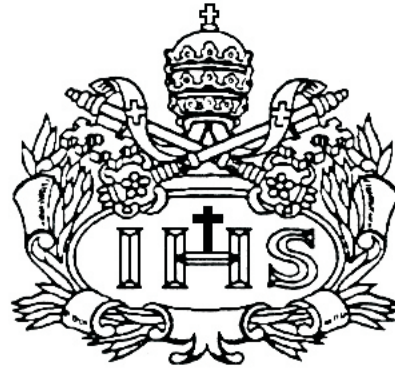


Y TÚ... Que imagen llevas de COLOMBIA???

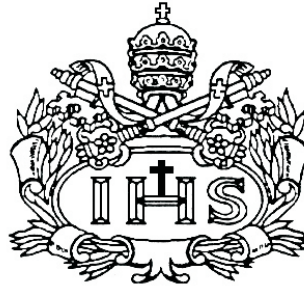


AUTOR

ANDREA PATRICIA ARCINIEGAS GOMEZ

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO
CARRERA DE DISEÑO INDUSTRIAL
Bogota D.C
2008**

Y TÚ... Que imagen llevas de COLOMBIA???



AUTOR

ANDREA PATRICIA ARCINIEGAS GOMEZ

Presentado para optar el título de Diseño Industrial

DIRECTOR

GIOVANNI FERRUCIO FERRONI DEL VALLE

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO
CARRERA DE DISEÑO INDUSTRIAL
Bogota D.C
2008**

Artículo 23 de la Resolución N° 13 DE Julio de 1946.

“La universidad no se hace responsable por los conceptos emitidos por sus alumnos en sus trabajos de tesis. Solo velara por que no se publique nada contrario al dogma y a la moral católica y por que la tesis no contengan ataques personales contra persona alguna, antes bien se vea en ellas el anhelo de buscar la verdad y la justicia”

RESUMEN DEL CONTENIDO EN ESPAÑOL E INGLÉS: (Máximo 250 palabras - 1530 caracteres):

Propuesta relacionada con Diseño de Experiencia para lograr la contextualización de lo grande que es Colombia desde el punto de vista social; priorizando en la oportunidad de mejores relaciones con el exterior y mejoramiento de su imagen.

SUMMARY OF THE CONTENT

Proposal related to Experience Design to achieve the contextualization of how big is Colombia from the social point of view; prioritizing the opportunity for better relations with the outside world and the improvement of its image.

DEDICATORIA

Primero que todo le quiero dedicar este gran logro a mis papas, Alfonso Arciniegas Cruz y Leonor Gómez Godoy, por apoyarme toda mi vida, por amarme y por estar siempre conmigo, simplemente por creer en mi.

A mi hermana Catalina Arciniegas por ayudarme y demostrarme que todo lo que uno quiere se logra con amor y dedicación.

También le dedico este logro a toda mi familia, por estar ahí, por creer en mi y por darme ese gran amor que hace que hoy sea lo que soy y por darme ese impulso para tener un excelente mañana.

Los amo mucho y mil gracias!!!

Andrea Arciniegas Gómez

AGRADECIMIENTOS

Alfonso Arciniegas y Leonor Gómez (Papas)

Catalina Arciniegas (Hermana)

D.I Giovanni Ferroni (Tutor)

D.I Juan Pablo Arenas (Tutor)

D.I Iván cufiño (Amigo)

Arq. Álvaro Córdoba (Amigo)

A cada uno de ustedes mil y mil gracias por la asesoría, los consejos y el tiempo que dedicaron en mí para que este proceso de proyecto de grado saliera con unos muy buenos resultados, se les quiere!!!

