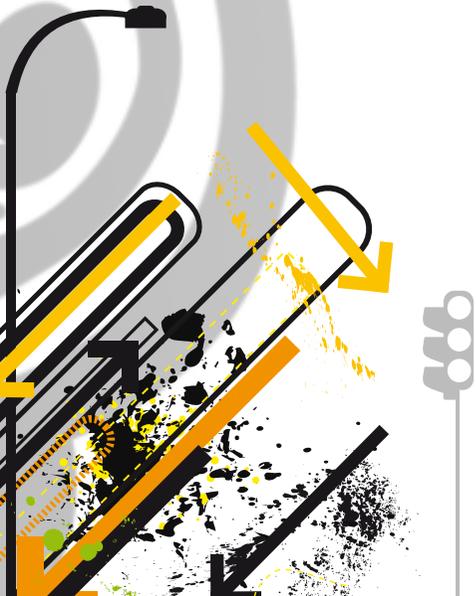


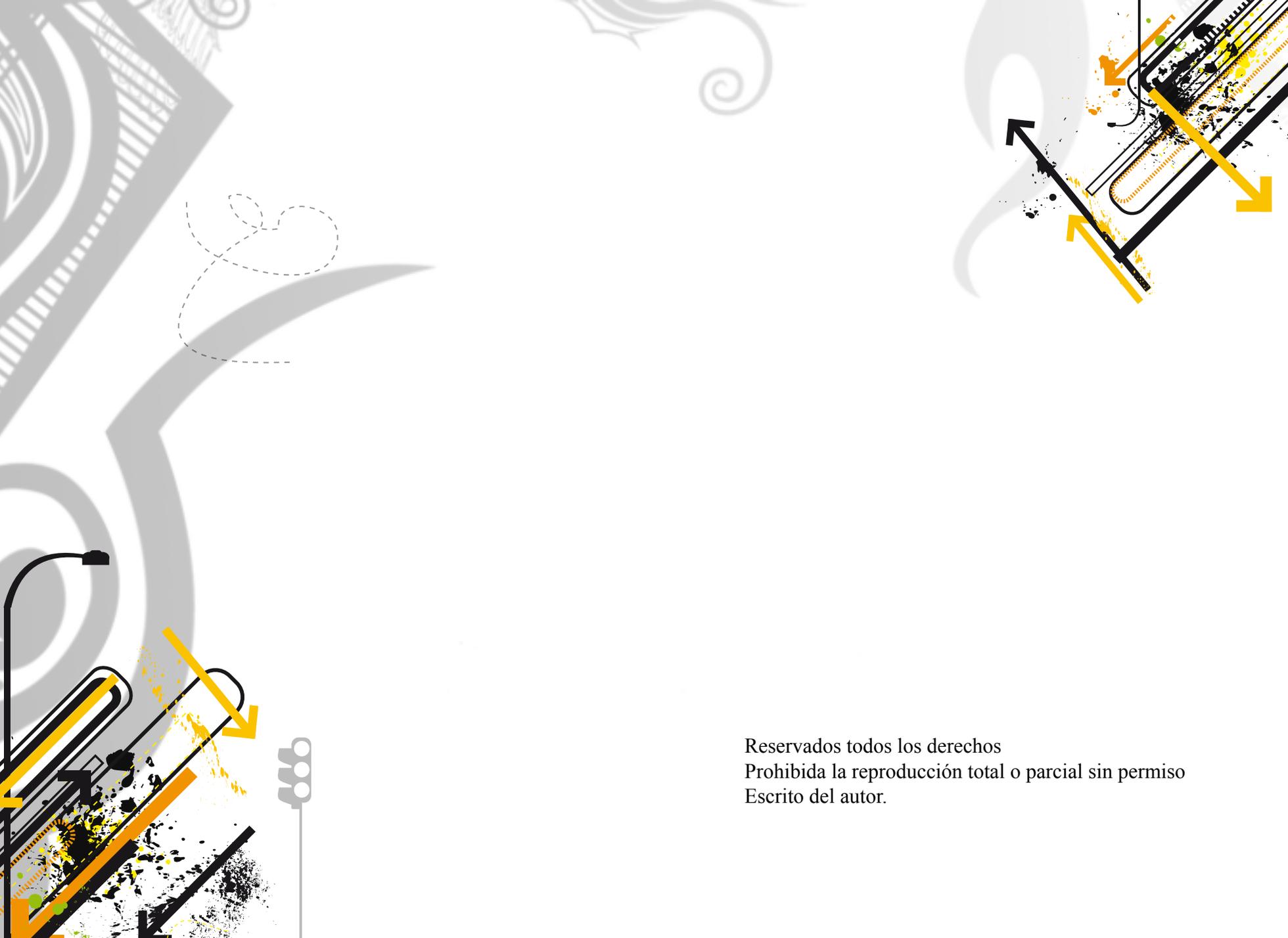
PORTAFOLIO INTERACTIVO EXPLORA TU ESTILO DE LA
EMPRESA MARROQUINERA MHURO MALETINES Y ACCESORIOS

PRESENTADO POR:
GERARDO DAVID ARGOTI MOSCOSO.
DARWIN ALBERTO CHACÓN GÓMEZ.

PRESENTADO A:
RAMIRO VIVEROS.
CAROLINA ZAMBRANO.
JORGE MEJÍA.

UNIVERSIDAD DE NARIÑO
DIPLOMADO DISEÑO MULTIMEDIAL
FACULTAD DE ARTES
SAN JUAN DE PASTO
2007



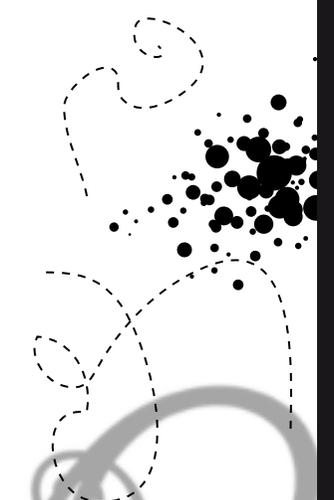


Reservados todos los derechos
Prohibida la reproducción total o parcial sin permiso
Escrito del autor.



AGRADECIMIENTOS

Para llevar a cabo este proyecto fue necesaria la colaboración de muchas personas amigos y familiares principalmente a Dios y a nuestros padres: Pilar Moscoso, Gerardo Argoti, Gloria Gómez, Saúl Chacón, quienes nos brindaron su incondicional apoyo, el cual fue se ve reflejado en el desarrollo y resultado de nuestro proyecto.



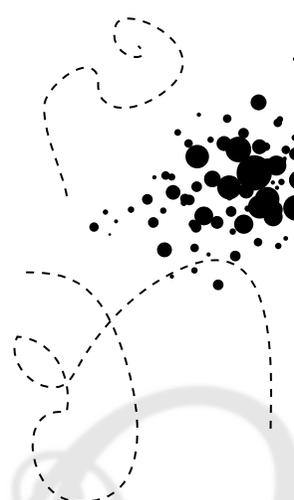


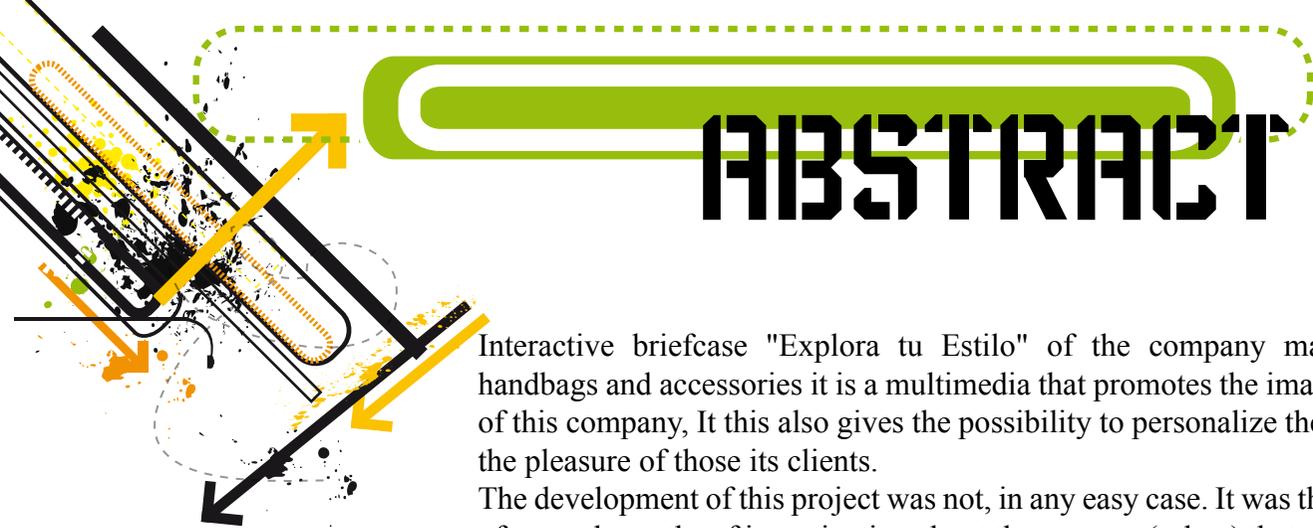
RESUMEN

Portafolio interactivo “explora tu estilo” de la empresa marroquinera Mhuro maletines y accesorios es un multimedia que promociona la imagen y los productos de esta empresa, además da la posibilidad de personalizar el producto, para satisfacer el gusto de las sus clientes.

