999, Del objeto a la interfase.

5. Joan costa, Diseño, comunicación y cultura

Para las personas de hoy, sometidas constantemente a la presión y al estrés cotidiano que conlleva la vida moderna y el mundo del trabajo, un hogar debe constituir un refugio lleno de calma, donde el sosiego, el reposo, la tranquilidad y el sentirse a gusto le sirvan a uno para desconectar y encontrarse consigo mismo. Pero para que esto sea posible, es necesario que sus estancias se acompañen con aquello que los realce, les dé personalidad y atractivo y, en fin, que contengan aquellos elementos que hagan que las personas que lo habiten se vean reflejadas en ellos y se encuentren en el mejor de los ambientes.

A todo ello contribuye de manera eficaz y decisiva la decoración. Así como una obra maestra de arquitectura mal decorada, carecerá de atractivo, será un fiasco. Por el contrario, una vivienda discreta pero con una decoración acertada puede tener un gran atractivo y vivir en ella resultar perfectamente agradable.⁶

La calidad de una buena comunicación y de una buena pieza de diseño, son de una gran importancia dentro del mercado donde actúa la empresa, ya que este mensaje identificará a la institución y la diferenciará de la competencia.

Observando el incremento en las ventas e importación de maquinaria con algún grado de sofisticación para la fabricación de muebles en Colombia, se afirma el interés de algunos empresarios por tener cada día industrias más eficientes, con mayor capacidad de producción y calidad para atender los mercados. De allí y del volumen de ventas podemos afirmar que Colombia tiene realmente un buen mercado de muebles, pues la producción nacional atiende eficientemente la demanda interna y cada día son más las empresas que los exportan.

El comportamiento de las exportaciones de muebles es creciente sobre todo en los segmentos de Muebles Listos para Ensamblar (RTA) que utilizan como materia prima los tableros aglomerados, muebles de plástico y muebles metálicos, que son los que en Colombia se pueden fabricar masivamente, gracias a que existe un aseguramiento de materia prima.⁷

6. Decoración Interior

7. Proexport. Artículo: Muebles Colombianos al Mundo.

De otro lado, están los muebles que utilizan madera maciza de diferentes especies y a los que eventualmente se integran fibras y productos tropicales que les otorgan un alto valor agregado por sus formas, estilos, mano de obra y diseño que, aunque comienzan a enfrentar un grave problema de proveeduría de materias prima, también han presentado un incremento sustancial en las exportaciones.

Otro es el caso de la importación de muebles que sólo es atractiva cuando se hace en volúmenes pues, en Colombia, el 95 por ciento de los almacenes que venden muebles pertenecen a los mismos fabricantes quienes no están muy interesados en ofrecer productos importados, a menos que sean más económicos que aquellos que pueden fabricar.

En general, se destaca en este ámbito la notable y exitosa gestión internacional de algunos empresarios del mueble y del portal www.mueblesdecolombia.com, que han logrado que muchos países se fijen en Colombia como proveedor de muebles lo que, sumado a lo ya dicho, deja ver un buen panorama para los muebles nacionales, que tiende a mejorar.⁸

⁸. Documento: Madera y Muebles de Madera. Estudio de la Cadena Productiva.



Marco Referencial

AMOBLIAMIENTO:

Conjunto de muebles y/o instalaciones de una casa, oficina, local, (en general de un recinto abierto o cerrado) que facilitan el uso o función del mismo aplicable al hogar, el vecindario, o la ciudad como son sillas, mogadores, bancos, papeleras, marquesinas, etc.

DISEÑO INTERIOR:

Es la disciplina proyectual involucrada en el proceso de formar la experiencia del espacio interior, con la manipulación del volumen espacial así como el tratamiento superficial.

No debe ser confundido con la decoración interior, el diseño interior indaga en aspectos de la psicología ambiental, la arquitectura, y del diseño de producto, además de la decoración tradicional. Un diseñador interior o de interiores, es un profesional calificado dentro del campo del diseño interior o quién diseña interiores de oficio como parte de su trabajo.

El diseño interior es una práctica creativa que analiza la información programática, establece una dirección conceptual, refina la dirección del diseño, y elabora documentos gráficos de comunicación y de construcción.

DISEÑO INDUSTRIAL

“El diseño consiste en el esfuerzo de lograr la convergencia entre la satisfacción del cliente y el beneficio de la empresa; entran en juego de manera innovadora los cinco componentes principales del diseño: Prestación, calidad, duración, aspecto y costos. El campo del diseño no se limita a los productos; comprende también los sistemas que determina la imagen pública de la empresa (grafica, embalaje, publicidad, arquitectura, organización de la empresa, de las fábricas y de los puntos de venta).”⁹

⁹. Alfred Kotler and Alexander Roth, “Designer: a powerful but neglected strategic tool.” 1989.

MULTIMEDIA

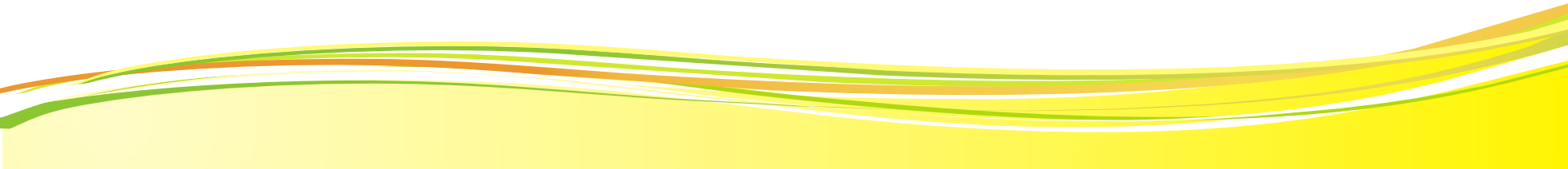
Multimedia, en informática, forma de presentar información que emplea una combinación de texto, sonido, imágenes, animación y vídeo. Entre las aplicaciones informáticas multimedia más corrientes figuran juegos, programas de aprendizaje y material de referencia como la presente enciclopedia. La mayoría de las aplicaciones multimedia incluyen asociaciones predefinidas conocidas como hipervínculos, que permiten a los usuarios moverse por la información de modo más intuitivo e interactivo.