TABLA DE CONTENIDO

1.NOMBRE DEL PROYECTO	
2.TEMA DEL PROYECTO	
3.PLANTEAMIENTO DEL PROYECTO	1
4. ANÁLISIS DE LA PROBLEMÁTICA	1
Red de principales factores de la problemática de la imagen de Colombia	2
.....	3
.....	3
5. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO	4
A. Que es (y tu que imagen llevas de colombia?)? ¿Cual es la situacion actual de la imagen del pais?	5
B. JUSTIFICACIÓN SOCIAL	6
C. PORQUE ES IMPORTANTE UNA BUENA IMAGEN	6
D. A QUIEN VA DIRIGIDO?	7
6.OBJETIVOS	8
A. Objetivo General	9
B. Objetivos Especificos.....	10
		10
		10



7. LIMITES Y ALCANCES	11
A. Limites	11
B. Alcances	11
8. PLANTEAMIENTO CONCEPTUAL	12
9. DETERMINANTES, CONDICIONANTES Y REQUERIMIENTOS	13
10. PROPUESTA PROYECTUAL	14
.....	15
.....	16
J. Presentación de la alternativa seleccionada y el desarrollo de la propuesta proyectual planteada	17
.....	18
.....	19
K. Aspectos técnicos	20
.....	29
11. PROTOCOLOS DE COMPROBACIÓN	30
Infograma de protocolo de comprobación	30
12. FUENTES DE INFORMACIÓN	31
A. Bibliografía	31
B. Fuentes de internet	31



1. NOMBRE DEL PROYECTO



2. TEMA DEL PROYECTO

Con apoyo y respaldo de los procesos e industria nacional, realizaré una propuesta relacionada con el Diseño de Experiencia para lograr la contextualización de “lo grande que es Colombia” desde el punto de vista social; priorizando en la oportunidad de mejores relaciones con el exterior y mejoramiento de su imagen.

3. PLANTEAMIENTO DEL PROYECTO

Partiendo de una investigación y de un análisis del contexto nacional, se encontró que la imagen de nuestro país es equivocada o desconocida en muchos momentos. Con frecuencia oímos decir que “Colombia es peligrosa” y para quien nunca ha estado aquí se hace la idea de encuentros con narcoterroristas a fuego cruzado con la policía por exageración de los medios de comunicación. Si bien, sucede de vez en cuando, el aspecto de seguridad se considera más allá de las estadísticas de enfrentamientos violentos, también se considera otro tipo de indicadores como:

- Número de guerras externas y civiles
- Número de muertes por el crimen organizado
- Número de muertos en conflictos externos
- Nivel de organización de los grupos internos armados
- Relación difícil con países vecinos
- Número de desplazados por razones de inseguridad

Número de cárceles por cada 100,000 habitantes
Acceso fácil a armamento ligero
Número de misiles nucleares o armas de destrucción masiva

Por esto buscando la contextualización de “**lo grande que es Colombia**”; lograremos diseñar, aportar y adaptar elementos, basados en el perfil del usuario extranjero; respondiendo a las necesidades de cambio y mejores relaciones con el exterior, involucrando herramientas como la innovación, la diversificación y el marketing.

Los extranjeros que han vencido sus miedos y que han visitado Colombia, se llevan una grata sorpresa al encontrarse con un país desarrollado, con industria y gente pujante. Cuando vienen se sorprenden positivamente; sin embargo el mayor obstáculo para que decidan dar el primer paso es precisamente la percepción que de Colombia tiene el mundo, la cual está desbalanceada frente a su realidad. Es por esto que es importante que en el exterior conozcan el país, que nos den la oportunidad de mostrar nuestro tesoro: el capital humano, nuestra Gente; este es el objetivo.

Para llevar a cabo este proyecto se trabajara básicamente con fotografía digital, las cuales comunican, dejan tener una percepción de lo que se esta viendo y para registrar experiencias y momentos vividos.

