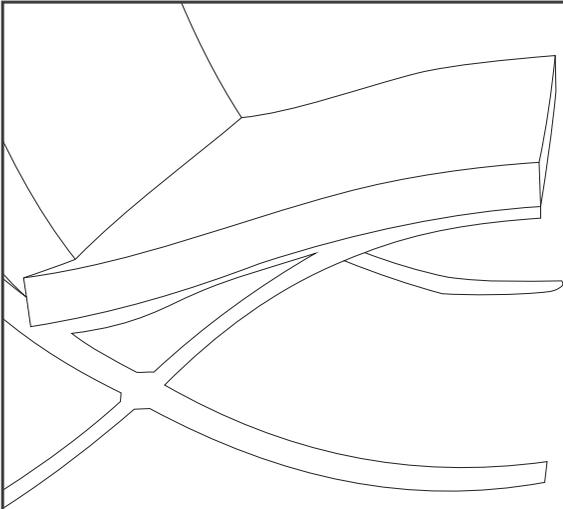




C_diseña

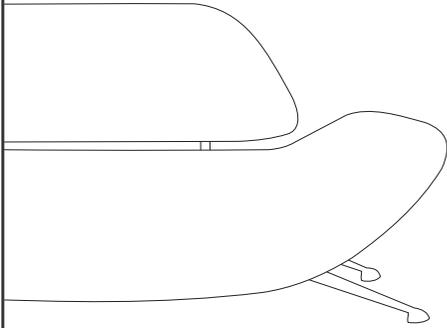
amoblamiento interior y decoración



MULTIMEDIA, PRESENTACIÓN DE PROYECTOS C_DISEÑA
Proyecto final diplomado diseño Multimedia

Cindy Lorena Bastidas
Carlos Andrés Pérez

UNIVERSIDAD DE NARIÑO
FACULTAD DE ARTES
DISEÑO INDUSTRIAL
SAN JUAN DE PASTO
2007



Introducción

C_diseña es una empresa nariñense, conformada por diseñadores industriales. Que trabajan en el desarrollo de proyectos de amoblamiento y decoración de interiores (mobiliario, estantería para locales, material P.O.P) para empresas y particulares. En donde su ventaja competitiva esta en la elaboración de propuestas visuales definitivas en 3 dimensiones de un proyecto, donde el cliente puede visualizar como van a quedar los productos y puede ajustar y cambiar detalles antes de su fabricación y de esta manera garantizar un trabajo profesional.

Es importante la manera como C_diseña presente un proyecto de diseño al cliente, pues con una buena primera impresión, se puede capturar o no la atención y persuadir para la aprobación del mismo. Por eso la importancia de considerar el diseño grafico como un medio de comunicación que mejore y facilite este tipo de proceso, a través de una pieza multimedia.

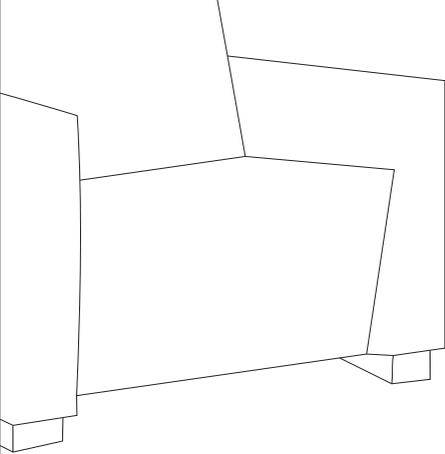


Tabla de Contenido

Introducción

CAPITULO 1

Planteamiento
Nombre Del Proyecto
Hipótesis
Objetivos
Objetivo General
Objetivos Específicos

CAPITULO 2

Grupo Objetivo
Justificación
Marco teórico
Tema Y Documentación

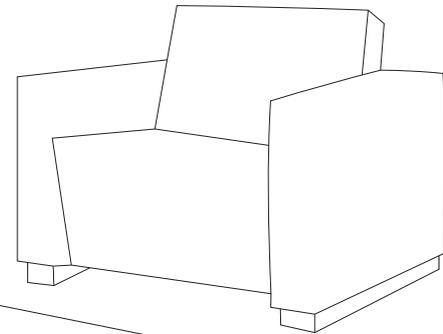
CAPITULO 3

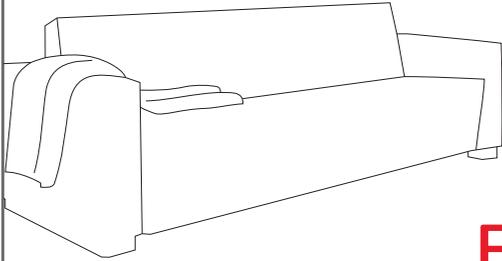
Proceso Gráfico
Análisis imagen C_diseña
Referentes
Mapa De Navegación
Bocetación
Propuesta Grafica
Color
Tipografía

CAPITULO 4

Conclusiones

Capítulo I





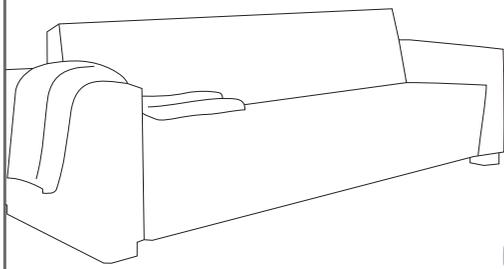
Planteamiento

C_diseña es una empresa que desarrolla proyectos de amoblamiento y decoración de interiores, que para una mejor visualización y análisis del desarrollo de un proyecto determinado presenta a sus cliente imágenes (render) virtuales del producto que se propone. Esto le da un valor agregado a la empresa con respecto a otras de la región. Sin embargo C_diseña no cuenta con una herramienta que agilice, mejore y facilite la presentación de proyectos a sus clientes.

Por consiguiente la iniciativa de este proyecto es desarrollar una pieza multimedia para la empresa C_diseña, que permita organizar un proyecto por cliente, con imágenes (render, fotografías.) y se apoye con texto (características, hablar del proyecto, costos), brindando la posibilidad de que el cliente interactúe con el proyecto y las propuestas de diseño de una forma dinámica. Y que C_diseña pueda actualizar la multimedia con un proyecto nuevo cada vez que lo requiera.

En esta primera multimedia, haremos la presentación de uno de los trabajos encargados a la empresa C_diseña , que consiste en el diseño de material de exhibición, para un local comercial de la empresa maqui – chaqui.

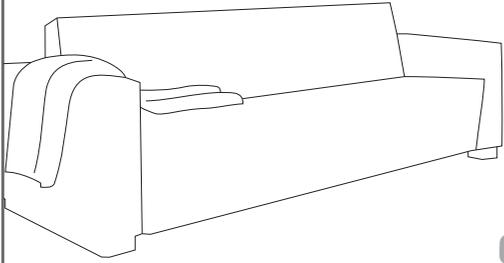




Formulación del problema

¿Por medio de que tipo de herramienta podemos contribuir a mejorar la presentación de proyectos de la empresa C_diseña, tanto en la parte estética como en la agilidad al momento de organizar un proyecto, para la presentación a un cliente?





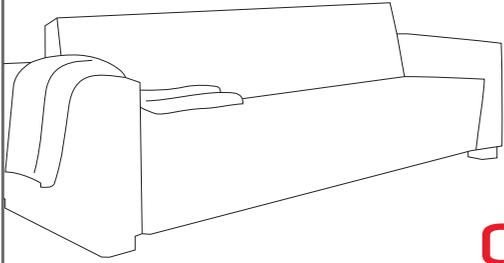
Nombre del proyecto

Multimedia, presentación de proyectos C_diseña.

Hipótesis

Creemos que una pieza multimedia por ser una herramienta interactiva, ayudaría a realizar una mejor presentación de las propuestas visuales de un proyecto de la empresa C_diseña para la presentación a un cliente.

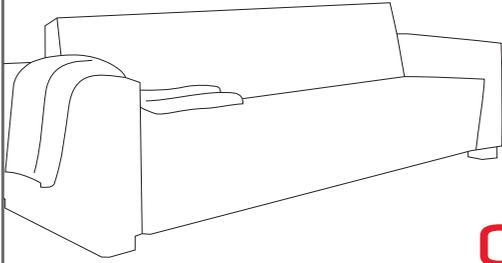




Objetivo general

Desarrollar una multimedia para la empresa C_diseña, que permita organizar un proyecto determinado, para la presentación a un cliente.





Objetivos específicos

Mejorar y facilitar el montaje y la presentación de proyectos de diseño, de la empresa C_diseña, de manera que impacte, y capture la atención del cliente.

Dar la posibilidad de actualizar la multimedia con un nuevo proyecto para la presentación a cada cliente de la empresa C_diseña.