El desarrollo de este proyecto no fue, en ningún caso fácil. Fue el resultado de un esfuerzo de varios meses de investigación acerca del concepto (urbano) que queríamos expresar.

La riqueza de colores, formas, texturas, imágenes, expresiones artísticas callejeras como el street art o arte callejero que en su concepción más amplia y literal describe todo el arte desarrollado en la calle, normalmente de manera no autorizada. Esto incluiría tanto al stencil y el grafiti, este ultimo vinculado a la cultura Hip-Hop como a otras formas diversas de intervención artística en la calle al igual que el Stencil el cual es una técnica de impresión a base de plantillas; spray o pintura se aplica en el molde, y del juego de lo cubierto y descubierto resultan las imágenes. Esta técnica se convierte pues en un arte al cual todos podemos acceder, una pared, piedra, calle o lo que sea es decir la ciudad es su gran museo; la rusticidad de la técnica, las plantillas adheridas, cortes, incorrecciones, se convierten a su vez en parte de la obra. Estas expresiones conforman el concepto del proyecto y facilitan el lenguaje tanto grafico como textual. Además el hecho de utilizar herramientas multimediales las cuales son todo un entorno de aplicaciones donde se da la integración de varios elementos como audio, video, imágenes, animaciones, texto, entre otros, cuyo objetivo primordial es brindar información de una manera interactiva, organizada, rápida, económica y amigable para el usuario. Además ofrece la posibilidad de brindar a los clientes una herramienta para personalizar sus productos con resultados gráficos inmediatos, disponibles las 24 horas del día, para satisfacer plenamente el gusto y estilo del cliente. Logrando una diferenciación de la empresa frente a su competencia directa e indirecta, ganando así una ventaja competitiva.





ABSTRACT

Interactive briefcase "Explora tu Estilo" of the company marroquinera Mhuro handbags and accessories it is a multimedia that promotes the image and the products of this company, It this also gives the possibility to personalize the product, to satisfy the pleasure of those its clients.

The development of this project was not, in any easy case. It was the result of an effort of several months of investigation about the concept (urban) that we wanted to express.

The wealth of colors, forms, textures, images, artistic street expressions as the street art that it describes the whole art developed in the street in their wider and more literal conception, usually in a not authorized way. This would include so much to the stencil and the graffiti, this I finish linked to the culture Hip-Hop like to other diverse forms of artistic intervention in the street the same as Stencil which is an impression technique with the help of insoles; spray or painting is applied in the mold, and of the game of that covered and overdraft is the images. This technique transforms then into an art to which we all can consent, a wall, stone, street or what is that is to say the city is its great museum; the wildness of the technique, the stuck insoles, cut, incorrectness, become in turn partly of the work. These expressions conform the concept of the project and they facilitate the language so much graphic as textual. Also the fact of using tools multimediales which are an entire environment of applications where the integration of several elements is given like audio, video, images, animations, text, among other whose primordial objective is to offer information in an interactive, organized, quick, economic and friendly way for the user. It is also offers the possibility to offer the clients a tool to personalize their products with graphic immediate, available results the 24 hours of the day, to satisfy the pleasure and the client's style fully. Achieving a differentiation of the company in front of their direct and indirect competition, winning this way a competitive advantage.

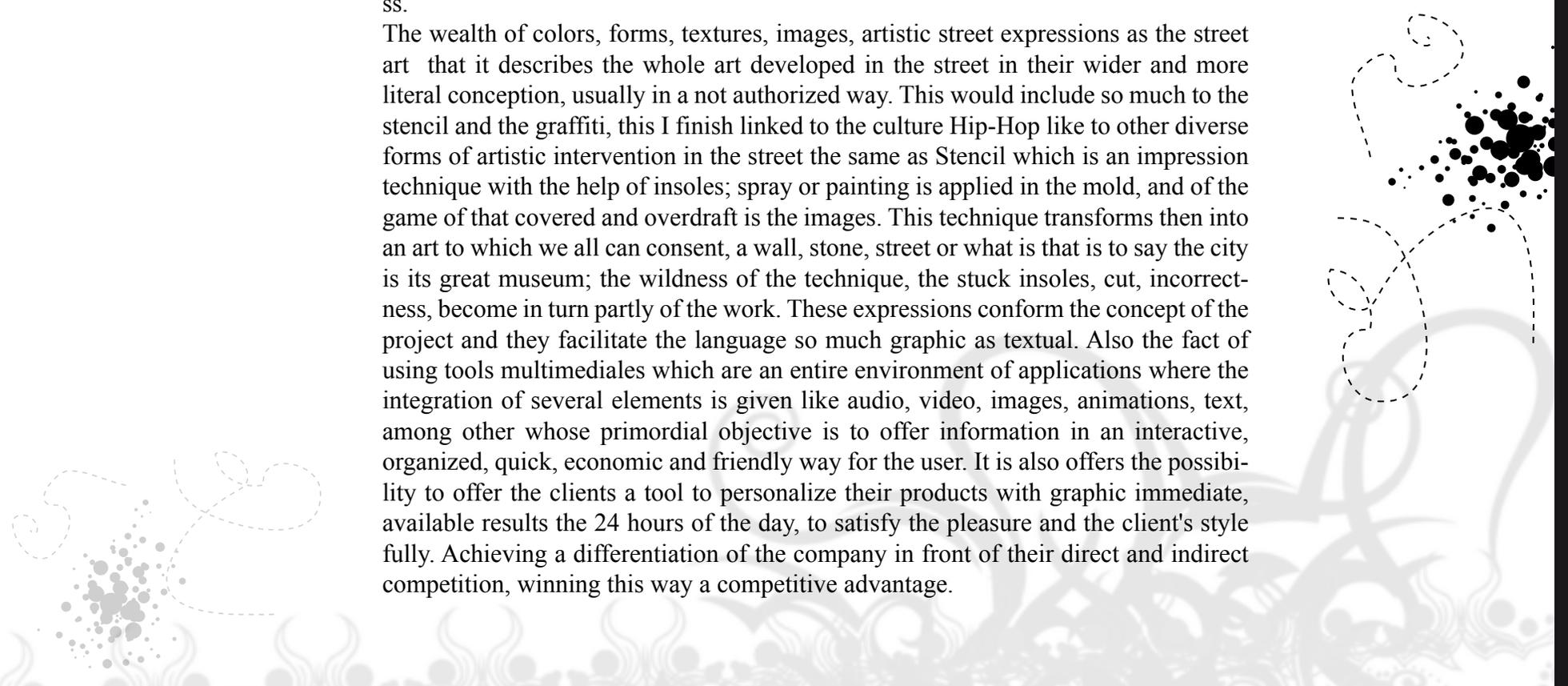


TABLA DE CONTENIDO

	Pag.
1. Introducción .	1
2. Título.	2
3. Formulación del problema.	3
4. Hipótesis.	4
5. Objetivo general.	5
6. Objetivos específicos.	5
7. Grupo objetivo.	6
8. Justificación.	7
9. Marco conceptual.	8
9.1 Interface.	8
9.2 Botón.	9
9.3 Street art.	9
9.4 Stencil.	10
9.5 Símbolos urbanos.	10
10. Documentación.	12
11. Proceso gráfico.	21
11.1 Bocetos.	21
11.2 Bocetos.	22
11.2.1 Bocetos.	24
11.3 Bocetos.	25
11.4 Apuesta gráfica.	27
11.5 Referentes Gráficos.	29
11.5.1 Elementos conceptuales.	36
11.5.2 Apuesta gráfica final.	37
11.5.3 Colores	39
11.6 tipografía	40
12. Conclusiones.	41
Anexos.	

1. INTRODUCCIÓN:

MHURO es una nueva empresa marroquinera dedicada al diseño y producción de maletines enfocada a innovar el concepto de la moda.

De igual manera MHURO Maletines y Accesorios, por ser una empresa joven necesita promocionar la imagen y sus productos de una manera rápida y económica, teniendo como propósito satisfacer el gusto de sus clientes, factor que no es prioridad en la mayoría de las empresas marroquineras dedicadas a la fabricación de maletines en la ciudad de San Juan de Pasto, donde el cliente no tiene la oportunidad de personalizar su producto y si la hay, éstas cobran un valor adicional por la elaboración de nuevos moldes, obteniendo un incremento en el valor del producto; de este modo el cliente termina conformándose con las propuestas que se ofrecen en el mercado actual sin quedar plenamente satisfecho con el producto adquirido.

Además de lo anteriormente mencionado, el proyecto se basa en la filosofía e identidad de la empresa, la cual es “Concientizar y mostrar a la gente la diversidad de enfoques ambientales, culturales y sociales, dirigiéndonos a un público que quiera transmitir sus emociones, ideas y conceptos; a la gente que quiere romper esquemas y *explorar* al “ser” en su concepto básico; *explorar* el continuo descubrimiento del hombre en la interminable invención de este mundo”. De igual manera para encaminar de forma correcta el concepto del proyecto, se toma como punto de partida algunas investigaciones acerca de la comunicación e identidad urbana que de cierto modo facilitaron la recopilación y análisis de símbolos que operan dentro de un sistema y la escena de la ritualidad urbana, teniendo como excusa la utilización de técnicas como el “stencil” y el “street art” en la decoración de los productos que se van a promocionar, los cuales serán el tema principal en el desarrollo del concepto para la pieza multimedial.



2. TÍTULO DEL PROYECTO

PORTAFOLIO INTERACTIVO “EXPLORA TU ESTILO”
DE LA EMPRESA MARROQUINERA
MAURO MALETINES Y ACCESORIOS.