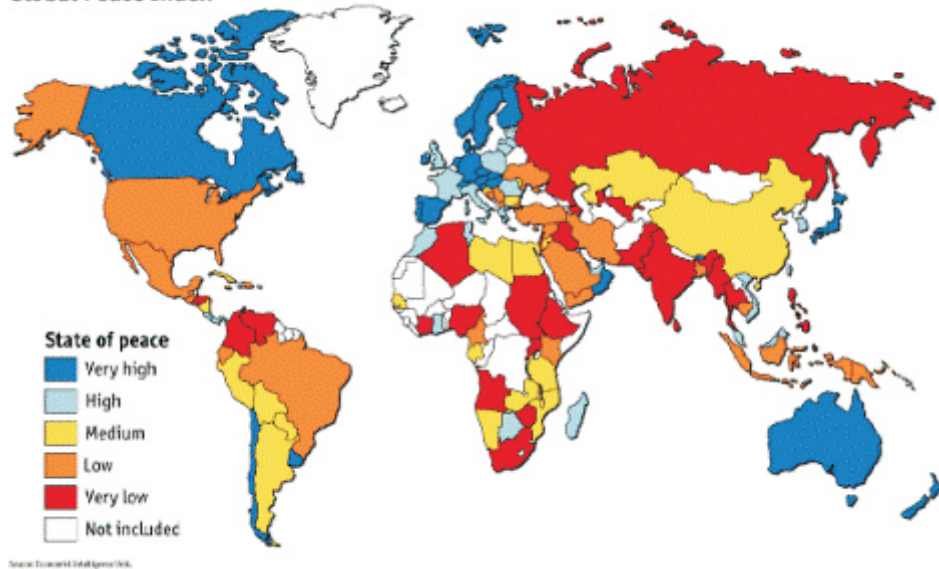
Las imágenes consignan experiencias.

Para llevarlo a cabo se diseñaran módulos para los aeropuertos internacionales en Colombia, hoteles, museos, en si sitios de interés turístico, que permitan compartir fotografías digitales de experiencias vividas en este país, así podremos ver como se percibe nuestro país, como se vive y como se siente por medio de imágenes.

4. ANÁLISIS DE LA PROBLEMÁTICA.

Red de principales factores de la problemática de la imagen de Colombia

El color azul es el menos violento, en mejores condiciones encontramos a Chile, España y Uruguay.
Global Peace Index



Y este es el *ranking* comparativo de algunos países:

- 1 Noruega
- 8 Canadá
- 9 Portugal
- 16 Chile
- 21 España
- 24 Uruguay
- 31 Costa Rica
- 34 Francia
- 45 Panamá
- 52 Argentina
- 55 Paraguay
- 59 Cuba
- 66 Nicaragua
- 69 Bolivia
- 70 Perú
- 79 México
- 83 Brasil
- 87 Ecuador
- 89 El Salvador
- 93 Guatemala
- 96 Estados Unidos de América
- 98 Honduras
- 102 Venezuela
- **116 Colombia**
- 121 Iraq

Generalmente cada país mantiene un boletín de información respecto a zonas de mayor peligrosidad,

Muchos extranjeros que han vencido sus miedos y que han visitado Colombia, se llevan una grata sorpresa al encontrarse con un país desarrollado, con industria y gente pujante. Cuando vienen se sorprenden positivamente; sin embargo el mayor obstáculo para que decidan dar el primer paso es precisamente la percepción que de Colombia tiene el mundo, la cual está desbalanceada frente a su realidad. Es por esto que es importante que en el exterior conozcan el país, que nos den la oportunidad de mostrar nuestro tesoro: el capital humano, nuestra Gente; este es el principal objetivo.

Este modulo va dirigida fundamentalmente a un público internacional, sin embargo necesito que todos y cada uno de los colombianos entiendan su filosofía y sean concientes sobre la importancia que tiene poseer una buena imagen, sobre todo económica y filantrópica.

Para que el objetivo cumpla el cambio de una mala imagen del país y sobreponerse a los obstáculos significativos descritos, es necesario que todos y cada uno de los colombianos sepamos, entendamos y multipliquemos el mensaje de la funcionalidad de estos módulos. Este será un modulo que nos pertenece a todos, y en la medida en que valoremos su importancia y la hagamos realmente un símbolo de nuestra cultura podremos obtener los beneficios económicos y de calidad de vida que esta nos puede representar. Buscamos apasionar a todos los colombianos porque queremos que el mundo sepa que **Colombia Es Fascinante**.