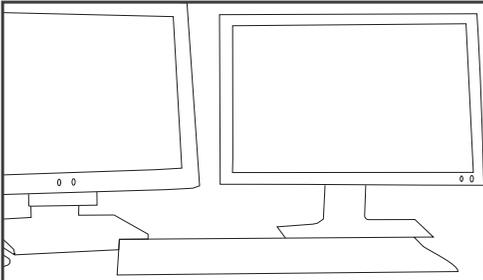
Presentar propuestas de diseño a un cliente de forma interactiva, dando información detallada del proyecto como: Materiales, color, costos, ventajas, características, etc. y permitir que el cliente o usuario, interactúe con la multimedia y pueda formar parte del proceso de diseño.

Crear un medio de difusión y promoción para Dar a conocer la empresa C_diseña en la región y fuera de ella.



Capítulo 2





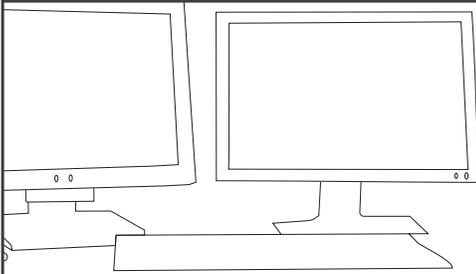
Grupo objetivo

Nuestro grupo objetivo se divide en dos:

Uno: el usuario directo quienes manipularan de forma directa la multimedia, en este caso los diseñadores de la empresa, que se encargan de la actualización de la multimedia, con imágenes y texto de un proyecto que la empresa va a presentara a un cliente.

El segundo grupo son los usuarios indirectos quienes son los clientes de la empresa C_diseña. Personas de ambos sexos entre los 30 y 60 años, empresarios que buscan en el Diseño una alternativa para invertir y mejorar sus empresas.





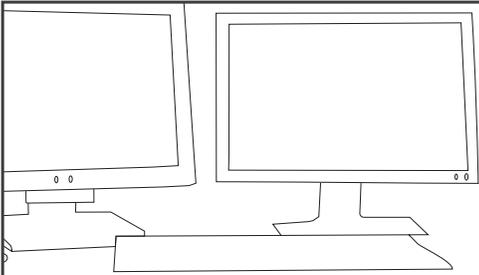
Justificación

Los clientes de la empresa C_diseña son empresarios que en muchos casos no disponen de mucho tiempo o se desplazan continuamente a otras ciudades. Por lo que C_diseña tiene algunos inconvenientes para mostrar las propuestas de diseños de un proyecto determinado a sus clientes.

De aquí la importancia de considerar una multimedia, que tiene tal vez el aspecto mas fascinante de la tecnología informática, la posibilidad de combinar texto, imágenes, sonido e imágenes en movimiento, de formas muy variadas e interesantes¹, como un medio de comunicación, que permita presentar un proyecto de diseño de manera estética y organizada. Sin necesidad que este presente el cliente y el diseñador de la empresa. Brindando la posibilidad de que el cliente interactué con el proyecto y las propuestas de diseño de una forma dinámica.

¹ Manual de estilo web.
Patrick J. Lynch / Sara Horton. Pag. 191.



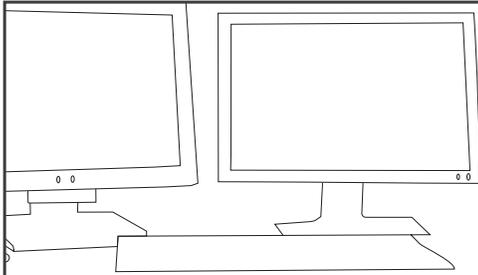


Marco teórico

El desarrollo de la tecnología ha venido desde sus inicios evolucionando de forma rápida, pues fácilmente hoy en día podemos contar con nuevos y variados medios de comunicación de renovación continua, , así pues, la multimedia es una nueva herramienta que nos brinda más posibilidades de interacción ágil y eficaz, que nos ofrece grandes ventajas en el proceso comunicacional, en ese sentido el proyecto que presentamos busca integrarse o articularse dentro de esas nuevas dinámicas como una opción para el desarrollo de una pieza que contribuya al mejoramiento de la comunicación empresa – cliente, que en efecto debido a la ausencia de un medio de comunicación interactivo reduce posibilidades de difusión y aprobación de proyectos de dicha empresa.

Por consiguiente, actualmente gracias a las tendencias comunicativas que adoptan los usuarios que interactúan mediante las nuevas tecnologías de información y comunicación, tecnologías que reclaman un lenguaje propio para que los mensajes cumplan a cabalidad el propósito comunicativo esperado y motive la interacción, y la aparición continua cada vez mas frecuente y determinante de representaciones virtuales de la realidad; genera una realidad que vuelve intangibles los objetos





reales, se constituyen en nuevos lugares para el diseñador, el estatuto actual de la imagen y las transformaciones en los modos de leer².

Como consecuencia, diseñar una pieza multimedia que nos permitiera intervenir en el proceso de comunicación por medio del diseño de la interfase y nos da la posibilidad de asociar diferentes medios de comunicación como texto, sonido, video, imágenes, cuando se combina adecuadamente los medios, se mejora notablemente la atención, la comprensión y el aprendizaje, ya que se acercará algo más a la manera habitual en que los seres humanos nos comunicamos, cuando empleamos varios sentidos para comprender un mismo objeto o concepto³.

A demás sabemos que la interfase es el utensilio a través del cual hombre y computadora se comunican entre sí⁴, y es a través del diseño de la interfase que se articula el espacio de acción para el usuario, es el dominio central al cual como diseñadores orientaremos toda nuestra atención⁵, y en donde el diseño juega un

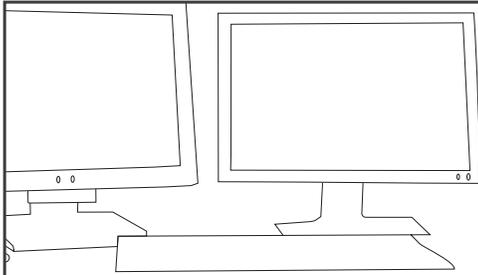
² *Teorías y enfoques críticos*, pág. 76 - 77.

³ *Definición de multimedia*.

⁴ *SAA- Common user Access. Panel Design and user interaction*, IBM, 1997, pág 7.

⁵ *Gui Bonsiepe, Las siete columnas del diseño*. 1993 cap 1 pág. 6





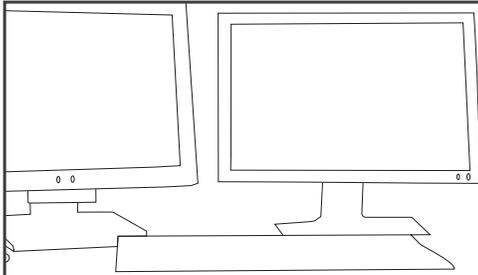
papel muy importante, pues como lo afirma Gui Bonsiepe, el diseño es capaz de adaptarse fácilmente y rápidamente a las exigencias del momento respondiendo a los requerimientos de cada época, de esta manera trabajaremos estructurando la interacción entre usuario y producto para posibilitar acciones eficientes, pues el diseño es sobre todo, el proyecto de interfase⁶ que generen un medio **interactivo**, en el sentido que permite una relación directa, un diálogo continuo entre el usuario y la aplicación, respondiendo ésta a las órdenes de aquel, dando poder a los usuarios finales del proyecto, permitiéndole controlar el contenido y flujo de información⁷, dándonos la posibilidad de producir un efecto en el usuario⁸, y mejorar el proceso de comunicación en el momento de presentar un proyecto de diseño industrial.

⁶ Bonsiepe Gui, las siete columnas del diseño informe para la Universidad Autónoma Metropolitana, Azcapotzaco, México 1992.

⁷ VAUGHAN, Tay. Todo el poder de la Multimedia. Segunda Edición. Editorial Mc Graw Hill. México. 1994.

⁸ 2º tipo de regla vinculada a conductas que supone sobretodo la intención de influir diseño y comunicación, teorías y enfoques críticos, pg. 56.





Tema y Documentación

En este proyecto manejamos las siguientes temáticas: COMUNICACION, DISEÑO E INTERFASE y la relación entre estas, que fueron la base para el desarrollo del mismo.

Los libros que nos aportan sobre el valor del proceso de comunicación, la relación con el diseño y la importancia que tiene la interfase como objeto de diseño, y como puede influir, con las diferentes ventajas que nos pueden ofrecer; con diferentes puntos de vista y enfoques, que fortalecen este proyecto son:

Diseño y comunicación teorías y enfoques críticos.