Los productos multimedia, bien planteados, permiten que una misma información se presente de múltiples maneras, utilizando cadenas de asociaciones de ideas similares a las que emplea la mente humana. La conectividad que proporcionan los hipertextos hace que los programas multimedia no sean meras presentaciones estáticas con imágenes y sonido, sino una experiencia interactiva infinitamente variada e informativa.

Las aplicaciones multimedia son programas informáticos, que suelen estar almacenados en discos compactos (CD-ROM o DVD). También pueden residir en World Wide Web (páginas de Web). La vinculación de información mediante hipervínculos se consigue utilizando programas o lenguajes informáticos especiales. El lenguaje informático empleado para crear páginas de Web se llama HTML (siglas en inglés de HyperText Markup Language).

Las aplicaciones multimedia suelen necesitar más memoria y capacidad de proceso que la misma información representada exclusivamente en forma de texto. Por ejemplo, una computadora que ejecute aplicaciones multimedia tiene que tener una CPU rápida (es el elemento electrónico del ordenador que proporciona capacidad de cálculo y control).

Un ordenador multimedia (se llama así al que tiene capacidad para ejecutar aplicaciones multimedia) necesita memoria adicional para ayudar a la CPU a efectuar cálculos y permitir la representación de imágenes complejas en la pantalla, tarjetas de sonido y vídeo avanzadas, altavoces y otros tipos de hardware y software que faciliten la ejecución de audio, vídeo y animaciones. El ordenador también necesita un disco duro de alta capacidad para almacenar y recuperar información multimedia, así como una unidad de disco compacto para ejecutar aplicaciones almacenadas en CD-ROM o en DVD.



MOBILIARIO:

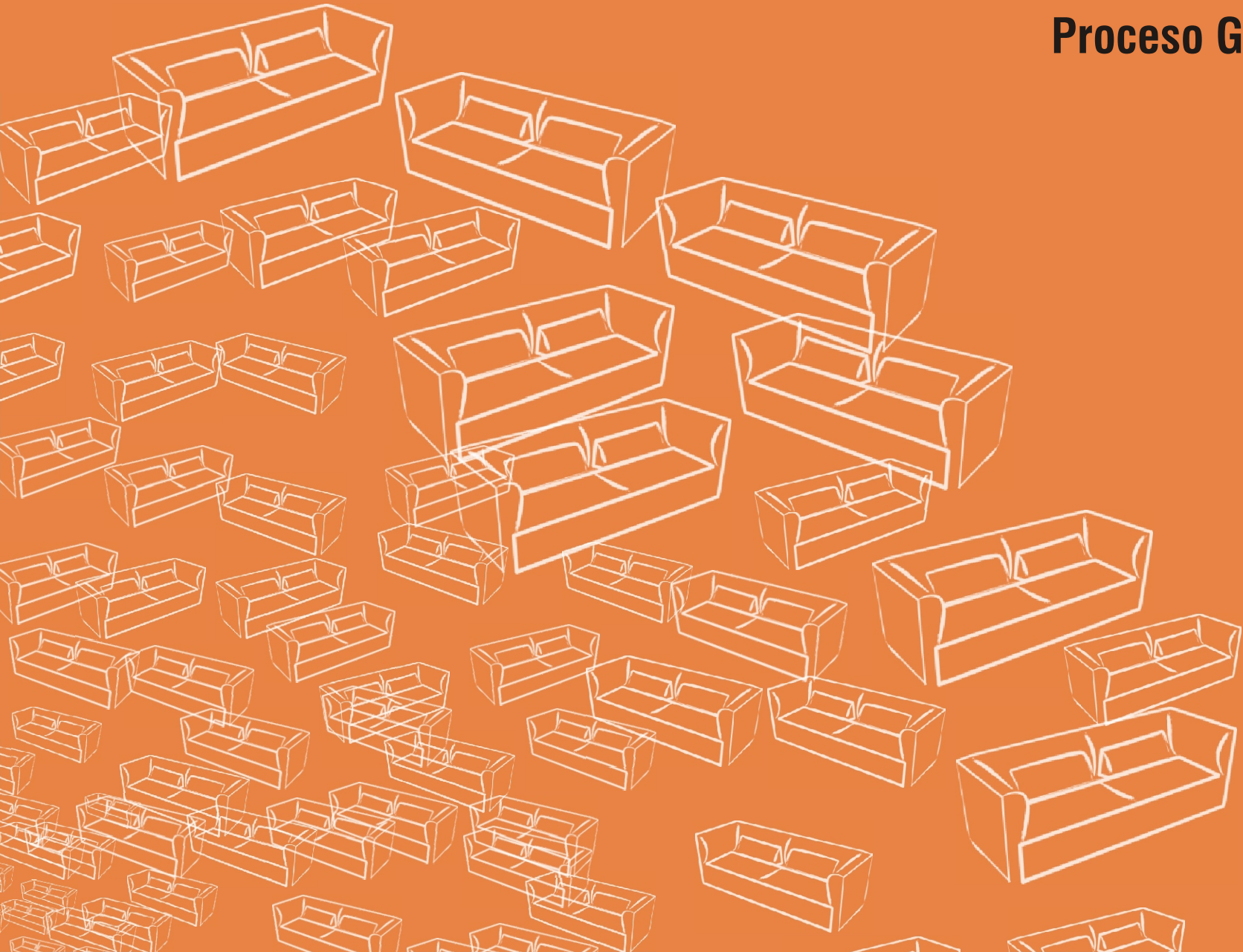
Es el conjunto de muebles de una casa; son objetos que sirven para facilitar los usos y actividades habituales, en casas, oficinas y otro tipo de locales. Normalmente el término alude a los objetos que facilita las actividades humanas comunes, tales como dormir, comer, cocinar, descansar, etc., mediante mesas, sillas, estanterías, muebles de cocina, etc. El término excluye objetos como PCs, teléfonos, electrodomésticos, o pequeños objetos fácilmente desplazables.