3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cuál es la forma para dar a conocer la empresa MHURO de una manera rápida, eficiente y económica además de lograr satisfacer el gusto del cliente?



4. HIPÓTESIS

Creemos que al utilizar una pieza multimedial que le permita al cliente personalizar su producto lograremos promocionar y posicionar la empresa de una manera rápida y eficiente con un marcado factor de diferenciación



5. OBJETIVO GENERAL

- Desarrollar un entorno virtual e interactivo para integrar a los clientes y/o usuarios con la empresa y sus productos.

6. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Promocionar la marca y sus productos.
- Integrar al usuario en el proceso de diseño.
- Facilitar la obtención de los productos a clientes o usuarios en otras partes del país o del mundo.

7. GRUPO OBJETIVO

Nuestro mercado objetivo son jóvenes universitarios y profesionales, de ambos sexos en edades entre los 17 y 30 años, quienes buscan primordialmente elementos de valoración funcional, simbólica, emocional y económica; enfatizando en gustos novedosos creados en algunos casos por los mismos clientes y/o usuarios para obtener un factor de diferenciación en el mercado. Además por la filosofía basada en el contexto urbano y el manejo de herramientas multimediales que es coherente con este grupo de individuos.

8. JUSTIFICACIÓN

El mundo de la multimedia es todo un entorno de aplicaciones donde se da la integración de varios elementos como audio, video, imágenes, animaciones, texto, entre otros, cuyo objetivo primordial es brindar información de una manera interactiva, organizada, rápida, económica y amigable para el usuario. Además ofrece la posibilidad de brindar a los clientes una herramienta para personalizar sus productos con resultados gráficos inmediatos, disponibles las 24 horas del día, para satisfacer plenamente el gusto y estilo del cliente. Logrando así ser aceptados de una manera rápida y económica en el mercado tanto nacional como internacional.



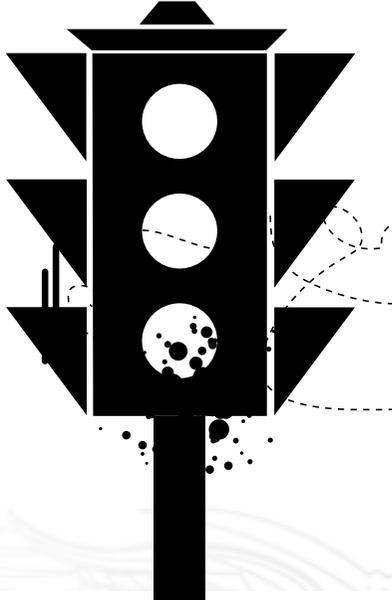


9. MARCO CONCEPTUAL

Dentro del proyecto se habla de conceptos o términos claves los cuales hemos utilizado para que éste sea convincente y coherente con el resultado esperado, estos son:



9.1 INTERFACE

- 
1. En el contexto del proceso de interacción persona-ordenador, la interfaz gráfica de usuario, es el artefacto tecnológico de un sistema interactivo que posibilita, a través del uso y la representación del lenguaje visual, una interacción amigable con un sistema informático.
 2. La interfaz gráfica de usuario es un conjunto de imágenes y objetos gráficos para representar la información y acciones disponibles en la interfaz. Habitualmente las acciones se realizan mediante manipulación directa para facilitar la interacción del usuario con la computadora.
 3. La interface surge como evolución de la línea de comandos de los primeros sistemas operativos y es pieza fundamental en un entorno gráfico.

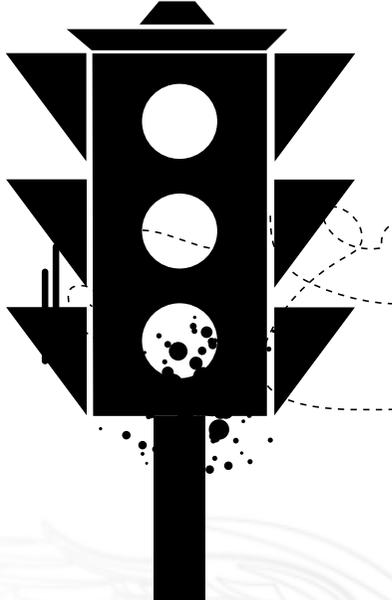


9.2 BOTÓN

1. es la representación gráfica de un enlace que se visualiza mediante un ícono o una palabra clave resaltada.



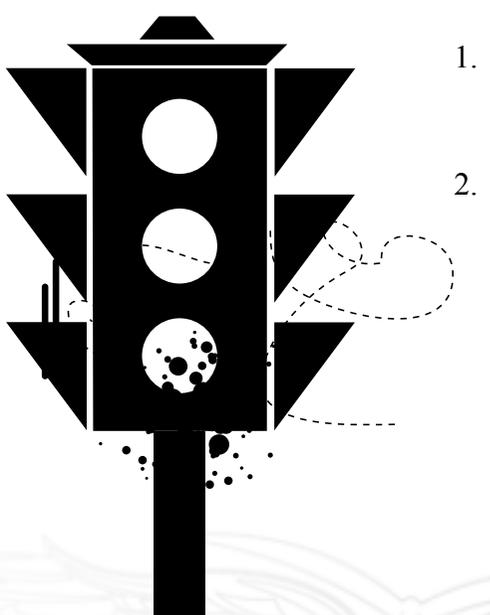
9.3 STREET ART

- 
1. El street art (arte callejero) del término inglés, en su concepción más amplia y literal describe todo el arte desarrollado en la calle, normalmente de manera no autorizada. Esto incluiría tanto al stencil y el grafiti, este último vinculado a la cultura Hip-Hop como a otras formas diversas de intervención artística en la calle.
 2. el término street art es el equivalente al post-grafiti que se viene usando para describir el trabajo de un conjunto heterogéneo de artistas que han ido desarrollando acciones artísticas en la calle mediante el uso de plantillas, posters, pegatinas y otras técnicas y códigos que se alejan del Grafiti.

A detailed illustration of a stencil tool, showing a rectangular frame with a mesh screen and a handle. Yellow arrows indicate the direction of paint application. The background features splatters of black and yellow paint.

9.4 STENCIL

1. Es importante saber que el proceso de estarcido se utilizaba ya en la antigua Roma, alcanzó el mayor grado de popularidad en Estados Unidos durante la década de 1960, cuando muchos artistas utilizaban como medio de expresión los colores puros y las imágenes de contornos marcados.
2. El estarcido o esténcil (Stencil) es una técnica de decoración en la que usa una plantilla en la que se ha recortado una zona que es usada para aplicar pintura.

A stylized black and white illustration of a traffic light with three circular lenses. The background is decorated with faint, intricate urban graffiti patterns.

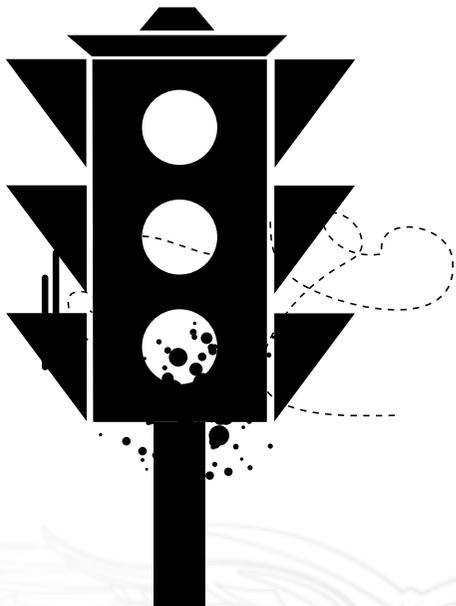
9.5 SÍMBOLOS URBANOS

1. Como su nombre lo indica los símbolos urbanos es un medio de comunicación o expresión de las vivencias y rituales del contorno urbano.
2. El proyecto se basa en algunas investigaciones acerca de la comunicación e identidad urbana que de cierto modo facilita la recopilación y análisis de símbolos que operan dentro de un sistema urbano, de lo que nos habla Jesús Martín-Barbero en la investigación publicada en su libro titulado "De los medios a las mediaciones". La cual dice: " que todos los Escenarios urbanos son entendidos como "lugares" de construcción de lo simbólico y puesta en escena de la ritualidad ciudadana, producción y recreación artística de una cultura en la que participan los grupos y los individuos como "actores" mediante su actividad de selección y reconocimiento".



9.5 SÍMBOLOS URBANOS

1. En el libro “Realidad de los jóvenes en América latina y en Colombia” del “movimiento juvenil Dominicano Colombia” dice: “Los símbolos urbanos ejercen una influencia muy grande en la formación de la identidad personal. Es tan grande la cantidad de información que recibimos por medio de estos que no alcanzamos a hacer un cuestionamiento crítico de lo que vemos y escuchamos. Por eso, aceptamos fácilmente muchos de los mensajes que recibimos por la televisión, el cine, la música, el internet, los medios impresos, etc. Que de cierta forma no dejan de ser símbolos o expresiones urbanas.



10. DOCUMENTACIÓN

Dentro de nuestro proyecto se manejaron las siguientes temáticas: street art, stencil y simbología urbana de las cuales el stencil es la temática principal ya que ésta es la utilizada para la decoración de los maletines elaborados en cuero carnaza.