Para esto es clave que los Colombianos tengamos una apropiación de nuestro país, que hable con la gente de afuera de todo lo que puede conocer, comer y disfrutar en este país lleno de culturas. Y así, cuando todos estemos mirando hacia el mismo lugar, y el resto del mundo observe las bondades de este país, que este no es un país cualquiera y, por ende, todo ese esfuerzo se hará tangible en incremento de inversión extranjera, en turismo, en exportaciones y mucho más.

5. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO.

a. Qué es (Y tú... Que imagen llevas de Colombia?) ? ¿Cual es la situación actual de la imagen del país?

Desde hace varios años Colombia se consolida como un destino turístico de gran importancia en Suramérica. Recorriéndolo, encontrara que puede visitar desde las cumbres nevadas de los andes, hasta desiertos de gran belleza, pasando por paramos, bosques de niebla, valles, llanos, selvas y costas, que a su vez adornados por ríos, lagunas, cascadas y una infinita variedad de flora y fauna.

El territorio posee vestigios indígenas de gran reconocimiento y sus artesanías son apetecidas en todo el mundo, así como su café. Cada rincón exalta sus fiestas y ferias populares, y su gente es amable, generosa y valiente. Ciudades modernas y antiguas mezclan el glorioso pasado con el porvenir positivo que crece día a día. Esta es una invitación a conocer uno de los países más bellos del mundo.

Y esto es lo que se quiere comunicar, que lo conozcan, que vengan, que simplemente se cambie el miedo por la mala imagen y se arriesguen a venir a uno de los países mas bellos del mundo.

Para llegar a obtener esto se trabajara con fotografía la cual llega para registrar cada uno de los eventos públicos de las sociedades signadas por la velocidad, la maquinaria, las construcciones de gran escala pero también, las marchas de la gente, pero también la existencia privada, el movimiento de los cuerpos humanos, sus invenciones estéticas, sus modas, sus sueños, las imágenes con las cuales se consignan experiencias.

La fotografía aparece en sociedad unida al concepto de lo moderno, ya que este concepto implica un ejercicio mecánico, tecnológico, de carácter reproductivo y masivo. Nos encontramos con un hecho por completo distinto: la cámara reemplaza a la producción manual, confrontándonos con un icono dependiente más de las posibilidades de la máquina que del cuerpo humano.

-En la fotografía hay siempre algo representado, al contrario que en el texto

-La inmovilidad de la foto es el resultado de una confusión entre lo real y lo viviente

- El papel de la imagen (su experiencia)
- La Colombia de la década de los noventa; no la convulsionada por la guerra sino aquella que posa ante la cámara con un gesto de alegría.
- Es a partir de ese gesto: el cotidiano y familiar que se consigna en las colecciones fotográficas de familia que pensamos en la alternativa de rastrear en comunicación otras sendas para la sociedad colombiana.
- El pensamiento cultural de nuestro tiempo
- Tradicción y modernidad
- La fotografía es la expresión visual de una sociedad altamente individualista

a. Justificación Social

La idea de poder brindar la oportunidad de cambiar la imagen ante el mundo, ampliar el conocimiento de la gente sobre el país, le brindara a muchos Colombianos que viven o viajan al extranjero que experimentan la vaga recordación del mundo sobre la belleza de nuestro país. Los medios tienen a Colombia retratada como la tierra de la droga y de violencia. Las películas muestran ciudades colombianas como pequeños pueblos donde ladrones, armas y guerra son los protagonistas.

Es por tanto el proposito de cambio, mostrar al mundo las bondades y cuánto más es Colombia.

Tenemos un nombre, una reputación y una identidad que significa mucho, no solo somos guerra y problemas, es un país lleno de cosas que ofrecer.

Este es tu país, aquí naciste, creciste y has vivido por mucho tiempo; y si alguna vez has estado fuera, lo has extrañado, porque este país llama, te grita fuertemente que vuelvas y lo acompañes para contarle al mundo por qué Colombia es grande.

"Somos una persona, somos una cultura, somos un ritmo, somos una raza, somos una tierra llena de sabor y de muchas personas que saben lo que quieren, pero todos somos iguales, por eso somos uno, somos latinos"

a. Por que es importante una buena imagen del país?