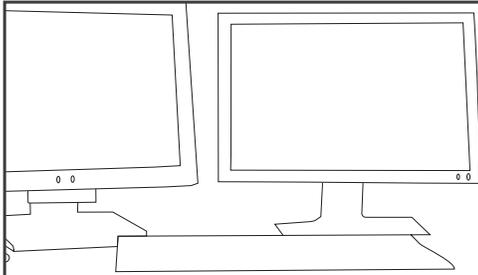
Autores: Leonor Arfuch

Norberto Chaves

María Ledesma

En el cual se afirma la posibilidad que nos brinda "el diseño grafico de organiza ciento tipo de información legible y visible y por otro lado regula ciertos comportamientos", y la reglas relacionadas a este como "El segundo tipo de regla

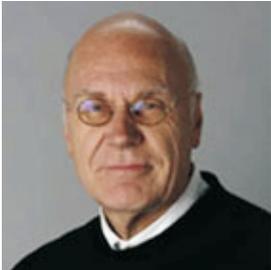
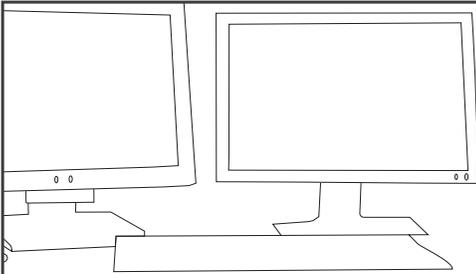




vinculada a conductas supone sobretodo la intención de influir, de producir un efecto sobre los demás”, y por otro lado “En relación con el receptor las producciones de diseño grafico genera las siguientes actitudes de regulación; hacer, leer, hacer saber y hacer - hacer, de alguna manera pueden subsumirse en organizar, informar, persuadir, que nos ratifica que el diseño de esta pieza multimedia causara un efecto en el usuario (cliente) que influirá en la reacción de este frente al proyecto.

Por otra parte el diseño vinculado a la tecnología nos da posibilidades como la de “La aparición continúa cada vez más frecuente y determinante de representaciones virtuales de la realidad: simulaciones analógicas de la realidad que la reproducen crean de manera ilusoria; genera una realidad que vuelve intangibles los objetos reales, se constituyen en nuevos lugares para el diseñador, el estatuto actual de la imagen y las transformaciones en los modos de leer”, y que como acción proyectual tiende a ofrecer resultados acciones en forma de objeto o servicio que optimicen, o a lo sumo mejoren una situación anterior.





Gui Bonsiepe.

⁹ Alfred Kotler and Alexander Roth, "Designer: a powerful but neglected strategic tool." in *Design at the Crossroad*, Center for Interdisciplinary Research in the Arts, Northwestern University Evanston, 1989, pages 28 – 31.

Del objeto a la interfase - Gui Bonsiepe

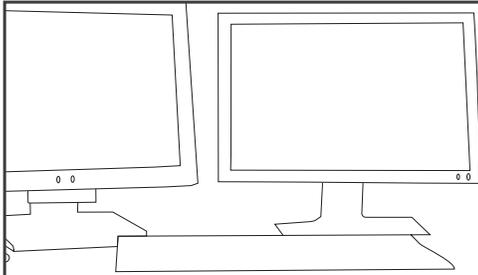
En esta obra Gui Bonsiepe nos habla sobre la teoría de la comunicación, el proceso de comunicación y la relación entre sus componentes, que para este proyecto fueron entendidos como: usuario, información, computador y multimedia.

ESQUEMA DE GUI BONSIPE

PRIMERO USUARIO: Que desea cumplir una acción (usuario). SEGUNDO; una tarea que quiere ejecutar (informarse), TERCERO: Artefacto que necesita para llevar la acción (computador). La conexión entre estos tres elementos se produce en una interfase. (Multimedia).

Podemos afirmar que desarrollar una pieza multimedia por las ventajas mencionadas anteriormente es un punto clave para este proyecto, pues como afirma el autor "El diseño industrial es además el ámbito que se ocupa de la satisfacción de clientes", así pues para una empresa como C_diseña, la relación





diseñador cliente se basa en el uno de las funciones del diseño que “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 costos⁹”

¹⁰ SAA- Common user Access. Panel design and user interaction, IBM, 1997, pag. 7.

¹¹ Human interface Guidelines: de Applke Desktop interface. Addison – wesley, Reading, 1987.

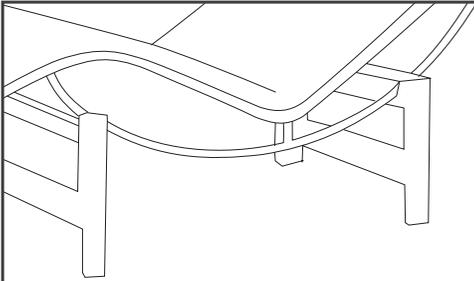
¹² The open look user interface style guide. Sun Microsystems 1989, pag. 1.

En una pieza multimedia lo que esta directamente relacionado con el usuario es la interfase pues “es el utensilio a través del cual hombres y computadoras se comunican entre si”¹⁰ y es en esta en el que nos enfocaremos para diseñar, pues sabemos como se afirma en este libro “una interfase humana es la suma de los intercambios comunicativos entre la computadora y el usuario. Es lo que presenta información al usuario y recibe información del usuario”¹¹, y “la interfase grafica con el usuario es la especificación de look and feel de un sistema computacional. Lo que implica que objetos ve el usuario en la pantalla y las convenciones que le permiten interactuar con esos objetos”. El concepto de look and feel se refiere al proceso de unión estructural entre cuerpo y utensilios a través de la percepción visual¹².



Capítulo 3





Proceso gráfico

Análisis Grafico Isologotipo C_diseña:

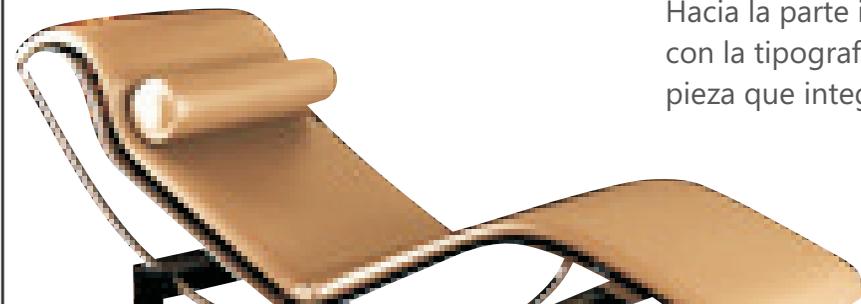
Este logo esta clasificado como **isologotipo** por estar constituido por imagen y por tipografía interactuando de manera directa; prende al ser observado desarrollar un código visual en la alfabetidad visual propia del receptor para ser reconocido y memorizado fácilmente.

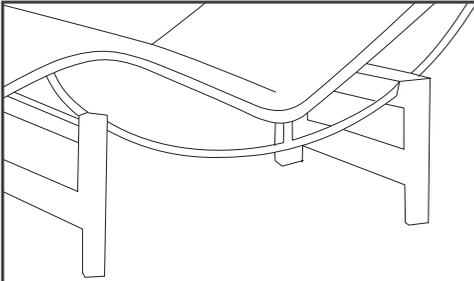


LOGO C_diseña

En la parte izquierda del logo se encuentra la imagen, teniendo en cuenta la capacidad y forma de lectura del usuario es decir de izquierda a derecha, de manera que la imagen aparece como primer elemento representativo. Hacia la parte derecha se encuentra el texto C_diseña, constituido por una fuente tipográfica san serif, lineal, que pretende generar una lectura y simplificación de "Se diseña".

Hacia la parte inferior se encuentra una línea fina que divide la tipografía del logo con la tipografía del **Brandslogan**, que a su vez se halla justificada con la segunda pieza que integra la imagen para generar mayor equilibrio visual.





PARTES DEL LOGO

Imagen:

Forma simétrica con volumen virtual, generando volúmenes con la ayuda de colores degradados.

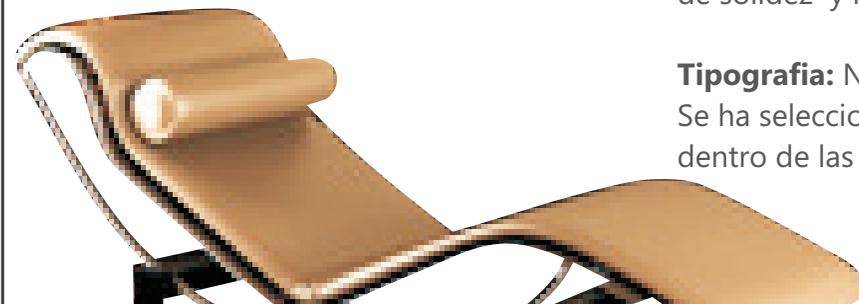
Presenta doble significación:

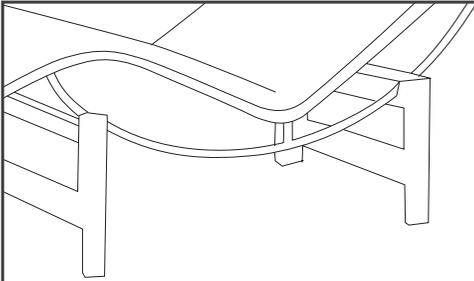
1. Representan las iniciales de **C** _ **d**iseña, en integración la una con la otra.
2. Muestra la integralita de los productos y servicios que la empresa ofrece de manera que se emplean dos piezas que se complementan la una a la otra como objetos tridimensionales.