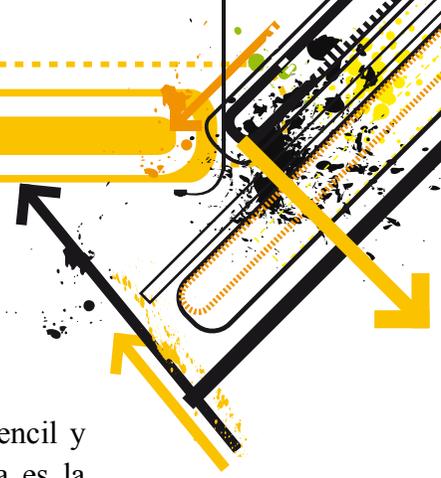
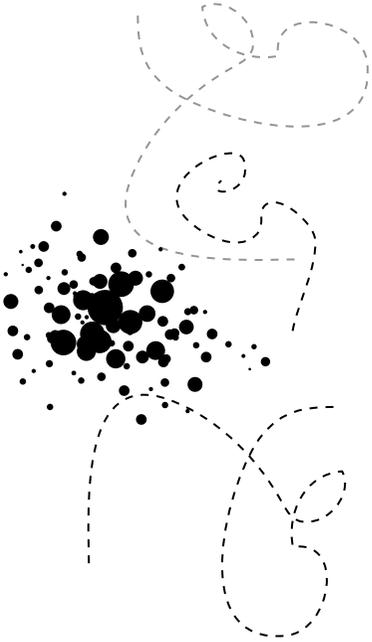
A continuación explicaremos las anteriores temáticas

◆ Street art:

Esta temática la utilizamos como medio de inspiración para la elaboración de los distintos pantallazos y la herramienta de personalización de maletines (Explora tu estilo), Donde el uso del street art es mayor.

El arte callejero o street art del término inglés, en su concepción más amplia y literal describe todo el arte desarrollado en la calle, normalmente de manera no autorizada. Esto incluiría tanto al stencil y el grafiti, este último vinculado a la cultura Hip-Hop como a otras formas diversas de intervención artística en la calle. Es importante realizar una comparación entre ellas para darnos cuenta de la riqueza y las infinitas posibilidades de expresión urbana.

Algunos grupos que practican el street art son:



10. DOCUMENTACIÓN

6EMEIA, DECORA EL ESPACIO URBANO: Es un grupo de artistas urbanos que trabajan en las calles de Sao Paulo. Las obras de Leonardo De la fuente y de Anderson Augusto se recogen en un proyecto que han denominado 6emeia y que consiste en decorar una de las piezas del arte mobiliario que más rechazo produce a la gente: las alcantarillas.



6emeia <http://www.loqueveo.net/category/street-art/>

10. DOCUMENTACIÓN

MARK JENKINS, STREET ART CONCEPTUAL: Es un artista callejero graduado en Geología por la Universidad de Virginia en USA. Después de observar una exhibición del grandioso escultor madrileño Juan Muñoz, le despertó en él una necesidad de expresarse a sí mismo mediante el arte. Las obras de Mark, dentro de la escena callejera, son probablemente unas de las que más me fascinan e intrigan. Este artista norteamericano disfruta jugando con el mobiliario urbano y creando mensajes alrededor de ellos. Las esculturas callejeras están muy ligadas al entorno de las mismas, cargándolas de incógnitas, preguntas, misterio y, en muchas ocasiones, de un sabor amargo.



<http://www.loqueveo.net/category/street-art/>

10. DOCUMENTACIÓN

BANKSY, STREET-ART CON CONTROVERSIA: Es un artista callejero originario de Bristol. Sus obras callejeras, buscan mucho la complicidad del entorno y giran alrededor de mensajes urbanos sencillos de captar por el caminante. Generalmente, el uso de las paredes o superficies donde realiza su obra, no se limitan a ser simples lienzos sino, al contrario, forman parte del propósito o mensaje. La controversia dada con este autor gira en torno a rumores y acusaciones por ciertos grupos que le critican haber vendido sus obras a galerías y famosos cuando su obra contiene críticas de carácter político y económico.



<http://www.loqueveo.net/category/street-art/>

10. DOCUMENTACIÓN

ASBESTOS, DUBLINENSE Y CALLEJERO: Asbestos , es un polifacético artista callejero que no solamente tiene su propio “sello”, mediante la ubicación de retratos estratégicamente colocados en distintos espacios de la calle, sino que además cubre otras facetas del street-art como la modificación del mobiliario urbano, la publicidad y sus fabulosas campañas de mensajes urbanos. Por cierto, en estas campañas de mensajes urbanos, el artista crea una retroalimentación con todo espectador que observa esta serie, aportando una dirección de correo electrónico para encontrar los objetos perdidos.



<http://www.loqueveo.net/category/street-art/>



10. DOCUMENTACIÓN

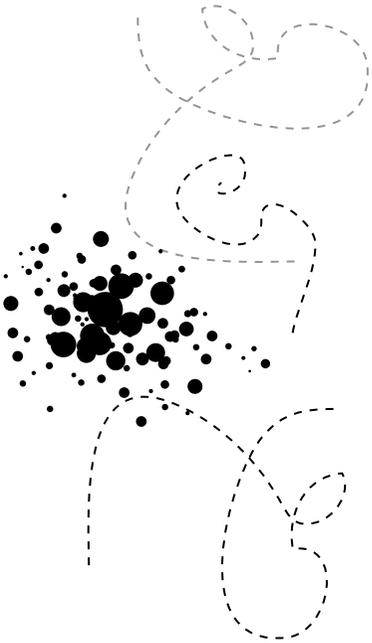


Stencil:

El concepto de stencil es lo que queremos resaltar gráficamente en la pieza multimedia, como se lo explica anteriormente, además el stencil aplicado sobre el cuero carnaza no es normal y es lo que la empresa quiere dar a conocer ya que es el valor agregado y diferencial con las demás empresas marroquineras de la región.

El "stencil" es una técnica de impresión a base de plantillas; spray o pintura se aplica en el molde, y del juego de lo cubierto y descubierto resultan las imágenes. Esta técnica se convierte pues en un arte al cual todos podemos acceder, una pared, piedra, calle o lo que sea es decir la ciudad es su gran museo; la rusticidad de la técnica, las plantillas adheridas, cortes, incorrecciones, se convierten a su vez en parte de la obra. Y el mensaje, va desde lo meramente lúdico y absurdo, casi surrealista, hasta lo grotesco y lo hiperreal; representa el espíritu más rebelde y contestatario, en muchos casos con espíritu de "guerrilla" contra-cultural.

Lo que sigue trata de poner un poco de orden a lo anterior teniendo como referentes algunos trabajos realizados por grupos que practican el Stencil.



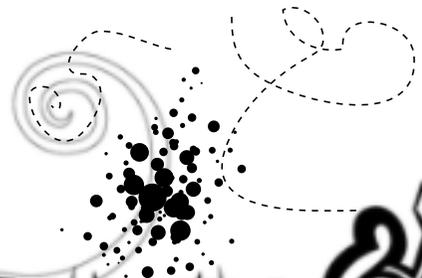
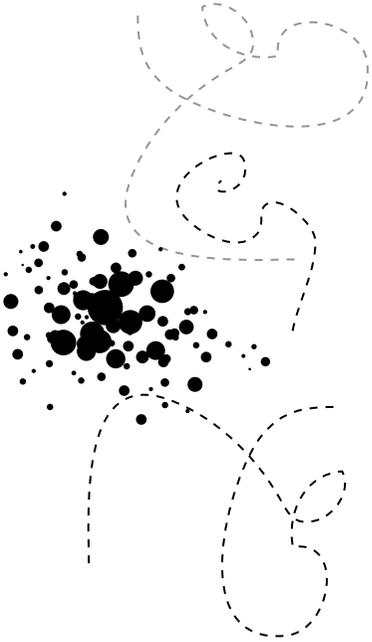
10. DOCUMENTACIÓN

Burzaco Stencil: Este grupo señala que posee una PC conectada todo el tiempo a Internet, en la que buscan incesantemente imágenes para diseñar. Además donde presentan sus diseños y a través de las cuales se comunican entre sí. Entendiéndose que el uso generalizado de Internet, tanto en la producción como en la circulación de los stencils, debe ser señalado como un indicador más del proceso de “desterritorialización cultural” como lo dice “Ana Wortman, profesora del instituto de investigaciones Gino Germani, facultad de ciencias sociales, universidad de buenos aires”, proceso en el cual se forjan referencias culturales desarraigadas que son utilizadas como insumos para elaborar sus mensajes por parte de quienes producen stencils. Así, vemos cómo el desarrollo del stencil se vincula directamente con el avance de la cultura internacional-popular, dado que, por lo general, los diseños se apoyan en imágenes provenientes de ésta, a partir de las cuales crean un nuevo mensaje. Algunos de los trabajos de Burzaco Stencil son:



10. DOCUMENTACIÓN

Grupo Fase: está integrado por diseñadores y por docentes de la Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo (FADU) de la Universidad de Buenos Aires FADU. Comentan que les gusta pintar en la Facultad de Arquitectura de la UBA, donde “es interesante lo que pasa con las personas que concurren porque están vinculadas profesionalmente con lo nuestro” Miguel F.