En los últimos años, el país ha registrado importantísimos avances en diferentes aspectos como seguridad, economía, indicadores de calidad de vida, entre otros. Todos los días podemos resaltar logros empresariales, artísticos, deportivos y personales, entre los 44 millones de colombianos. Nos encontramos en lo que llamamos "momento de la verdad", una oportunidad para mostrar estos cambios al mundo, que de no aprovecharse, nos pasará de largo y seguiremos perdiendo valiosas oportunidades para nuestro país.

Para un país tener una imagen propia significa poseer una identidad, un nombre y una reputación. En la coyuntura actual de globalización, es muy importante que los países se diferencien de otros para así competir en el mercado internacional. Finalmente los países son productos que las personas, las empresas y hasta otros países consumen a través de tres frentes: Exportación, Turismo e Inversión.

b. A quien va dirigido?

Turismo Exterior

-Turismo es el movimiento migratorio temporal, por tierra, mar o aire, que desplaza a los turistas de un punto geográfico a otro. La corriente turística puede desarrollarse dentro o fuera de un mismo país, generando el concepto de turismo interior, **turismo exterior** y turismo receptivo.

-Según la Organización Mundial del Turismo de las Naciones Unidas, el **turismo** comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos.

-Es aquella persona que visita distintos puntos de su país, o del planeta, y que lo hace para aprender más o para aumentar su conocimiento cultural.

El turismo y la "Inseguridad en los países hispanos"

Con frecuencia, cuando alguien viaja a nuestros países la primera pregunta que hace es:

Qué tan inseguro es?

¡Tenemos que eliminar barreras que existe con el exterior y un medio para conseguirlo es con el turismo!

a. Como se va a dirigir al usuario?

Experiencia

Experiencia es una forma de conocimiento o habilidad derivados de la observación, de la vivencia de un evento o proveniente de las cosas que suceden en la vida.

Conocimiento de la vida adquirido por las circunstancias o situaciones vividas.

Tipos de Experiencia

Según su alcance, las experiencias pueden ser deseables, no deseables; voluntarias, no voluntarias; personales o grupales,...

Según el medio pueden ser **digitales** (texto, imagen, sonido, animación), en dispositivos fijos o móviles o físicas (locales comerciales, trabajo en oficinas, conversaciones).

Cualquier hecho vital es susceptible de ser “experimentado”, desde los puntos cardinales de la vida como el nacimiento o la muerte hasta las acciones más cotidianas: leer, viajar, preguntar, conversar, llamar por teléfono, jugar, ver películas, cenar,...

La Experiencia de Usuario

Se entiende por Experiencia del Usuario el conjunto de factores y elementos que determinan una interacción satisfactoria del usuario con un entorno o dispositivo concretos. En ella influyen desde el diseño gráfico, la estética, hasta la articulación de la interfaz y la funcionalidad definida por el diseño de interacción

Diseño de experiencias

El diseño de experiencias se basa en la identificación de los 'momentos' de vínculos emocionales entre las personas y los recuerdos que producen estos momentos.

6. OBJETIVOS

a. Objetivo General

Lograr la contextualización de “lo grande que es Colombia” desde el punto de vista social; priorizando en la oportunidad de mejores relaciones con el exterior y mejoramiento de su imagen.

b. Objetivos Específicos

- Para disminuir el problema de distorsión de la imagen de Colombia, en el sentido de acercar la percepción errónea a la realidad.
- Para contrarrestar los efectos de las atemorizadas advertencias de viajar hacia Colombia
- Para promover el país y avanzar en su posicionamiento como destino latinoamericano
- Para dar a conocer las diferentes posibilidades que hay para el visitante en Colombia, para conocerla y disfrutarla
- Mantener una comunicación abierta constante del extranjero hacia Colombia
- Expandir acceso virtual
- Establecer una relación y una nueva imagen de Colombia hacia el resto del mundo
- Transmitir nuevas experiencias a partir de fotografías
- Transmitir impacto hacia la imagen de Colombia
- Prestar un servicio público (información sobre Colombia vista por extranjeros)
- Mejorar calidad como destino turístico de la zona-
- Hacer más fácil la estancia a los potenciales turistas
- Aumentar la llegada de más turistas facilitando y haciendo más tranquila su estancia.