Esta imagen pretende ser fácilmente recordable en la memoria del usuario y por ello la utilización del color negro y las formas curvas y lineales generan sensación de solidez y naturalidad.

Tipografía: Neuropol

Se ha seleccionado esta fuente tipográfica, teniendo en cuenta que se clasifica dentro de las San Serif modernista, con variación en su construcción, constituida





linealmente y por tanto es una fuente altamente legible, dinámica y clara apropiada para realizar una lectura inmediata en textos cortos. Se la empleó resuelta en caja alta para **C** y caja baja para **diseña** que proporciona mayor equilibrio visual y mejor nivel de lectura.

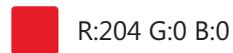
Color



R:0 G:0 B:0



R:178 G:178 B:178

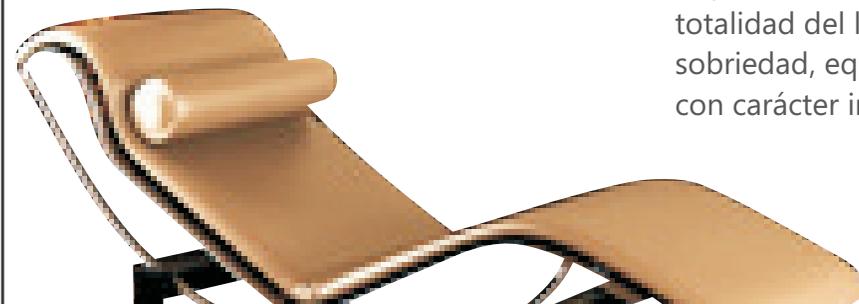


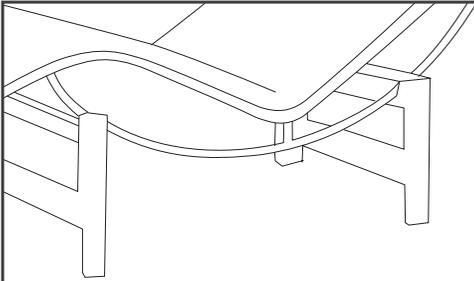
R:204 G:0 B:0

Negro: Aplicado en la imagen representa sobriedad, solidez, seriedad y genera un alto impacto visual. Se consigue generar la sensación de volumen gracias a la gradación de color de negro a blanco pasando por los grises jugando con la luz y la sombra.

Gris: El color rojo aplicado a la tipografía pretende resaltar fuertemente dentro de la totalidad del logo, para que la lectura sea inmediata y se muestre atractiva.

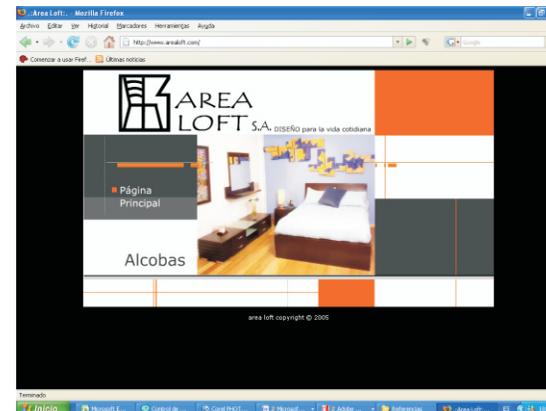
Rojo: El color gris aplicado a el **Brandslogan**, no incide fuertemente dentro de la totalidad del logotipo por la aplicación de este color neutro que representa, sobriedad, equilibrio modernismo, neutralidad, de manera que se observa el texto con carácter informativo y complementario interviniendo sutil pero claramente.



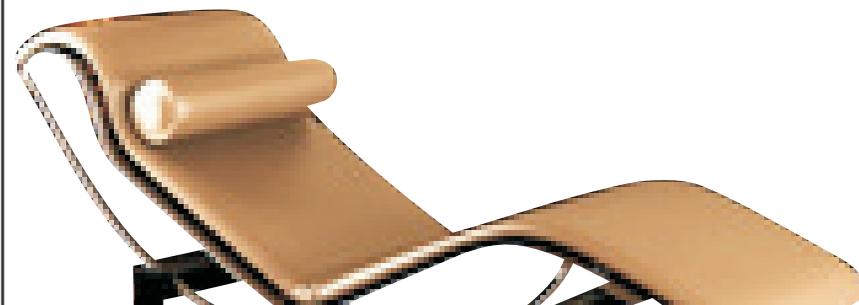


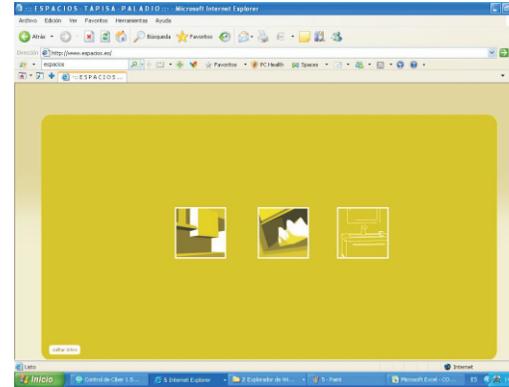
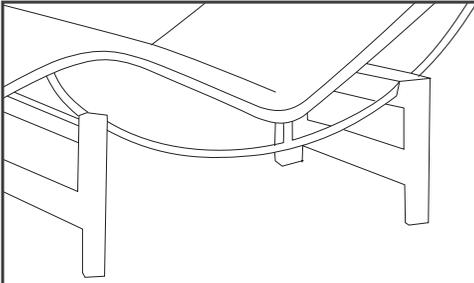
Referentes

Algunas referentes relacionados con el trabajo que queremos realizar en esta pieza multimedia, son páginas en internet en las que pudimos observar tendencias de empresas que realizan productos similares a los de C_diseña como: renders, el uso de la línea, manejo de volúmenes.

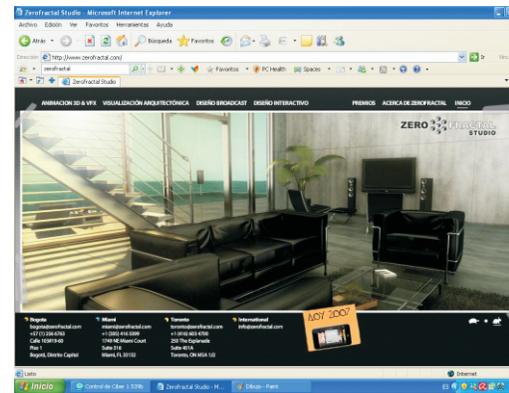


<http://www.arealoft.com>

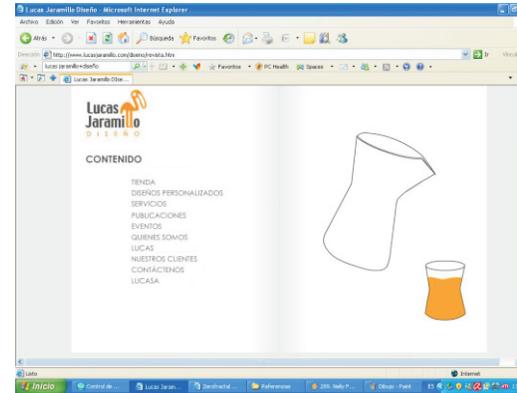
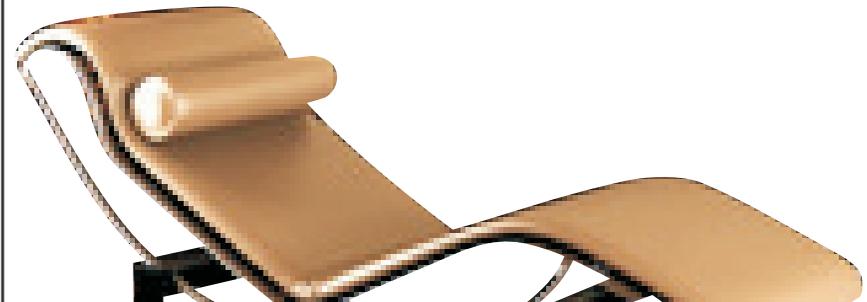
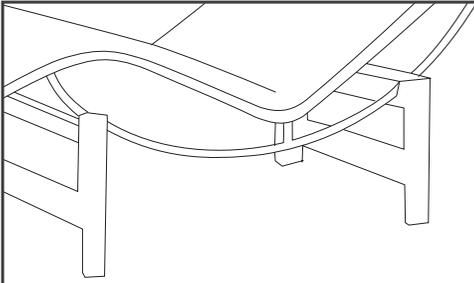