Existen varios tipos de mobiliario, como los muebles que poseen una superficie horizontal separada del suelo, como sillas y camas, mesas, o bien, muebles para el almacenaje o archivado de libros, revistas, ropa, etc. El mobiliario urbano o equipamiento urbano es el conjunto de bancos, marquesinas, papeleras, etc. instalado por los ayuntamientos para uso del vecindario.

El mobiliario puede ser el producto del diseño o considerado una forma de arte decorativo. En adición al rol funcional del mobiliario, puede servir a un propósito simbólico o religioso. El mobiliario doméstico, crea en conjunción con otros objetos como lámparas o relojes, espacios interiores convenientes, confortables y funcionales.

El mobiliario puede ser artesanal o industrial, y por su gran carga ornamental han contribuido como objetos en la historia del arte decorativo, sobre todo en la era pre-industrial.

Proceso Grafico



Retícula

La retícula son una serie de guías que nos darán los tamaños de las columnas para el texto, gráficos e imágenes que tengamos que componer.

La primera aproximación que debemos hacer para poder plantear una retícula es conocer el contenido, jerarquías y objetivos del documento.

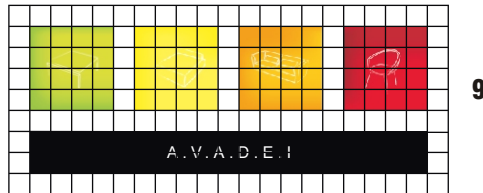
Debemos conocer con claridad que debe comunicar el documento, la temática del mismo (si es opinión, si es una receta, si es un informe técnico...).

Si nuestra pieza multimedia puede albergar diferentes tipos de documentos deberemos diseñar tantas retículas como tipos de documentos. No hay otra vía. No se puede pensar en un diseño "para todo" ya que perderemos legibilidad y comprensión por parte de los usuarios.

La retícula de la pieza multimedia esta compuesta de la siguiente forma: 21 cuadros en la parte superior y 9 cuadros en la parte lateral.

De tal forma el logotipo se organizo con cinco formas; cuatro de ellas son de forma cuadrada, vertical y simétricas, una de forma rectangular en la parte inferior de los anteriores anunciados.

21

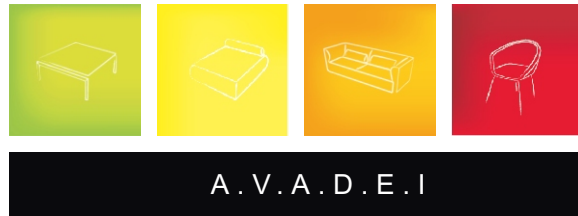


Primer boceto del logotipo



Logotipo definido





Logosimbolo

El nombre AVADEI es de la sigla de Asistencia Virtual de Amoblamiento y Decoración en Espacios Interiores , optamos por esta sigla para hacer que el nombre sea fácil de recordarlo y perdure en la memoria del usuario

Para no saturar el diseño ya que el logosimbolo representa las cinco iniciales de la pieza multimedial y estas son reafirmadas de forma legible por un color blanco.

SUSTENTACIÓN

A: Asistencia
 V: Virtual
 A: Amoblamiento
 D: Decoración
 E: Espacios
 I: Interiores

En la parte superior esta formada por cuatro cuadrados de forma vertical que cada uno de ellos lleva una imagen que representa un producto significativo de un hogar como lo son una mesa, una cama, un mueble de sala y una silla. con trazos de forma simplificada a mano alzada de un color blanco para llevar un buen contraste con lo colores del fondo, en la parte inferior un rectángulo de color negro, para reafirmar de forma legible latipografía utilizada de color blanco para generar contraste.

Tipografía

La tipografía usada para el texto de AVADEI en el logotipo se llama Swis721 cnBT de la familia de SansSerif se escogió este tipo de tipografía por ser de apariencia legible para la vista del usuario

Existen cinco elementos puntuales que sirven para clasificar e identificar a las diferentes las familias tipográficas:

- La presencia o ausencia del serif o remate.
- La forma del serif.
- La relación curva o recta entre bastones y serifs.
- La uniformidad o variabilidad del grosor del trazo.
- La dirección del eje de engrosamiento.

De acuerdo con esto podemos hacer un análisis y reconocer a los dos grandes grupos fundamentales:

Tipografías con serif: Los tipos de caracteres, pueden incluir adornos en sus extremos o no, estos adornos en sus terminaciones, se denominan serif o serifas.