7. LIMITES Y ALCANCES

a. Limites

Mi propósito limita en que estarán ubicados en diferentes lugares, logren e impacten y se destaquen de tal modo que permitan la satisfacción en Colombia, que se estén usando y se este aprovechando para lo que esta diseñado, que llenen las expectativas sociales, que promocionen la cultura colombiana y cumplan con las expectativas tanto de los colombianos como de los extranjeros.

- Solo en sitios de interés turístico
- Uso máximo de 15 minutos por persona
- Que represente únicamente a Colombia
- No se pueden subir fotos desde Internet (única forma desde Colombia)
- Se pueden mandar fotos (como postales) desde Colombia
- De uso básico
- Imágenes de país

b. Alcances

El proposito es obtener un buen resultado, un alto grado de desempeño con alta calidad en materiales y tecnología en estos módulos. Los medios que utilizare para promocionar estos módulos y su portal en Internet , llegarán a diversos países del mundo, lo cual hace necesaria la **implementación del modulo y su portal en otros idiomas**; así mismo la información adquirida por personas fuera de Colombia, tendré que **indagar en trámites legales, y sistema de legalización fuera del país**; siendo un punto prioritario en la empresa para que **entidades de pago por Internet**, se preste para que se logre sostener este sistema por medios de comunicación (publicidad).

Es importante tener presente la **legalización de la empresa**, espero realizar estas certificaciones una vez se proyecte en Colombia y de unas buenas expectativas en el exterior.

8. PLANTEAMIENTO CONCEPTUAL

La propuesta involucra el diseño y desarrollo de una experiencia en un usuario, para lograr la contextualización de los aspectos sociales y culturales de Colombia en diferentes medios; permitiendo el avance y crecimiento de sus relaciones internacionales, priorizando en el mejoramiento de su imagen.

Esta propuesta se enfoca en que las personas puedan mostrar a través de una o más fotos lo que creen que es Colombia, la primera imagen que se les viene de nuestro país, que se represente muy expresivamente.

9. DETERMINANTES, CONDICIONANTES Y REQUERIMIENTOS

<p>Determinantes</p> <ul style="list-style-type: none">- Mantener estándares de calidad colombianos, en cuanto a los materiales y a procesos de producción- Cumplir con los parámetros establecidos en los lugares donde sea expuesto el modulo- Mantener el portal Web seguro y dinámico, permitiendo la facilidad de uso	<p>Condicionantes</p> <ul style="list-style-type: none">- Lograr revisar y asumir que los proveedores de materia prima cumplen con los requisitos de calidad de los materiales.- tener una administración constante del sistema y de cómo se esta usando el modulo (mantenimiento).- Mantener medidas de seguridad de la información que se le este suministrando al extranjero por Internet.
<p>Requerimientos</p> <ul style="list-style-type: none">- Información de cada unos de los procesos de uso- No depender solo de los extranjeros, que cualquier tipo de persona comparta su foto para ayudar al mejoramiento de imagen.- Un dominio del sistema que permita actualizaciones rápidas e implementen los servicios de este.	

10. PROPUESTA PROYECTUAL.

Diseño y desarrollo de una experiencia en un usuario, para lograr la contextualización de los aspectos sociales y culturales de Colombia en diferentes medios; permitiendo el avance y crecimiento de sus relaciones internacionales, priorizando en el mejoramiento de su imagen.

Para llevarlo a cabo se diseñaran módulos para los aeropuertos internacionales en Colombia, hoteles, museos, en si sitios de interés turístico, que permitan compartir fotografías digitales de experiencias vividas en este país, así podremos ver como se percibe nuestro país, como lo viven y como lo sienten por medio de imágenes.

Este proyecto se trabajara básicamente con fotografía digital, las cuales comunican, dejan tener una percepción de lo que se esta viendo y para registrar experiencias y momentos vividos.