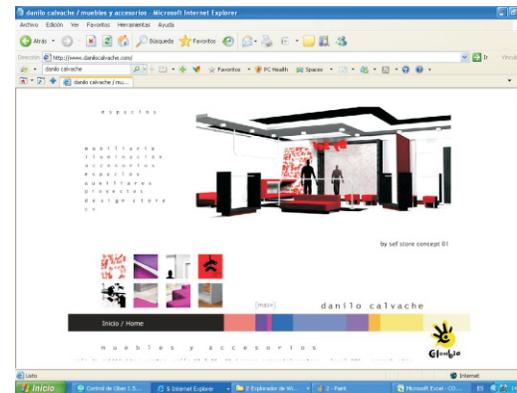
<http://www.espacios.es>



<http://www.zerofractal.com>

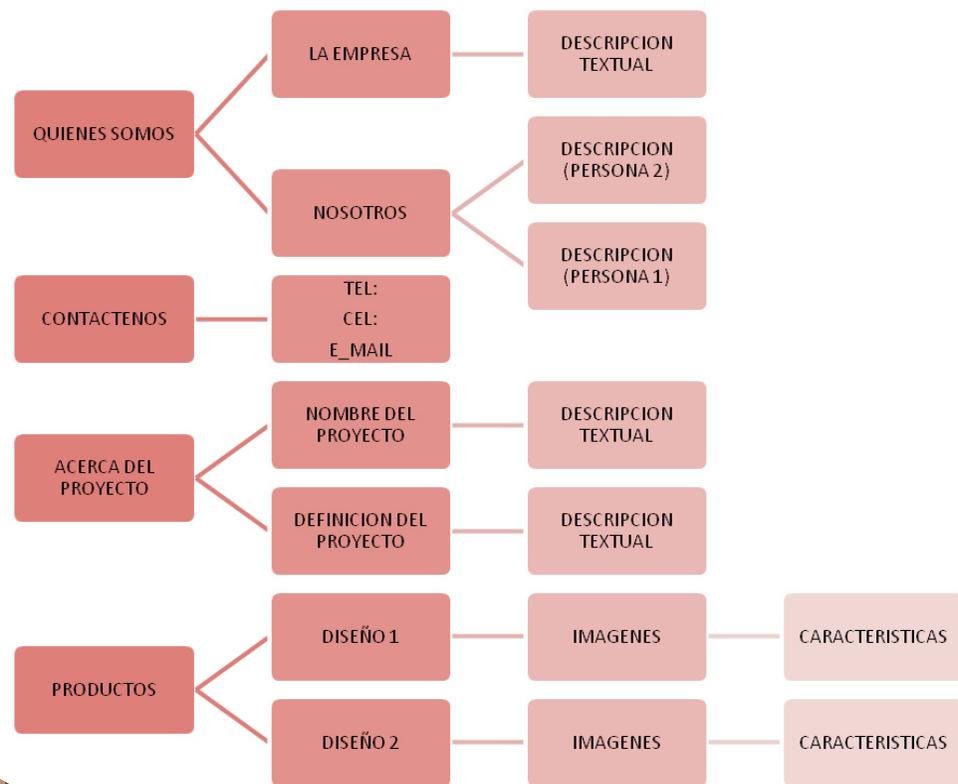


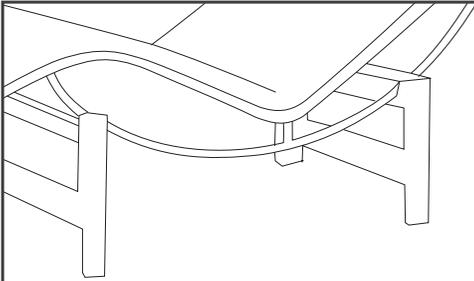
<http://www.lucasjaramillo.com/diseño/revista.html>



<http://www.danilocalvache.com/>

Mapa de Navegación



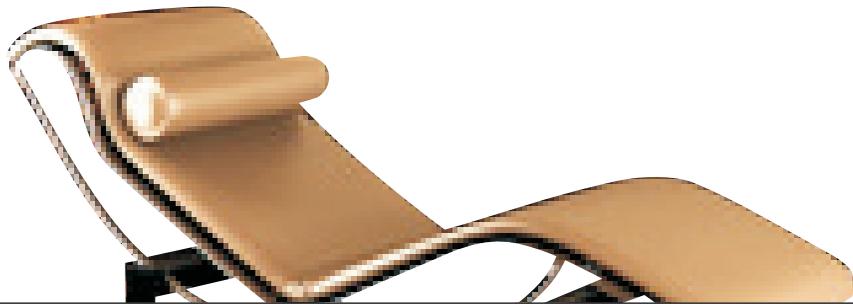


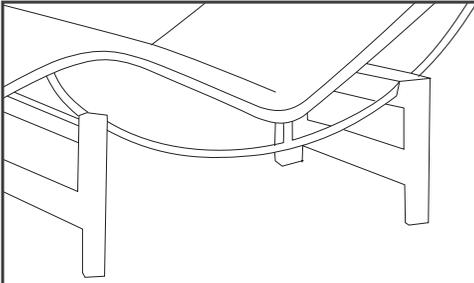
Bocetación

En el proceso de bocetación para el diseño gráfico de la multimedia trabajamos con un concepto de diseño básico¹³. Partiendo de que la línea es el elemento básico de toda representación de la forma, es la expresión más sencilla y pura, pero también la más dinámica y variada, la repetición de líneas próximas genera planos, La unión sucesiva de líneas conforma un trazo, los trazos dan volumen a los objetos que dibujamos y permiten representar simbólicamente objetos en la composición.

Nuestras primeras propuestas se basaron principalmente en la observación de la línea para formar planos y combinado con volúmenes sencillos.

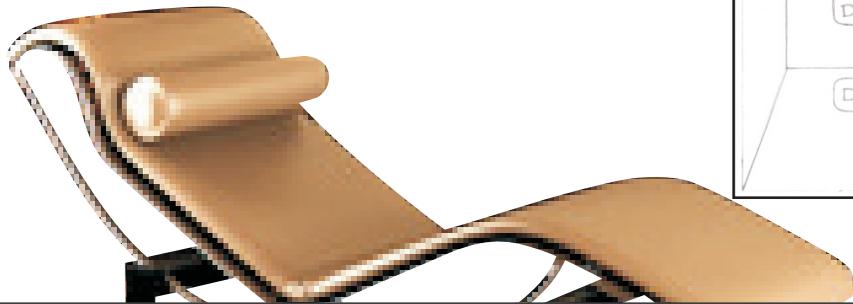
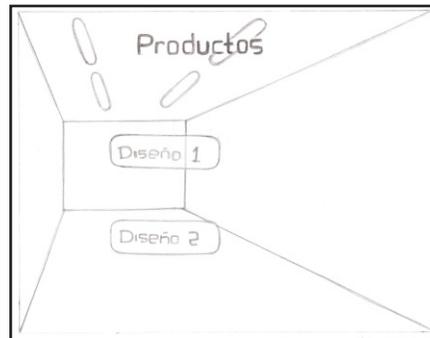
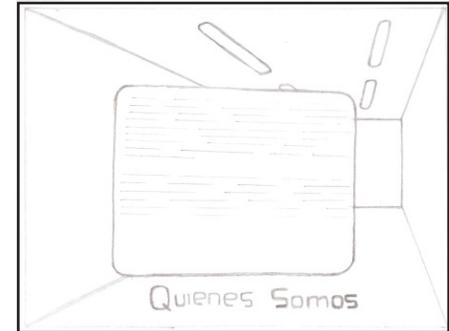
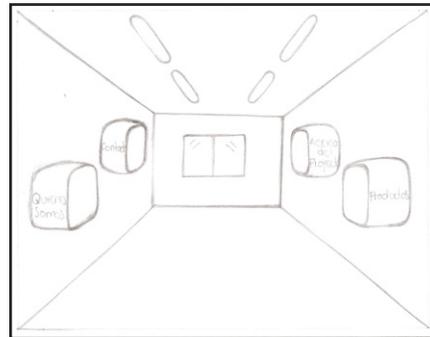
¹³ Fundamentos del Diseño Wucius Wong P. imprenta :
Barcelona. 1991.