10. DOCUMENTACIÓN

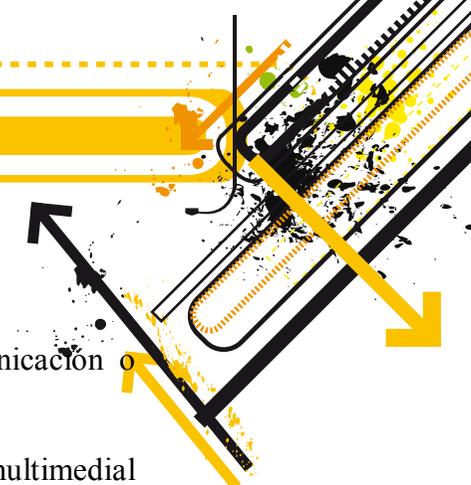
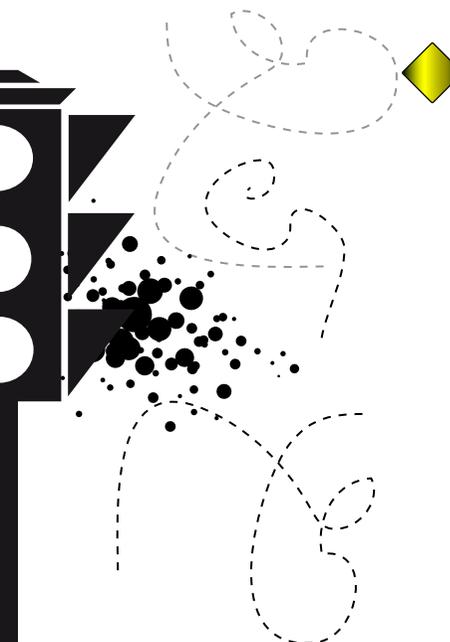
Simbología urbana

Como su nombre lo indica los símbolos urbanos es un medio de comunicación o expresión de las vivencias y rituales del contorno urbano.

Este concepto es de gran importancia dentro del desarrollo de la pieza multimedial porque la empresa refleja en el diseño de sus productos las vivencias y expresiones del entorno urbano.

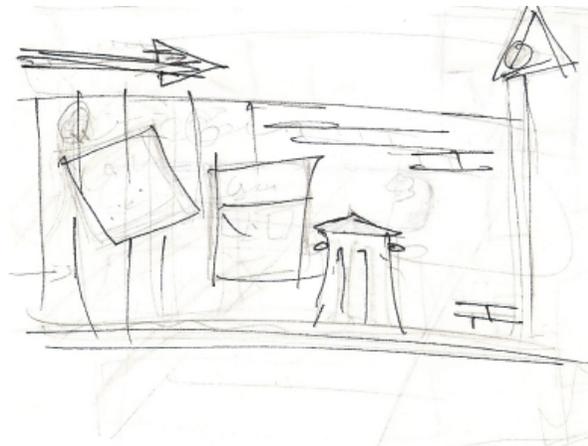
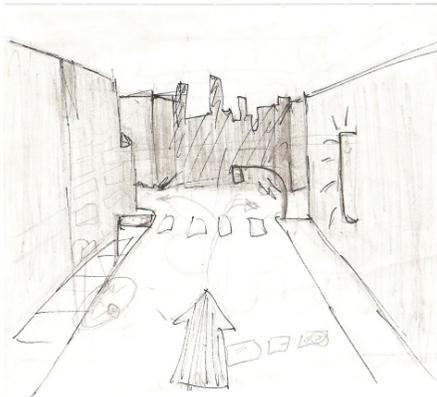
Teniendo en cuenta la temática y el concepto de la empresa los símbolos con los que se trabajó fueron los más representativos de un sistema urbano, algunos de estos son: Señales de tránsito, semáforos, carteles, pasacalles y hasta la mismas técnicas artísticas que hacen parte del entorno urbano.

A parte del material gráfico que se utilizò como punto de referencia, también se necesitó material teórico y explicativo para lograr que el resultado del proyecto refleje eficazmente el concepto urbano (el material teórico se encuentra en el mapa conceptual).



11. PROCESO GRÁFICO

11.1 BOCETOS 1





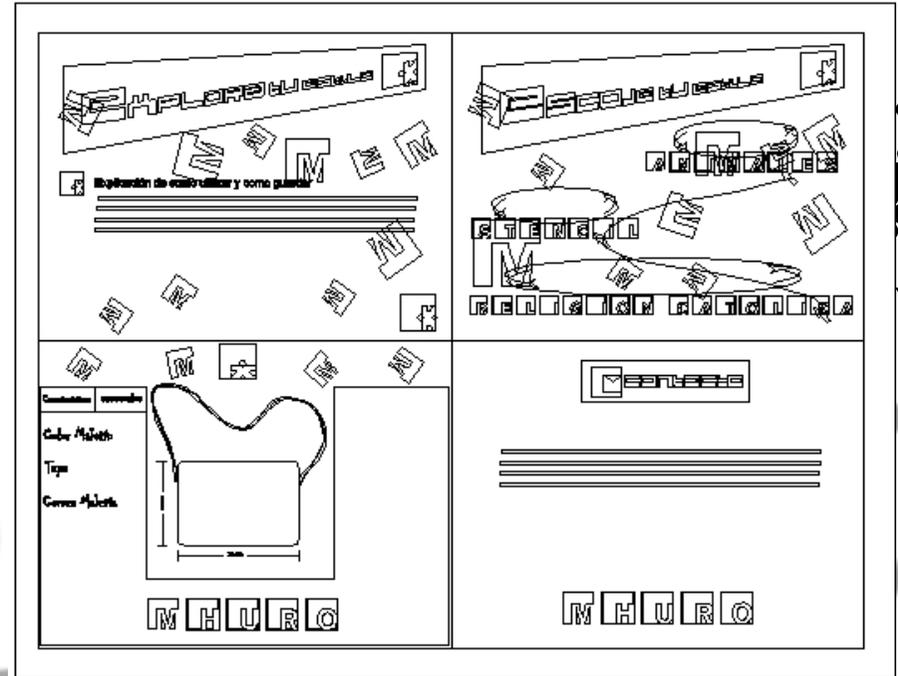
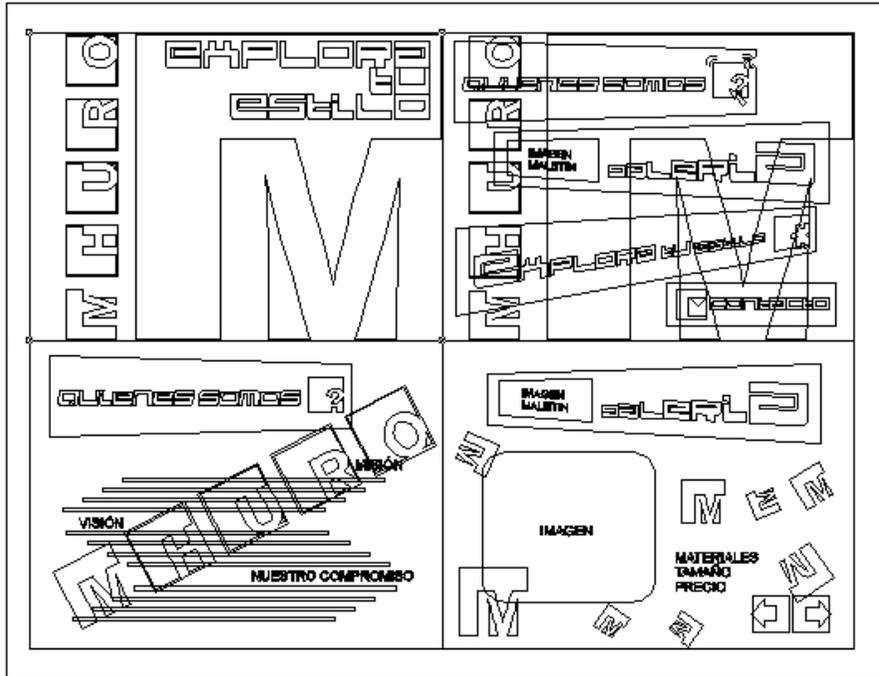
11. PROCESO GRÁFICO

11.2 BOCETOS 2

En los primeros bocetos sólo tuvimos en cuenta la imagen de la empresa y estábamos dejando en segundo plano el verdadero concepto de la empresa, como consecuencia de el resultado gráfico pobre muy pobre y no cumplía con el objetivo del proyecto, pero sirvió como base en el orden de los pantallazos de la pieza multimedial.