Tipografías sans serif o de palo seco: Es la tipografía que no contiene estos adornos, comúnmente llamada sanserif o (sin serifas), éstas no tienen serif y actualmente se utilizan en muchos tipos de publicaciones de texto impreso



Swis721cn BT

Abcdefghijklm
 ññoqrstuvwxyz
 ABCDEFGHIJK
 LMNÑOPQRST
 UVWXYZ
 1234567890
 Çi!¿?P!s%@

Color

SELECCIÓN CROMÁTICA:

Pantone: 381c
C: 19 M: 4 Y: 91 K: 0
R: 190 G:211 B: 47

Pantone: 108c
C: 4 M: 4 Y: 93 K: 0
R: 242 G:232 B: 0

Pantone: 1505c
C: 39 M:81 Y: 81 K: 0
R: 234 G:155 B: 71

Pantone: 485c
C: 18 M:98 Y: 93 K: 0
R: 182 G:46 B: 44



El color es una parte del espectro lumínico, y, al fin, es energía vibratoria.

Esta energía afecta de diferente forma al ser humano, dependiendo de su longitud de onda (del color en concreto) produciendo diferentes sensaciones de las que normalmente no somos conscientes

Pero la gente que trabaja en agencias de marketing y publicidad, los asesores de imagen de empresa, los diseñadores industriales y de moda, etc., son bien conscientes de ello, y utilizan los colores para asociarlos coherentemente al tipo de producto que quieren hacer llegar.

La cosa, como no podría ser de otra forma, funciona. Desde hace años se han hecho todo tipo de pruebas para analizar las sensaciones que sugieren los colores y hay bastante bibliografía al respecto.

¿Y qué es una pieza multimedial si no un escaparate personal, de empresa, de comunidad, etc.? Además de muchas otras funciones que cada sitio pueda tener, ante todo intenta comunicar y lo hace con palabras, con imágenes y, en primera instancia, con colores.

Cuando un pieza multimedial está diseñado por profesionales con sólidos conocimientos de diseño gráfico, normalmente las pautas seguidas con los colores no son aleatorias.

Los fondos que se manejan en la presentación tiene una coherencia formal donde hay poca saturación en el espacio para una buena superficie blanca.

Diseñando una pieza multimedial armónica y limpia donde los botones utilizan colores calidos que gustan mucho con la presentación.



El significado de los colores En la multimedia

BLANCO:

En publicidad, al blanco se le asocia con la frescura y la limpieza porque es el color de nieve. En la promoción de productos de alta tecnología, el blanco puede utilizarse para comunicar simplicidad.

NEGRO:

En una pieza multimedial puede dar imagen de elegancia, y aumenta la sensación de profundidad y perspectiva. Sin embargo, no es recomendable utilizarlo como fondo ya que disminuye la legibilidad.

VERDE:

Es el color más relajante para el ojo humano y puede ayudar a mejorar la vista.

AMARILLO:

Por su eficacia para atraer la atención, es muy útil para destacar los aspectos más importantes de una pieza multimedial.

NARANJA:

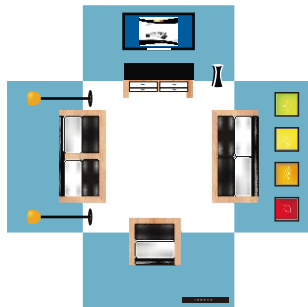
El color naranja tiene una visibilidad muy alta, por lo que es muy útil para captar atención y subrayar los aspectos más destacables de una pieza multimedial.

ROJO:

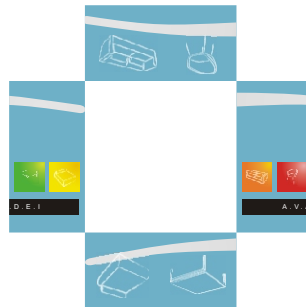
Trae el texto o las imágenes con este color a primer plano resaltándolas sobre el resto de colores. Es muy recomendable para encaminar a las personas a tomar decisiones rápidas durante su estancia en una pieza multimedial.

Empaque

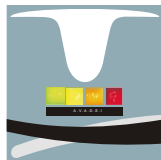
Superior



Anterior



Superior



Anterior


Estudio de Diseño:

Herney Villota Claudia Viveros G.

Diseño:

Herney Villota M. Claudia Viveros G.

Ilustración:

Herney Villota M. Claudia Viveros G.

Texto:

Swis721 Cn BT

Medios Informáticos:

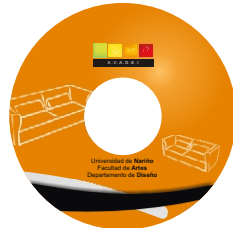
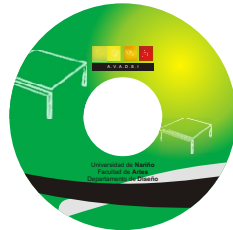
Illustrator, Photoshop, CorelDRAW 12

Papel:

Opalina Gramaje 90%

Proceso de Impresión:

Cuatricromía



Presentación cd

Estudio de Diseño:

Herney Villota Claudia Viveros G.

Diseño:

Herney Villota M. Claudia Viveros G.

Ilustración:

Herney Villota M. Claudia Viveros G.

Texto:

Swis721 Cn BT

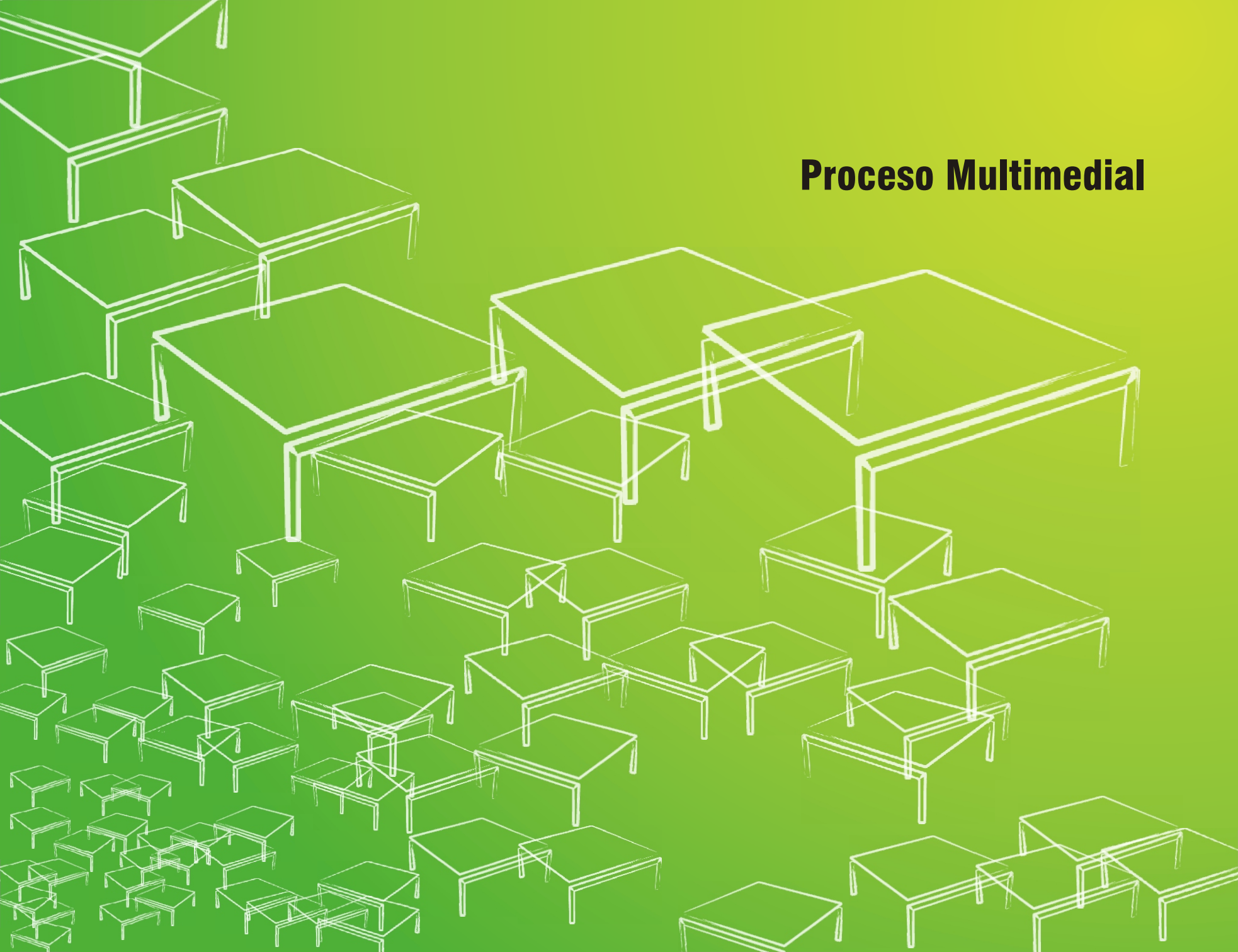
Medios Informáticos:

Illustrator, Photoshop, CorelDRAW 12

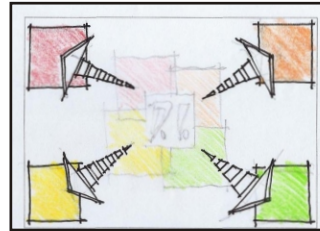
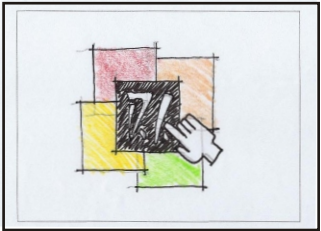
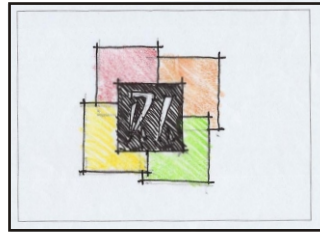
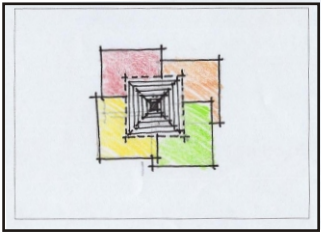
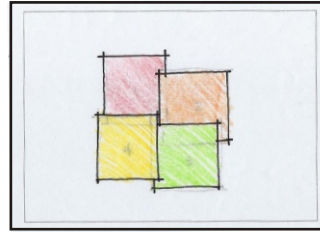
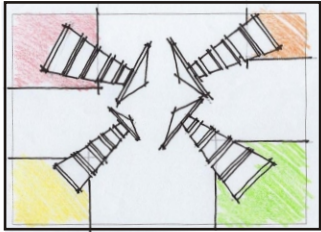
Proceso de Impresión:

Cuatricromia

Proceso Multimedial



Story Board

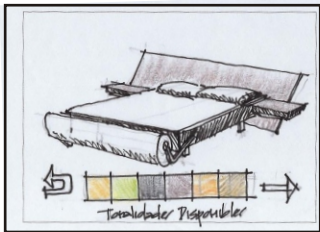
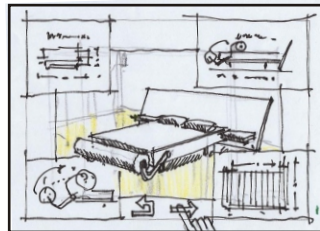
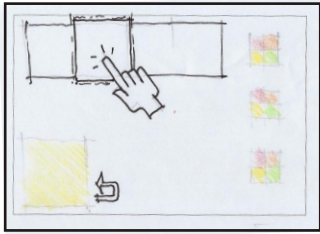
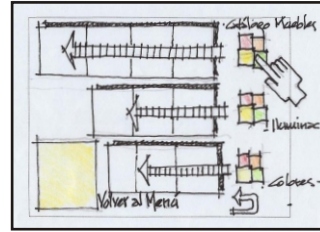
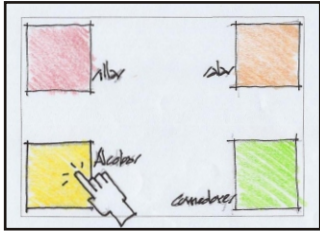


Los Storyboards son ilustraciones mostradas en secuencia con el objetivo de servir de guía para entender una historia, previsualizar una animación o seguir la estructura de una película antes de realizarse o filmarse.