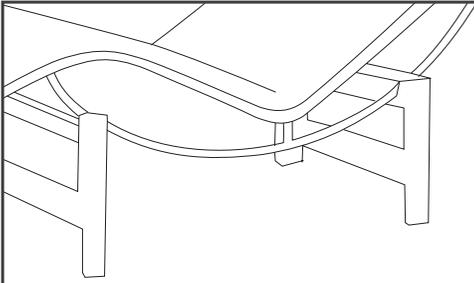




Primeros bocetos

Pantallazos

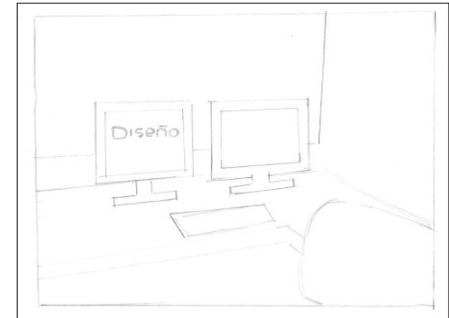
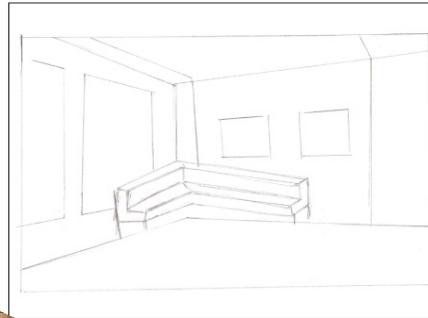
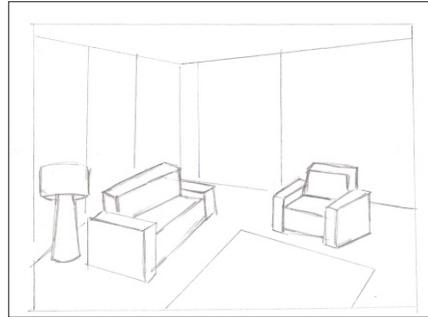




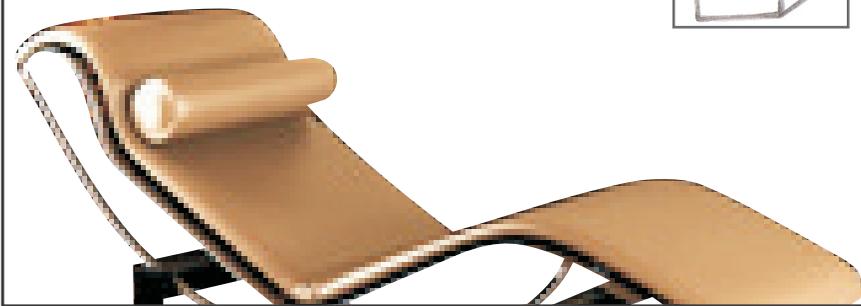
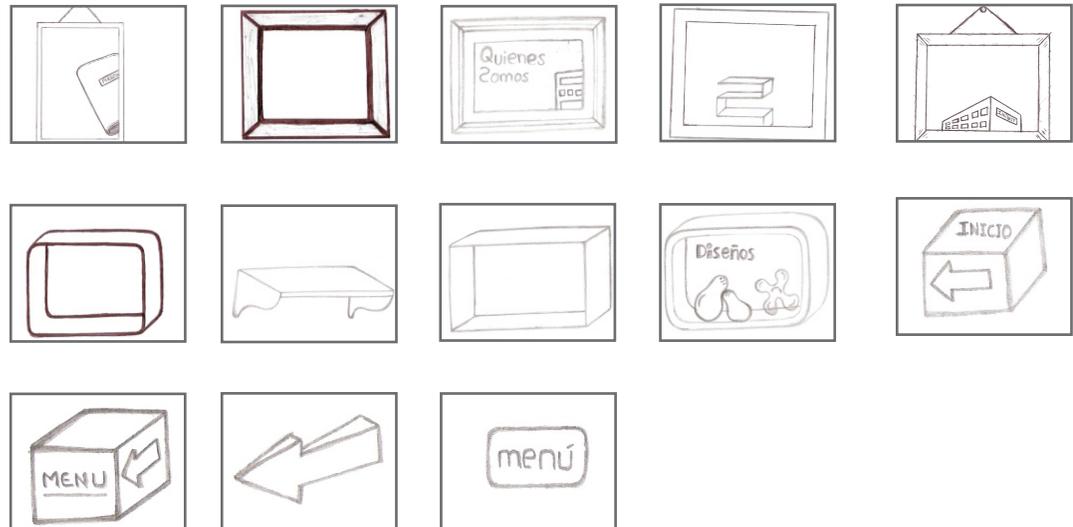
Segundos bocetos

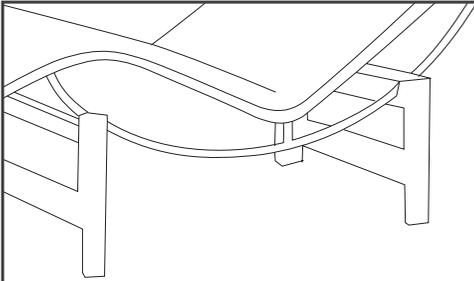
Pantallazos

Se combina la línea, planos, volúmenes de muebles.



Bocetos botones

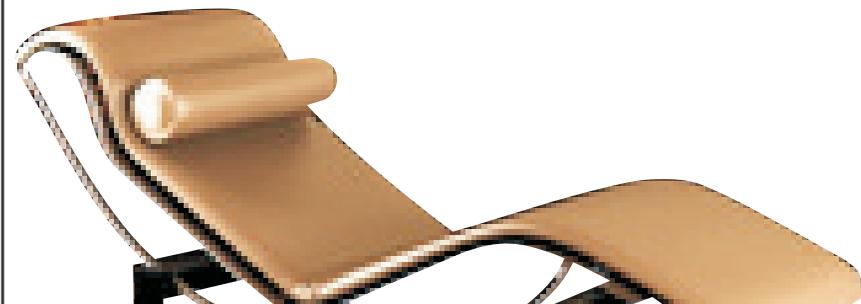


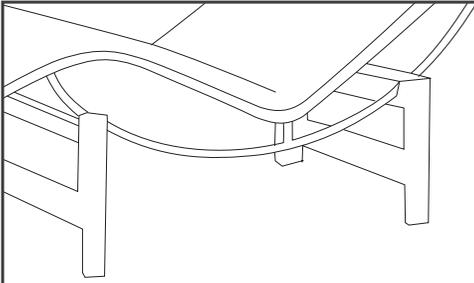


Bocetos finales

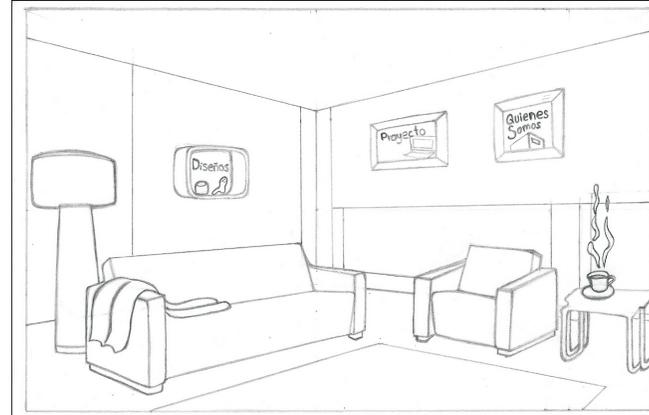
La integración de las dos propuestas de pantallazos y los diseños de botones, nos dieron como resultados la conformación de diferentes ambientes virtuales, relacionados con el concepto y lo que queríamos lograr en esta multimedia.

Intro

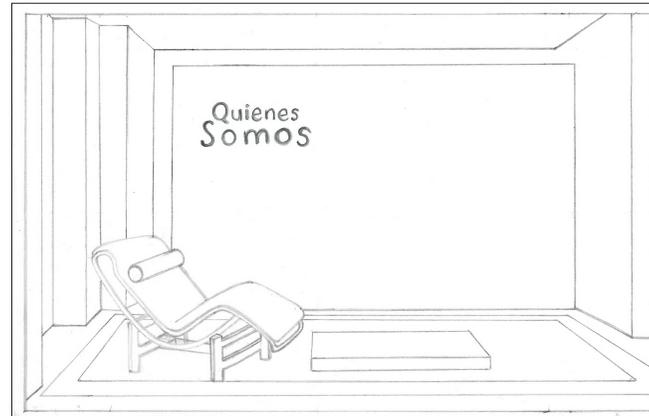


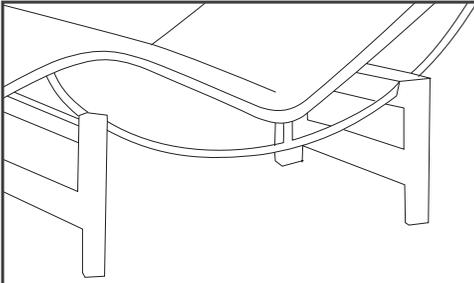


Pantallazo
menú

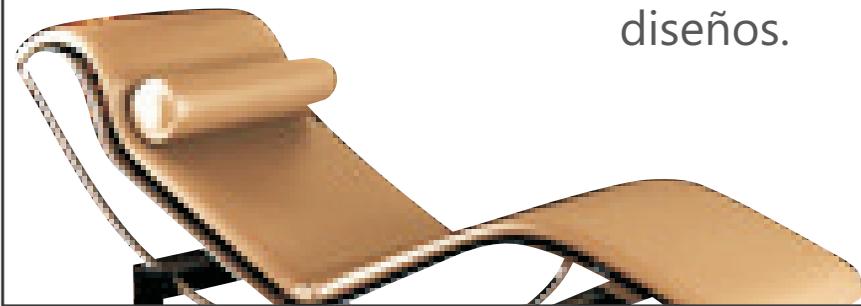
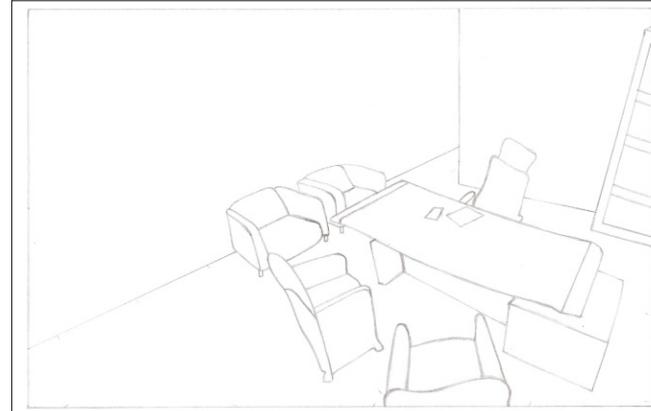