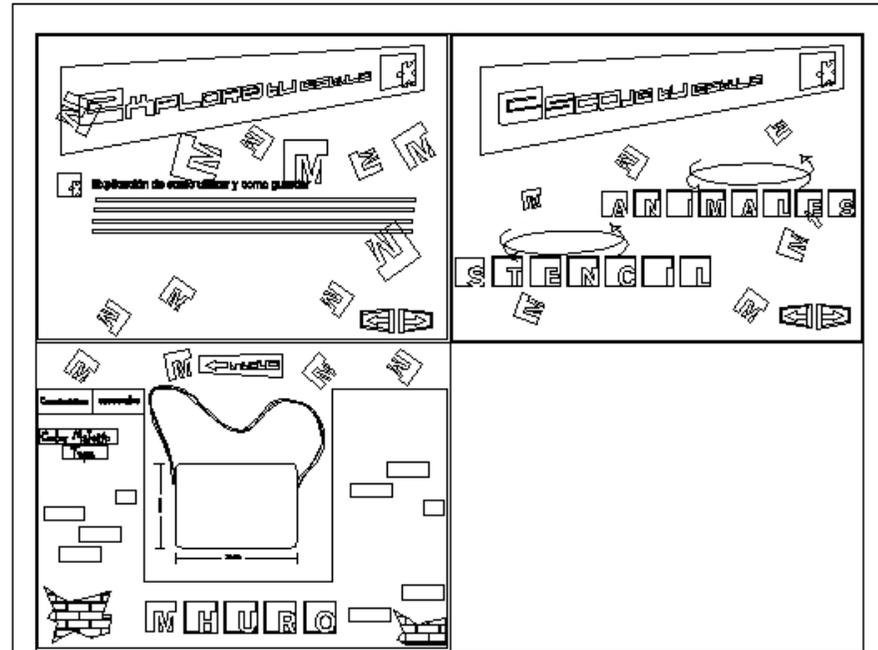
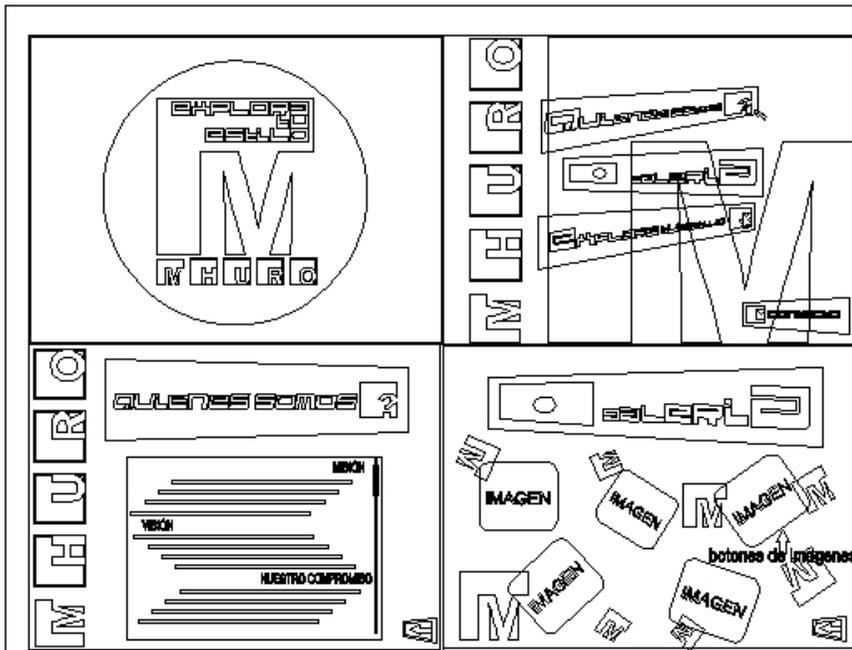
11. PROCESO GRÁFICO

11.2 BOCETOS 2



11. PROCESO GRÁFICO

11.2.1 BOCETOS 2





11. PROCESO GRÁFICO



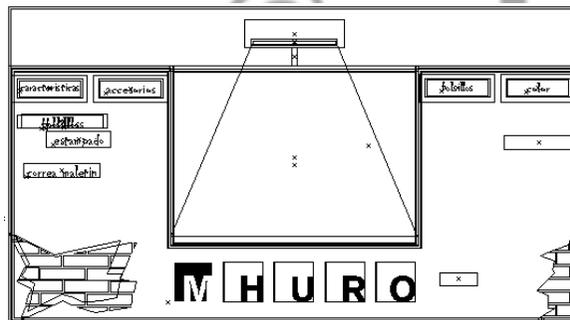
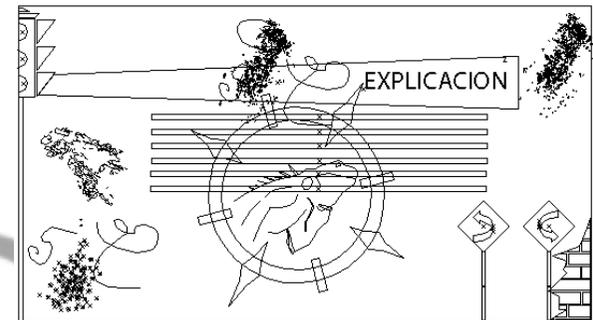
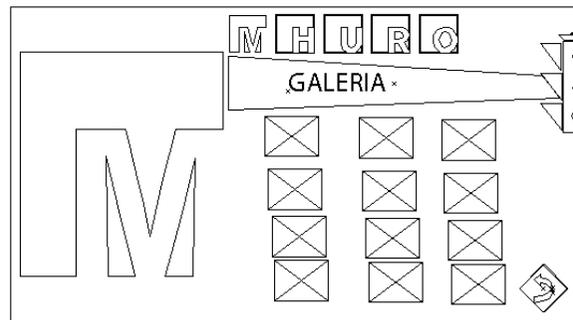
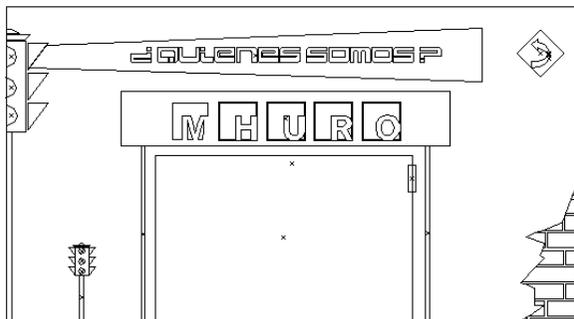
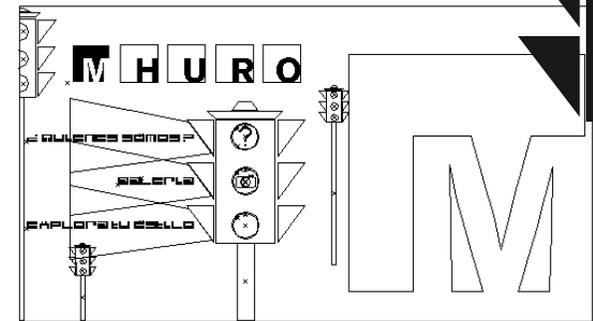
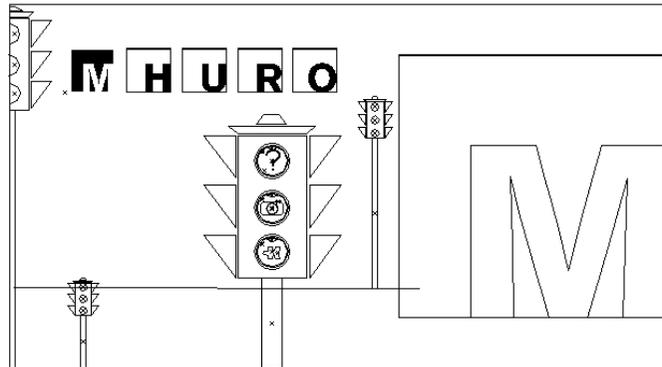
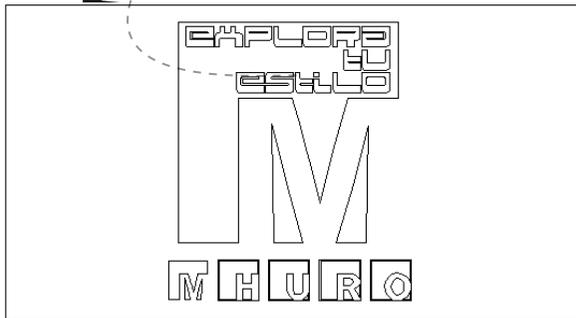
11.3 BOCETOS

En esta etapa quisimos trabajar a parte de la imagen de la empresa también el concepto, en este caso urbano, los bocetos de esta etapa muestran el uso de algunos símbolos representativos del entorno urbano en especial las señales de tránsito y semáforos, de igual manera comenzamos a trabajar las texturas y ambientes que se encuentran dentro de una ciudad.

Uno de los mayores cambios en los bocetos desde el punto de vista del concepto que deseábamos trabajar es la utilización del stencil en el diseño de los diferentes momentos de la pieza multimedial.

11. PROCESO GRÁFICO

11.3 BOCETOS





11. PROCESO GRÁFICO

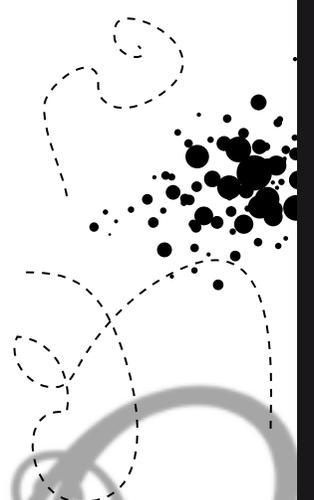
11.4 APLIESTA GRÁFICA



En este proceso comenzamos a unir los diferentes bocetos que elaboramos, y decidimos entrar de una manera mas profunda en el concepto urbano y todas sus expresiones. El primer cambio que hicimos fue comenzar a manejar la ironía del volúmen con lo plano, que es uno de los principios del stencil, esto nos ayudó a que los botones y vínculos se integren de manera coherente a la temática que se está utilizando.

El segundo cambio que no se había utilizado en la parte de bocetos es el uso de texturas o de ambientes urbanos que nos ayudaron a que la pieza multimedial tenga una fácil lectura y refleje lo que queremos expresar.

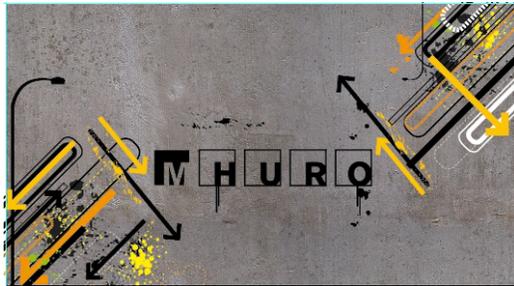
La unión de estos cambios nos permitió expresar los símbolos urbanos anteriormente mencionados utilizando como medio el stencil que es lo que el proyecto estaba buscando.