Un storyboard es esencialmente una serie grande de viñetas de la película o alguna sección de la película producida de antemano para ayudar a los directores y los cineastas a visualizar las escenas y encontrar problemas potenciales antes de que éstos ocurran. Los storyboards incluyen instrucciones o apuntes necesarios que servirán al equipo de trabajo para que éste se desarrolle dentro de un plan pre establecido. Gracias a este elemento, el director puede desglosar y segmentar su filmación sin seguir estrictamente el orden lógico de la trama.

El proceso de storyboarding, en la forma que se conoce hoy, fue desarrollado en el estudio de Walt Disney durante principios de los años 1930, después de varios años de procesos similares que fueron empleados en Disney y otros estudios de animación. El Storyboarding se hizo popular en la producción de películas de acción viva durante principios de los años 1940.

En la creación de una película con cualquier grado de fidelidad a una escritura, un storyboard proporciona una disposición visual de acontecimientos tal como deben ser vistos por el objetivo de la cámara. En el proceso de storyboarding, los detalles más técnicos complicados en el trabajo de una película pueden ser descritos de manera eficiente en el cuadro (la imagen), o en la anotación al pie del mismo.



La elaboración de un storyboard está en función directamente proporcional con el uso: en publicidad a menudo es mucho más general para que el director y el productor aporten con su talento y enriquezcan la filmación, mientras que en cine es mucho más técnico y elaborado para que sirva de guía a cada miembro del equipo de trabajo.

También podemos encontrar storyboards llenos de color o en blanco y negro, lleno de detalles o simplemente trazos que esbozan una idea de figuras.

Mapa Mental

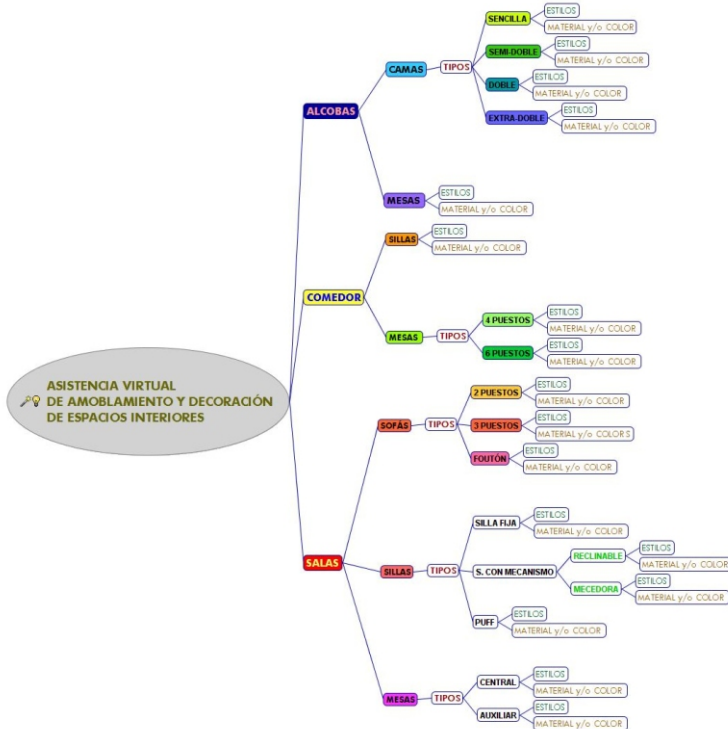
El Mapa Mental es una herramienta que permite la memorización, organización y representación de la información con el propósito de facilitar los procesos de aprendizaje, administración y planeación organizacional así como la toma de decisiones.

Usos

Notas: El Mapa Mental ayuda a organizar la información tan pronto como ésta se inicia en una forma que es fácil para el cerebro asimilarla y recordarla. Con un Mapa Mental es posible tomar notas de libros, conferencias, encuentros, entrevistas y conversaciones telefónicas.

Memoria: Dado que el Mapa Mental representa y organiza las ideas tan pronto como fueron apareciendo espontáneamente, es fácil recordarlas cuando recurrimos al Mapa Mental sólo con mirar los iconos o las palabras clave.