Pantallazo
quienes somos

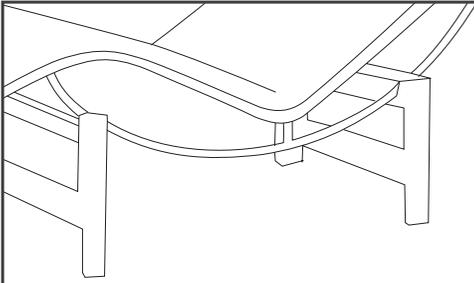




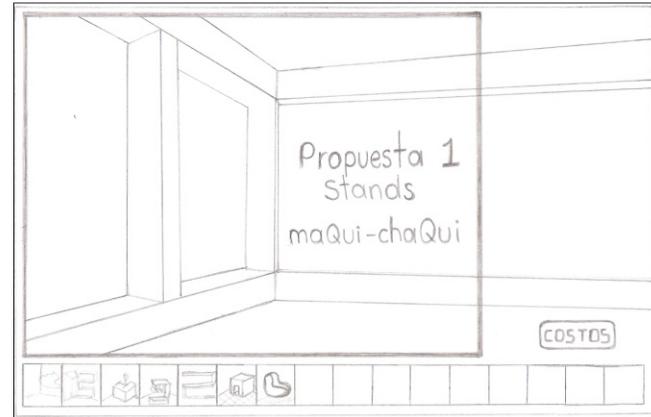
Pantallazo
acerca del
proyecto.

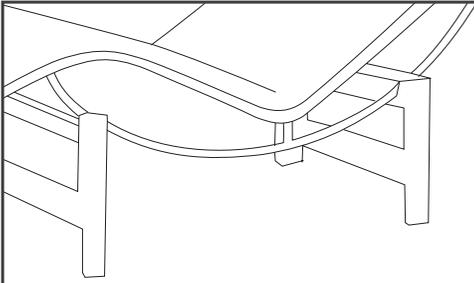


Pantallazo
diseños.



Pantallazo
imágenes de
diseños





Color

Para escoger los colores que utilizaremos en este proyecto multimedia tuvimos en cuenta primero los colores que se usan en el logo de la empresa como el rojo, la gama de grises y el negro y por otra parte los colores que nos ayudaran a crear un ambiente de tranquilidad, calma, frescura, y que será importante en este proyecto puesto que es primordial para nosotros capturar al usuario de forma visual y evocar en el sensaciones en el momento de la presentación de un proyecto.



#Cc3300



#6084A1



#7DB5B4



#BFE4E7



#000000



#737373



#999999



#F2F2F2



#F4EAC2



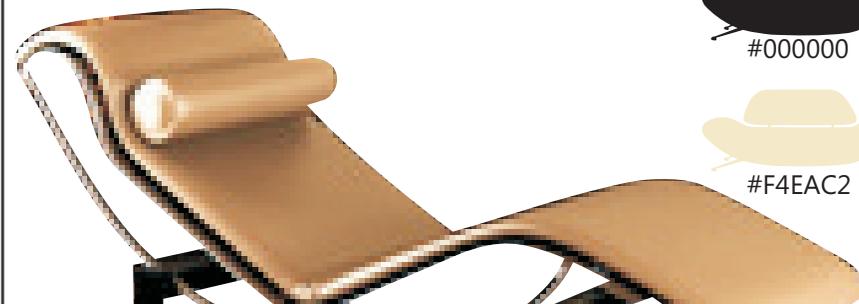
#D5B98D

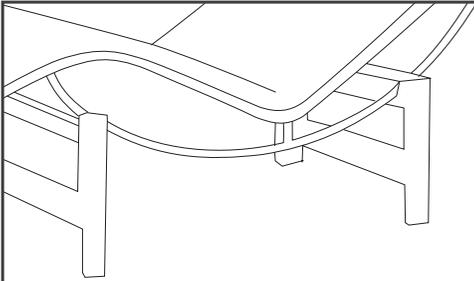


#955942



#B56544





Tipografía

Neuropol

ABCDEFGHIJKLMNO
PQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmno
pqrstuvwxyz
1234567890

Segoe UI

ABCDEFGHIJKLMNO
PQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmno
pqrstuvwxyz
1234567890

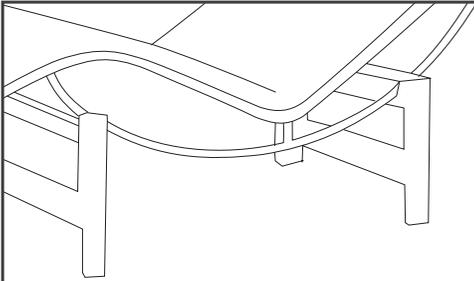


Para lograr una composición tipográfica adecuada, para este proyecto tuvimos en cuenta su legibilidad, sus proporciones, su inclinación y su forma. Permitiendo al lector una fácil decodificación de la información de la multimedia y su comprensión

Para la pantalla, algunas fuentes Sans ofrecen óptima legibilidad y evitan fatiga visual, letras redondas y minúsculas suelen ser dentro de una familia las más legibles¹.

Para títulos **Neuropol**, se clasifica dentro de las San Serif modernista, es una fuente altamente legible, dinámica y clara apropiada para realizar una lectura inmediata en textos cortos y porque es la que utiliza la imagen de la empresa.

Para bloques de texto **Segoe UI** de la familia de las san que son fuentes legibles y claras para el recorrido visual, tiene la capacidad de adaptarse a lops documentos multimedia.



Propuesta gráfica

C_diseña

Pantallazo
menú



c_disena@hotmail.com

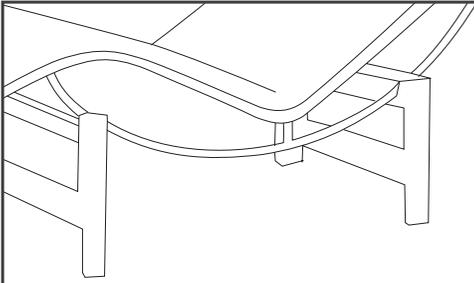
C_diseña

Pantallazo
quienes somos



c_disena@hotmail.com



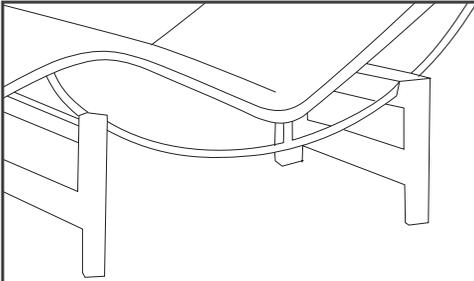


Pantallazo
proyecto



Pantallazo
diseños





Pantallazo
imágenes
diseño 1



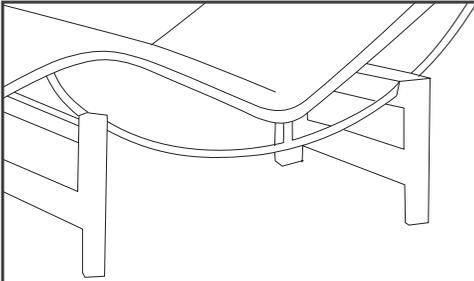
c_disena@hotmail.com

Pantallazo
imágenes
diseño 2



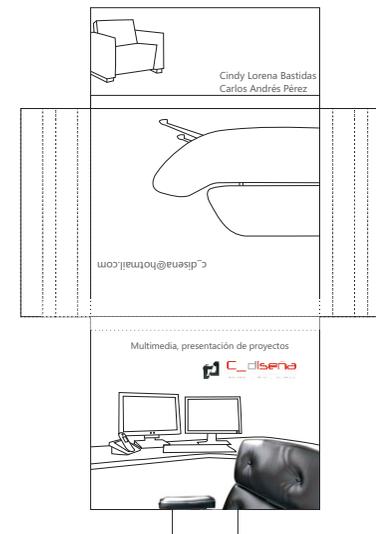
c_disena@hotmail.com

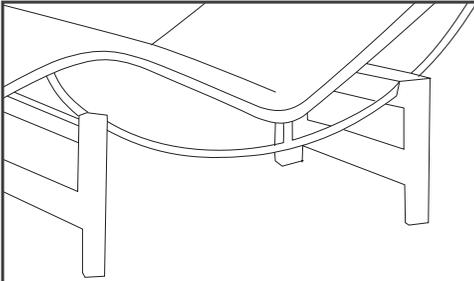




Empaque

La presentación de la multimedia en CD, tendrá un empaque el cual será entregado al cliente. Y nos servirá para lograr una mejor presentación.