11. PROCESO GRÁFICO

11.4 APLIESTA GRÁFICA

INTRO



MENU PRINCIPAL



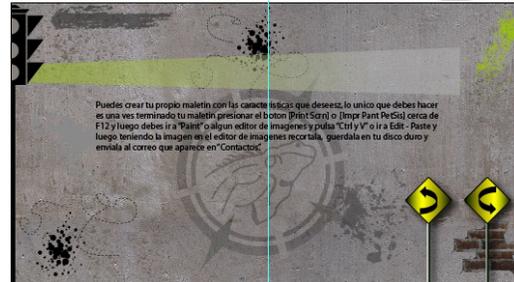
QUIÉNES SOMOS



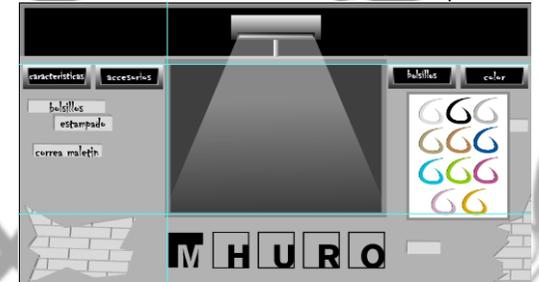
GALERÍA



EXPLORA TU ESTILO



HERRAMIENTA

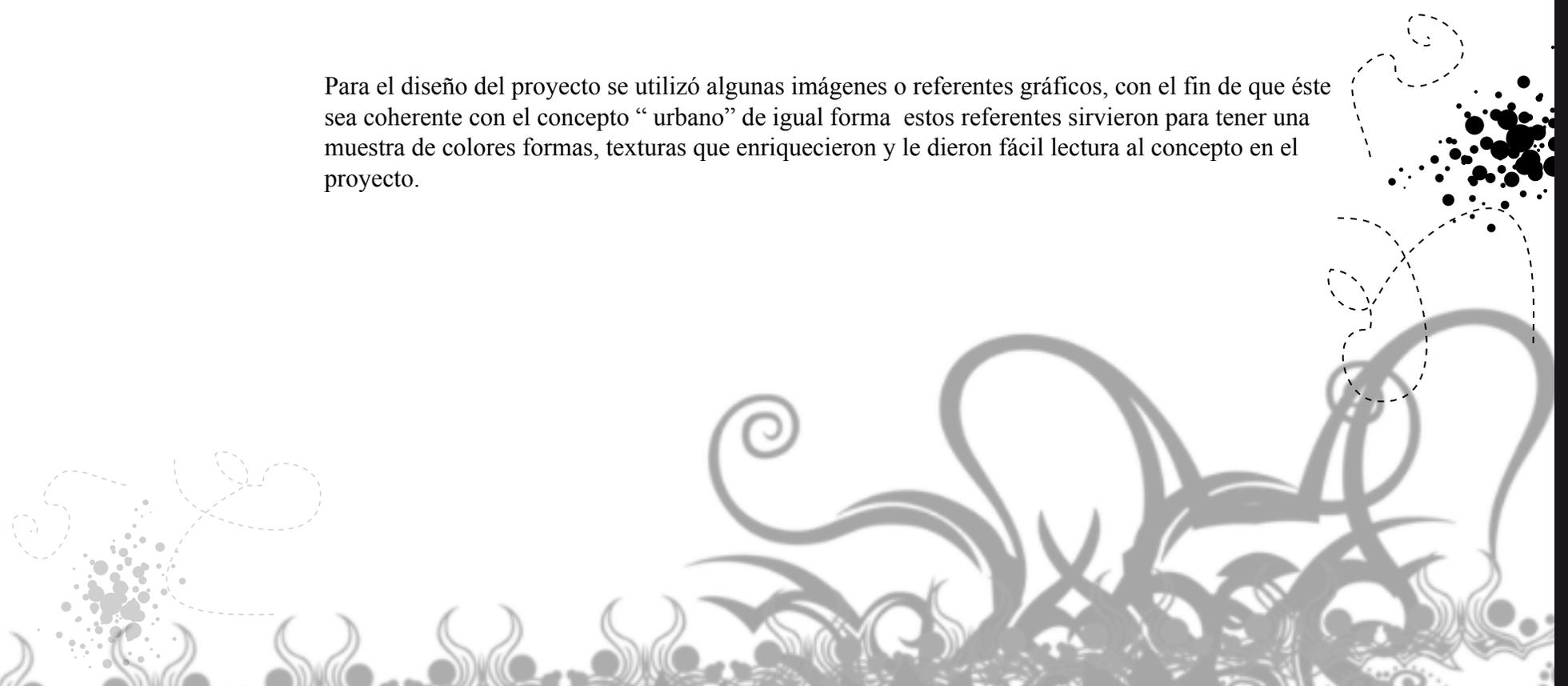




11. PROCESO GRÁFICO

11.5 REFERENTES GRÁFICOS

Para el diseño del proyecto se utilizó algunas imágenes o referentes gráficos, con el fin de que éste sea coherente con el concepto “urbano” de igual forma estos referentes sirvieron para tener una muestra de colores formas, texturas que enriquecieron y le dieron fácil lectura al concepto en el proyecto.



11. PROCESO GRÁFICO

11.5 REFERENTES GRÁFICOS

PAISAJES URBANOS

La mayoría de los pantallazos de la pieza Multimedial, son basados en los paisajes urbanos en diferentes etapas del día es decir el amanecer, el atardecer y la noche y todo el despliegue y mezcla de colores que estos tienen, que de cierto modo marcan la apariencia del proyecto

REFERENTE



Atardecer en la ciudad

RESULTADO



pantallazo resultante

11. PROCESO GRÁFICO

11.5 REFERENTES GRÁFICOS

REFERENTE



Anochecer en la ciudad



Atardecer en la ciudad

RESULTADO



pantallazo resultante



pantallazo resultante

11. PROCESO GRÁFICO

11.5 REFERENTES GRÁFICOS

Además de los paisajes urbanos también se trabajó como punto de referencia las la señalización que existe en las ciudades, este se utiliza en todo proyecto y lo podemos ver en los botones y en detalles de los pantallazos, esto nos permitió mezclar el volúmen con lo plano apoyándonos del stencil.

SEÑALIZACIÓN

Referente grafico (semáforos)



Semáforo 1



Semáforo colgante

resultado



11. PROCESO GRÁFICO

11.5 REFERENTES GRÁFICOS

SEÑALES DE TRÁNSITO

Estas se las trabajó para el diseño de los botones de regreso y avance ya que las señales de prevención vial utilizan flechas para indicar que hay una curva o determinada dirección. La cuales las adaptamos para facilitar el lenguaje del multimedia, por otra parte el contraste de amarillo y negro aumenta el impacto visual por la percepción que tenemos de dichas señales dentro del sistema urbano.

Referente



Señalización educativa “respete la cebra”



Señal de prevención vial

resultado



11. PROCESO GRÁFICO

11.5 REFERENTES GRÁFICOS

El street art o arte callejero es más notorio en la herramienta explora tu estilo (personalizar el maletín) el street art tiene muchas opciones (el grafitis, stencil, cartelismo entre otros), para expresar un mensaje, un estilo, una tendencia. De cierto modo la herramienta busca esto, además la riqueza de formas, técnicas dan al proyecto muchas alternativas para el diseño del proyecto.

Referente



street art

resultado



11. PROCESO GRÁFICO

11.5 REFERENTES GRÁFICOS

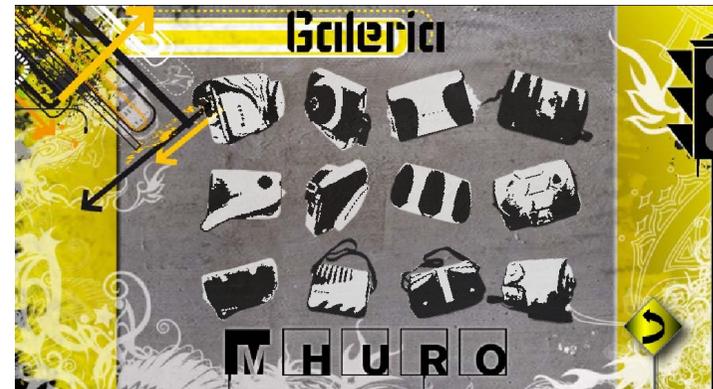
El stencil y street art se trabaja en todo el proyecto, es más son los prologuistas de este, todas las imágenes (los semáforos, señales, manchas) que se trabajan simulan el resultado de una pintura hecha con stencil, aparte de utilizarlos en la ambientación también se los trabajò para diseñar algunos botones, el pantallazo de galería y los de estampado de la herramienta de personalizar el producto son muestra de esto.

Referente

resultado



Burzako stencil





11. PROCESO GRÁFICO

11.5.1

ELEMENTOS CONCEPTUALES

SEMÁFORO

Dentro de el sistema o medio urbano, el semáforo tiene un significado claro, luz roja pare, luz amarilla alístese, luz verde adelante o siga, y dentro de nuestro proyecto es igual, este cuenta con tres partes o enlaces muy importantes: la galería, quiénes somos, y explora tú estilo, las cuales son representadas por el color de las luces del semáforo según su función.

la luz roja representa la opción quienes somos, donde las personas se detienen a pensar o darse cuenta que hace la empresa, cuál es su filosofía, su misión.

las luz amarilla representa la galería, en esta etapa los visitantes o clientes se preparan para el uso de la herramienta de personalización del producto mirando algunos de los trabajos, algunos colores y texturas.

finalmente se encuentra color verde que simboliza el arranque de la personalización del maletín, además esta herramienta es la base y realmente donde inicia el proyecto.