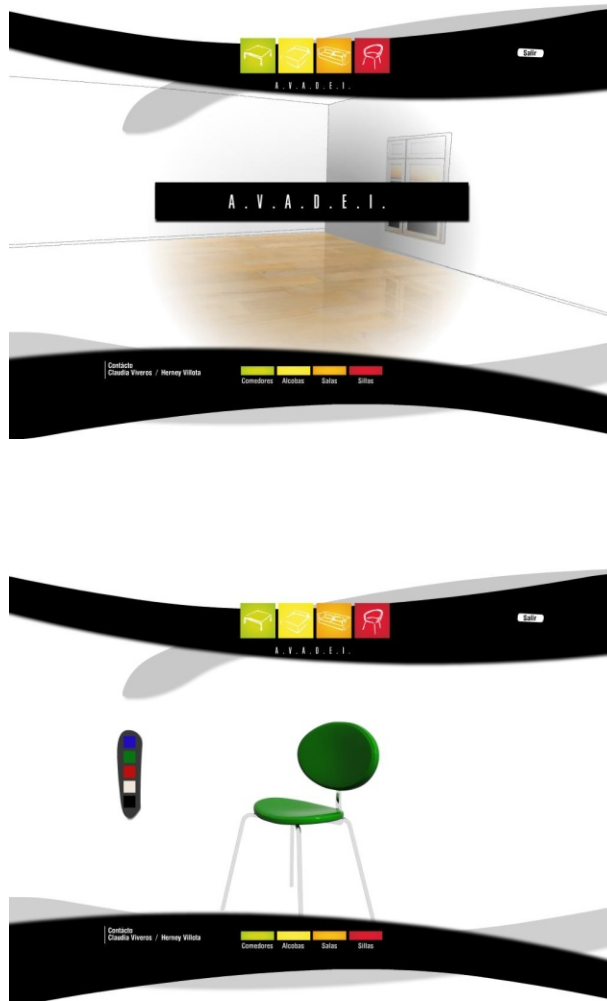
Desarrollo de la Creatividad: Debido a que los Mapas Mentales no poseen la estructura lineal de la escritura, las ideas fluyen más rápido y se relacionan más libremente desarrollando nuestra capacidad de relacionarlas de maneras novedosa.



Resolución de Problemas: Cuando enfrentamos un problema personal o laboral el Mapa Mental nos permite identificar cada uno de sus aspectos y cómo éstos se relacionan entre sí. El Mapa nos muestra diferentes maneras ubicar la situación problema y las tentativas de solución.

Planeación: Cuando se planea una actividad ya sea personal o laboral el Mapa Mental nos ayuda a organizar la información relevante y a ubicar las necesidades que debemos satisfacer así como los recursos con que contamos. Con el Mapa Mental se puede planear desde la estructura de un libro, una tesis, un programa de ventas, la agenda del día y hasta las vacaciones.

Exposición de temas: Cuando se debe presentar un tema el Mapa Mental puede ser utilizado como guía en la exposición. Su uso es altamente favorable ya que le permite al expositor tener la perspectiva completa de su tema de manera organizada y coherente en una sola hoja.



Interface Gráfica

Cuando se usa una herramienta, o accede e interactúa con un sistema, suele haber “algo” entre uno mismo y el objeto de la interacción.

En un auto, ese “algo” son los pedales y el tablero. En una puerta, es el picaporte. En una computadora (atención, que no me refiero a un producto informático sino a una computadora), el teclado, el monitor, el mouse, y otros periféricos.

Este “algo” nos informa qué acciones son posibles, el estado actual del objeto y los cambios producidos, y nos permite actuar con o sobre el sistema o la herramienta.

Ese “algo”, que es a la vez un límite y un espacio común entre ambas partes, es la interfaz.

En el caso de productos informáticos, la interfaz no es sólo el programa o lo que se ve en la pantalla. Desde el momento que el usuario abre la caja, comienza a interactuar con el producto y por lo tanto, comienza su experiencia.

A veces, tenemos que tener en cuenta elementos que en sentido estricto, no pertenecen a nuestro producto, por ejemplo, la configuración previa a la instalación. Tengan en cuenta, que aunque esto sea estrictamente cierto, para el usuario no es importante.



El concepto manejado en la ilustración son trazos a mano alzada que representan un espacio de una habitación, dando una dimensión en este entorno.

Insertando componentes visuales en movimiento para atraer la atención del usuario, pues se cree que éste mantiene la atención sólo durante breves espacios de tiempo (lo que en muchos casos puede ser cierto)

Efectos Utilizados

Mascaras

Sombras

Animascimación Cuadro a Cuadro

Animascimación por Movimiento

Animascimación por Forma (cambio de colores)

Menús Desplejables (moviclip)

Botón de Salida (películas)

Recursos Técnicos

Computador
Scanner
Cámara Digital

Software

Adobe Illustrator
Adobe Photoshop
Adobe Audition
Adobe Flash
Adobe Reader
Acción Script
Corel Draw 12
3D max 9

Costos

Personal

NOMBRE DE RESPONSABLE	COSTO MENSUAL	NUMERO DE MESES	TOTAL
Herney Villota M.	\$450.000	3	\$1.350.000
Claudia Viveros	\$450.000	3	\$1.350.000
TOTAL			\$2.700.000

Fotocopias, Papelería y Útiles de Trabajo

DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO	CANTIDAD	TOTAL
Tinta de cartucho impresión (color)	\$90.000	2	\$180.000
Tinta de cartucho impresión (negro)	\$90.000	2	\$180.000
Resma de Papel	\$15.000	1	\$15.000
TOTAL			\$375.000

Equipos

DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO	CANTIDAD	TOTAL
Cámara digital	\$900000	1	\$900000
Computador portátil	\$1700000	1	\$1700000
Alquiler de video cámara	\$100000	1	\$100000
TOTAL			\$2700000

Estrategia de Comercialización

Producto

La Pieza multimedial desarrollada, se denomina A.V.A.D.E.I. Que significa Asesoría Virtual en Amoblamiento y Decoración en Espacios Interiores; donde se trabaja de forma interactiva la presentación de mobiliario y decoración interior, prestando un servicio de apoyo para la venta del mismo, interactuando el vendedor y el posible comprador.

Objetivo:

Dar a conocer el producto en las principales empresas de la región.

Público Objetivo:

Empresas comercializadoras y productoras de muebles de Nariño.

Promesa Básica:

Este producto se diferencia de cualquier otro servicio multimedia porque permite la interactividad con el cliente potencial permitiendo que el usuario trabaje en un espacio virtual y tenga diferentes opciones de selección de mobiliario.

Concepto de Comunicación:

"Cambiamos tu interior".

Donde se sustenta la idea de la interacción del usuario y/o posible comprador con el espacio desarrollado. El cliente podrá utilizar la pieza multimedial para transformación de un espacio con el mobiliario que escoja.