Programas

MICROSOFT WORD: Utilizado como procesador de texto. Para realizar las memorias y la multimedia.

3D MAX 6: Nos permitió crear modelados en tres dimensiones (3D) como: símbolo animado para el isologotipo, los renders de los productos del proyecto que estamos trabajando.

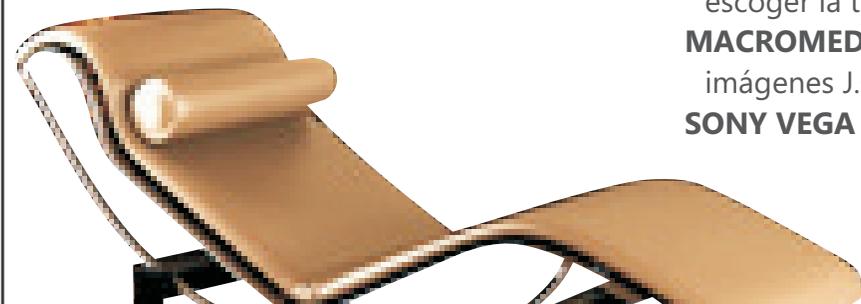
MACROMEDIA FLASH 8: Este programa nos permitió realizar las animaciones de nuestra pieza multimedia dándonos la posibilidad de poner imágenes, sonidos, y texto de una manera organizada.

ADOBE PHOTOSHOP CS2: Se utilizó para editar y retocar imágenes bitmap, jpeg. crear efectos y gráficos en muy buena calidad.

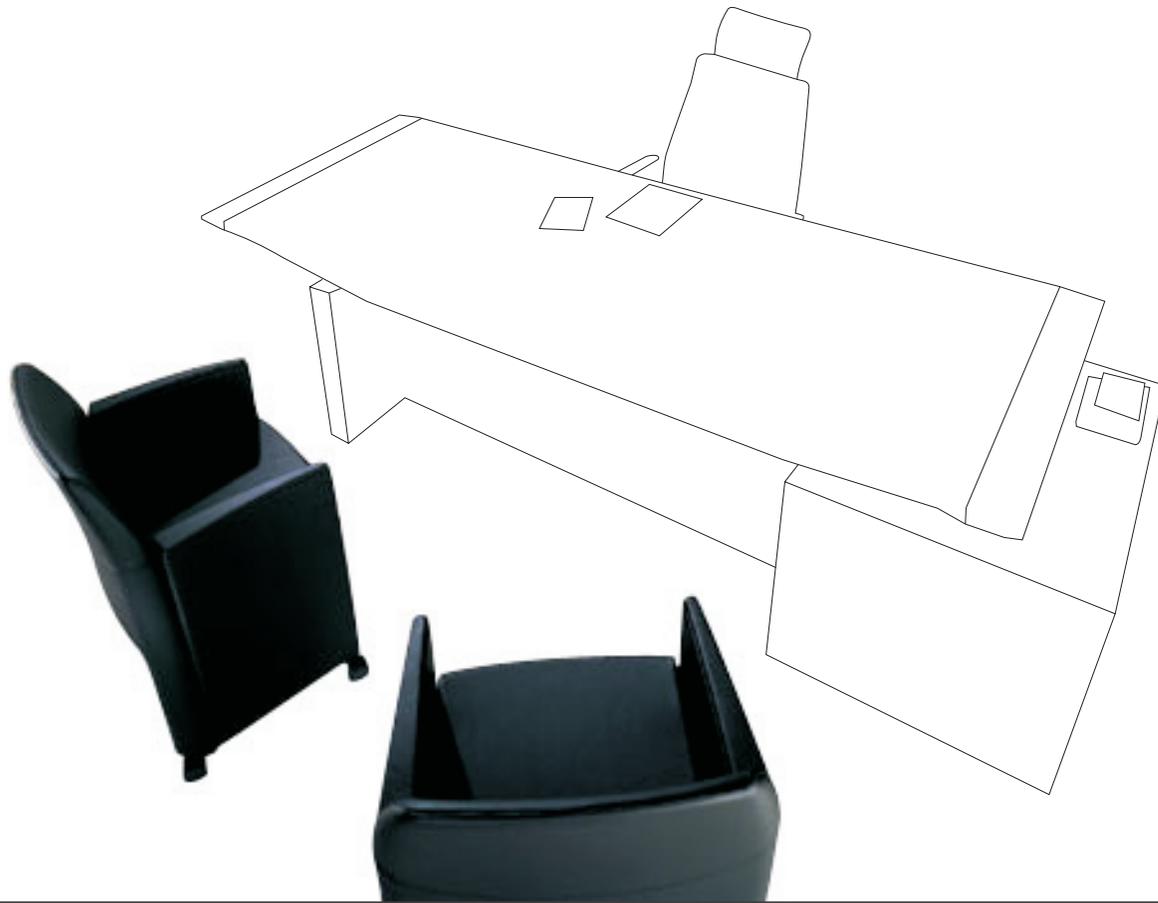
COREL DRAW X3: Nos permitió vectorizar imágenes que se utilizaron para los botones, también para hacer la paleta de colores en R.G.B y para escoger la tipografía para la multimedia.

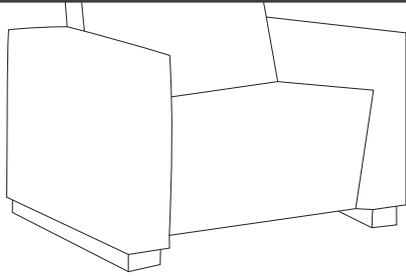
MACROMEDIA FIREWORKS 8: Utilizado para la optimización de las imágenes J.G.P (renders). para la multimedia.

SONY VEGA 5.0: Se lo utilizó para la edición del audio para la multimedia.



Capítulo 4





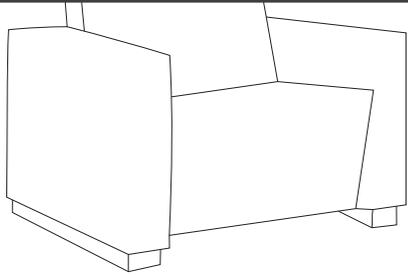
Conclusiones

Desarrollar una pieza multimedia, enfocada en este proyecto tiene como fin crear una herramienta que mejore desde diferentes aspectos como la estética y la comunicación, la presentación de proyectos a los clientes de la empresa C_diseña, que nos da ventaja frente a la competencia, pues en nuestra región es muy poco utilizado y tal vez casi nulo el uso de una pieza multimedia para la presentación de proyectos.

Con una pieza multimedia lograremos satisfacer las necesidades de los clientes y de la empresa C-diseña. Puesto que facilitaremos la comunicación, la manera de informar y llegar al cliente si se encuentra en otra ciudad.

Con una pieza multimedia, podemos dar a conocer la empresa C_diseña en la región y fuera de ella. Mostrar un trabajo profesional.





Bibliografía

Libros

Señalética

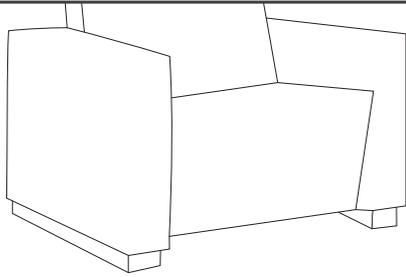
Manual de estilo web Principios de diseño basico para la creación de sitios web. Patrick J. Lynch / Sarah Horton.

Las Mejores WEB Jeff Carlson Toby Malina Glenn Fleishman. Ed. Gustavo Gill, de CV Mexico 1999.

Diseño y Comunicación Vidual Bruo Munari.

Fundamentos del Diseño Wucius Wong P. imprenta : Barcelona. 1991.





Referentes

<http://www.arqhys.com/arquitectura/disenio-elementos.html>

<http://www.newsartesvisuales.com>

<http://www.desenredate.com>

<http://www.weblogicnet.com/>

<http://www.foroalfa.com>

*Informe de Luciano Moreno**

Consultor, diseñador y desarrollador web en ParaRedeBJS. Especialista en usabilidad y diseño centrado en el usuario.

URL: <http://www.htmlweb.net/>

<http://www.danilocalvache.com/>

<http://www.danilocalvache.com/>

<http://www.lucasjaramillo.com/diseño/revista.html>

<http://www.zerofractal.com>

<http://www.espacios.es>

<http://www.arealoft.com>