11. PROCESO GRÁFICO

11.5.2 APUESTA GRÁFICA FINAL

En la apuesta grafica final quisimos aumentar el impacto visual con el manejo de contrastes y colores típicos del stencil y street art y agregarles detalles como manchas e imperfecciones que inconscientemente hacen parte del resultado único de este tipo de técnicas.

También quisimos utilizar las texturas urbanas en un plano principal y no secundario como lo estábamos manejando, esto nos permitió resaltar y fusionar el nombre de la empresa con el “lienzo” (muros o paredes) de las técnicas artísticas urbanas.

11. PROCESO GRÁFICO

11.5.2 APUESTA GRÁFICA FINAL

INTRO



MENU PRINCIPAL



QUIÉNES SOMOS



GALERÍA



EXPLORA TU ESTILO



CONTACTOS



HERRAMIENTA



11. PROCESO GRÁFICO

11.5.3 COLORES

los colores que se utilizaron en este proyecto los manejamos de dos formas, la primera fue basándonos en los colores que la empresa utiliza en el diseño de los maletines (verde, fucsia, café, naranja, negro, miel, azul, arena, blanco, gris); por otra parte utilizamos los colores (amarillo, rojo, negro, blanco, verde, azul) mas utilizados en las técnicas artísticas urbanas ya mencionadas.



66CC00



999999



FF6600



694027



33CCFF



FFCCCC



000000



DD0080



000099



C0B792



11. PROCESO GRAFICO

11.6 TIPOGRAFÍA

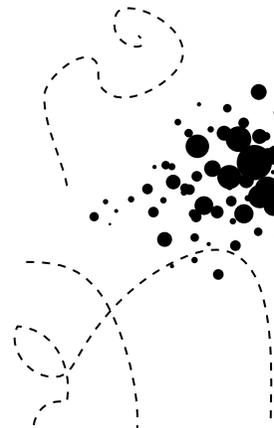
Las fuentes tipográficas utilizadas en la pieza multimedial son las siguientes:

KARISMA STENCIL: esta es una fuente de fantasía la cual se eligió por su semejanza a las plantillas utilizadas en el stencil, y lo mas importante, es de fácil lectura.

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm
Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

Tahoma: Es una fuente de palo seco y sin serifas; para dar una mayor legibilidad y claridad a los textos largos que requieren fácil interpretación.

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm
Nn Ññ Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

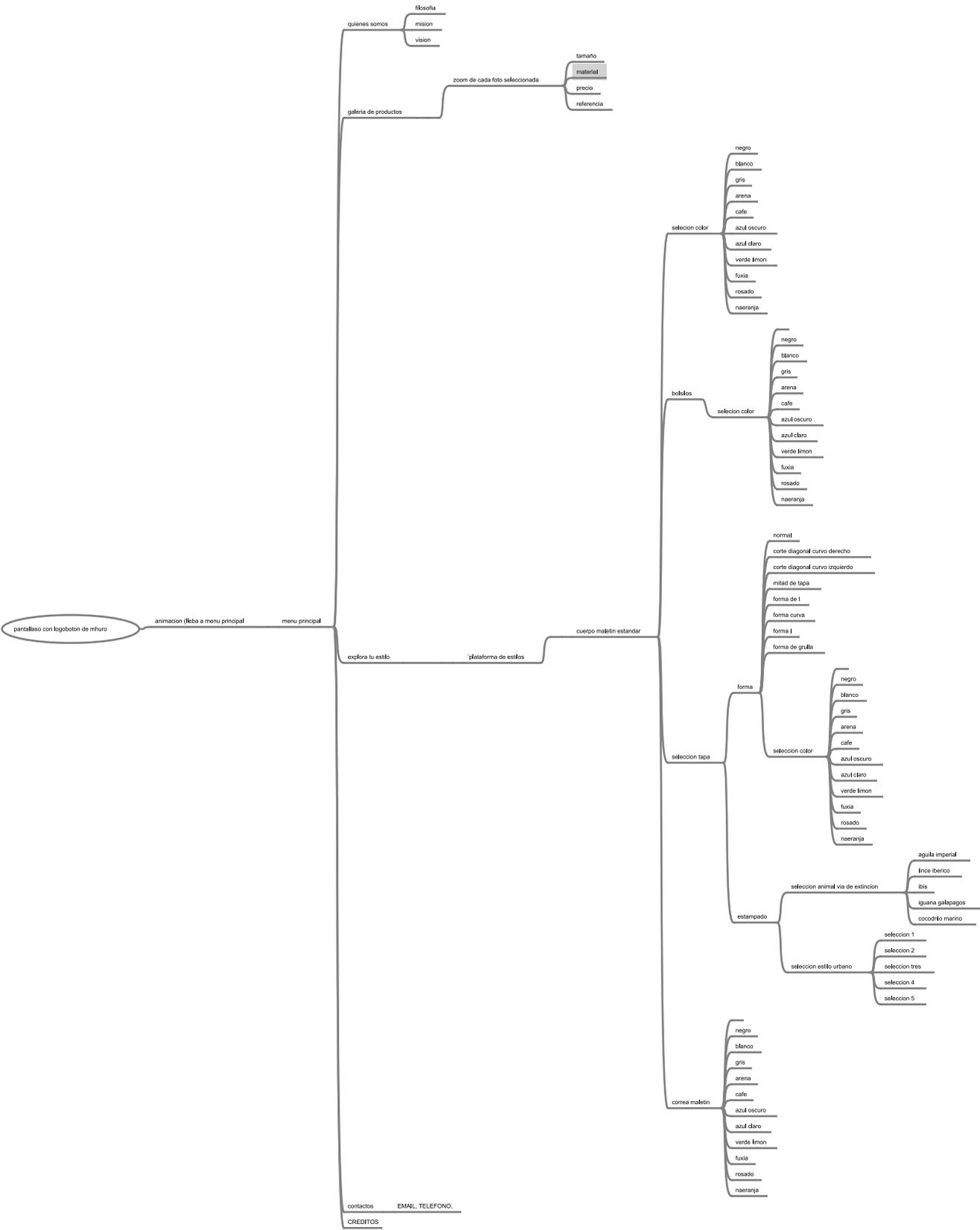


12. CONCLUSIONES

- El hecho de utilizar símbolos urbanos facilita la comunicación gráfica con los usuarios, por esta razón el proyecto relaciona los diferentes enlaces (quienes somos, galería, explora tu estilo, etc.) con los símbolos urbanos analizados; y también se trata de explicar algunos conceptos que los clientes o usuarios tal vez no conozcan como el stencil o simbología urbana.
- Con esta pieza multimedial logramos la diferenciación de la empresa frente a su competencia directa e indirecta, ganando así una ventaja competitiva.
- A nivel regional la herramienta de personalización de productos no es muy conocida, por lo que podemos decir que el grado de innovación es muy bueno, además el hecho de mezclar técnicas y conceptos urbanos con la marroquinería hace que sea una pieza multimedial innovadora, interesante y entretenida para el cliente y/o usuarios del proyecto.
- La utilización de técnicas multimediales nos permitió reconocer las ventajas que tienen cuando son aplicadas de manera correcta en un proyecto siempre y cuando este lo requiera, para lograr aprovechar todas las ventajas y/o virtudes de las piezas multimediales.

ANEXOS





METODOLOGÍA

RECOPIACION DE DATOS:

Se recopilaron todos los datos de organización (misión, visión, filosofía) e imagen (logotipos, colores, tipografía) y fotos de los productos de la empresa.

Elección del concepto para la multimedia (urbano), teniendo en cuenta la recopilación de datos, imagen y filosofía de la empresa.

Búsqueda de imágenes y sonidos relacionados al concepto.

DIVISIÓN Y ANÁLISIS:

DIVISIÓN:

- Distribución De Los datos Recopilados Según El Tema:
 - Datos relacionados a la imagen y organización de la empresa.
 - Datos relacionados al concepto que se utilizará en el multimedia.
 - Imágenes y elementos que conforman cada producto (maletines).
 - Selección tipo de animación, plataformas y sonidos.

ANALISIS:

- DATOS RELACIONADOS A LA IMAGEN Y ORGANISACIÓN DE LA EMPRESA:
 - Se analiza la visión, misión y filosofía de la empresa además los colores, logotipos y todos los elementos de su imagen corporativa con el fin de determinar el concepto adecuado para la elaboración del multimedia.
- DATOS RELACIONADOS AL CONCEPTO QUE SE UTILIZARA EN EL MULTIMEDIA:
 - Análisis de fotos e imágenes acerca del concepto, técnicas urbanas como el grafiti, stencil e iconografía, con el fin de extraer lo más representativo de estos para su posterior aplicación.
- IMÁGENES Y ELEMENTOS QUE CONFORMAN CADA PRODUCTO:
 - En esta parte se analizan los productos para determinar los elementos que los conforman como: tapas, correas, bolsillos,

DURACIÓN Y PRESUPUESTO

Duración: 5 meses.

SUMINISTROS	CANTIDAD	VALOR
Computadores	2	680000
Portaminas	2	2000
Repuestos minas	2	1000
Borradores	2	500
Cd's	2	2000
Memorias USB	2	100000
Lapiceros	2	40000
Impresiones		10000
Internet	1 mes	70000
Transporte	2	4800000
Sillas	2	100000
Resma de hojas	1	15000
Fotocopias	100	5000
Servicio de agua		50000
Servicio de energía		100000
Servicio telefónico		30000
Refrigerios	130	624000
Diseñadores	2	2000000
	TOTAL	4'273.500