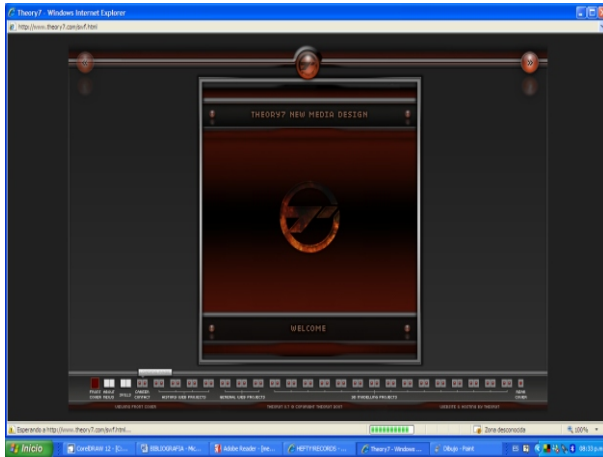
Teniendo en cuenta este concepto de comunicación tenemos las siguientes piezas:

- Pieza Multimedia y su empaque (entregados a los clientes de la base de datos de cada empresa de muebles.
- Stand Promocional (ubicado en un sitio estratégico en la empresa)
- Envío de información por medio de la pagina web de cada empresa.

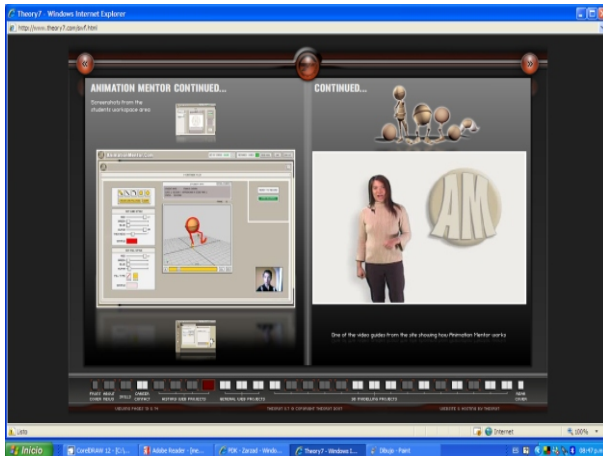


Referentes

» [Http/www.theory7.com](http://www.theory7.com)



» [Http/www.theory7.com](http://www.theory7.com)

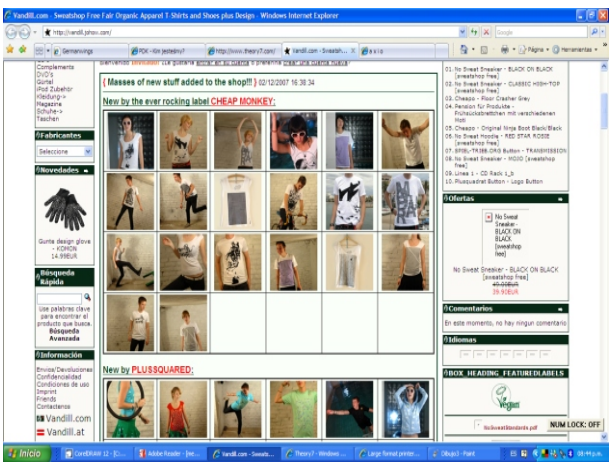




» [Http://www.pdk.pl/index_f.html](http://www.pdk.pl/index_f.html)



» [Http://www.theory7.com](http://www.theory7.com)



» [Http/www.vandill.johow.com](http://www.vandill.johow.com)



» [Http/www.theory7.com](http://www.theory7.com)

Bibliografía

Aicher, O (ed.): 1991, El mundo como proyecto, Ediciones Gustavo Gilli, Barcelona.

Baudrillard, J (ed.): 1997, El sistema de los objetos, Siglo veintiuno editores, México DF.

Bonsiepe, G (ed.): 1999, Del objeto a la interfase, Ediciones infinito, Buenos Aires.

Maldonado, T (ed.): 1999, Lo real y lo virtual, Editorial Gedisa, Barcelona.

Bonsiepe, Gui, Las Siete Columnas del Diseño, 1992.

Donald A. Norman, El Computador Invisible, The Invisible Computer MIT Press, 1998.

Deleuze, G y Guattari, F (ed.): 1997, Rizoma, Editorial Pre-textos, Valencia.

Guillermo Gonzales Ruiz, Estudio de diseño sobre la construcción de las ideas y su aplicación a la realidad, Emecé Editores, 1994

Joan costa, Diseño, comunicación y cultura, 1994

Quéau, P (ed.): 1995, Lo virtual, virtudes y vértigos, Ediciones Paidós, Barcelona.

Martín , Juez Fernando, en Diseño, producción y tecnología,


Segrera Arturo, Diseño Post Industrial, un camino a la madurez Revista DX estudio y experimentación del diseño No.9, Ed. Moebius, México, 2000.

Proexport. Artículo: Muebles Colombianos al Mundo.

Revista M&M. Edición 49. Entrevista Ana Alicia Edid.

www.dnp.gov.co: Documento: Madera y Muebles de Madera. Estudio de la Cadena Productiva.

Www.minproteccionsocial.gov.co



Conclusiones

- La pieza virtual diseñada, es una excelente herramienta para la muestra y comercialización de mobiliario.
 - Es una buena forma de capturar clientes potenciales dentro y fuera de región.
 - Llegaría a mejorar la estrategia de pre-venta de las empresas que capten el producto, logrando así eficacia y rentabilidad.
 - Los recursos técnicos utilizados, realzan su importancia en el desarrollo de nuevas tecnologías.
- 