Fotografía digital

Consiste en la grabación de imágenes mediante una cámara, de forma análoga a la fotografía clásica. Sin embargo, así como en esta última las imágenes quedan grabadas sobre una película y se revelan posteriormente mediante un proceso químico, en la fotografía digital las imágenes son capturadas por un sensor electrónico que dispone de múltiples unidades fotosensibles y desde allí se archivan en otro elemento electrónico que constituye la memoria.

Ventajas

Una gran ventaja de este sistema respecto a la fotografía clásica es que permite disponer de las imágenes grabadas al instante, sin necesidad de llevar la película al laboratorio y esperar un cierto tiempo hasta que éste entregue las fotos reveladas.

En la cámara digital pueden verse en una pantalla las fotos que se acaban de tomar. La cámara se puede conectar a un ordenador u otro dispositivo capaz de mostrar las fotos en un monitor. Como tienen formato informático, las fotos pueden enviarse directamente por correo electrónico, publicarse en la web y se pueden procesar con programas de tratamiento fotográfico en un ordenador.

Como será el uso de el sistema en los módulos?

LA SIGUIENTE SIMPLICIDAD

La vida fácil. Lo sencillo es más. Mas fácil de usar, mas eficaz, mas eficiente. Más útil. En un mundo en el que todo aquello que nos rodea, desde las relaciones interpersonales hasta las inter estatales, desde los teléfonos hasta las microondas, es cada vez mas complejo, los que apuestan por la sencillez parten con mucho ganado de antemano. Menús, flechas, lenguajes, teclas, botones, pantallas, cables... decenas de funciones súper puestas, solapándose, tapándose unas a otras. Una modalidad más de sobre información que nos crea confusión. ¿Cuál es el objeto del diseño industrial en esta encrucijada? "hacer la vida mas fácil", podría ser una respuesta. O también, "hacer la vida mas sencilla en lo estético y en lo funcional" o acercar lo racional y lo emocional, lo intuitivo y lo mas avanzado en tecnología. "la sencillez es la ultima sofisticación", afirmo Leonardo Da Vinci. "El objetivo es la funcionalidad, la facilidad de uso y la interacción", afirma Bertrand Rigot coordinador y director de contenidos de esta iniciativa que la compañía neerlandesa Philips ha adoptado como filosofía vital.

En donde mas será usado aparte de Colombia?

Este modulo se instalara no solo en los puntos turísticos significativos en Colombia, la idea es llevar este a diferentes plazas del mundo, para que las personas que residen en el exterior conozcan un poco mas sobre nuestro país y que sepan que personas de su sitio de residencia han venido a Colombia y han compartido imágenes de este y de lo que mas les gusto.

EL ESPACIO PUBLICO NOS PERTENECE A TODOS!!

Tangible Vs Intangible

“Espacio publico” tiene dos significados bien diferenciados. El termino se utiliza para designar un espacio físico: las zonas entre edificios (como pueden ser las calles o plazas) asi como los parques y bosques. Por otra parte espacio publico también sirve para hacer referencia a la esfera publica no física. En castellano, el termino equivalente seria “en publico”. El hecho de que estos dos conceptos estén tan estrechamente relacionados tanto en el lenguaje como en el pensamiento ilustra el hecho de que para las personas el espacio publico y el acceso publico son la misma cosa; el espacio publico pertenece a la comunidad. Por una parte, esto motiva a la gente a considerar que puede hacer lo que le plazca en las zonas publicas: “el espacio publico nos pertenece a todos y es completamente accesible a todos”. Por otra parte equipara a la sociedad con el estado. Asi pues , el espacio publico esta sujeto al derecho, se considera que la planeación y diseño son responsabilidades del estado.

Revista experimenta. Por Lucas verweij.

EL PAISAJE ES EL PROYECTO

El paisaje se transforma. Ya no es solo un accidente capricho de la naturaleza, una contingencia. La cultura de proyecto esta demostrada que el paisaje puede ser materia de intervención, de transformación. Entre lo digital y lo natural. Es un producto que entrega una arriesgada convergencia.

ADN LOVEGROVE

La belleza a menudo nos sobre coge, nos inquieta, alerta nuestros sentidos y descubre que estamos ante algo valioso

J. Presentación de la alternativa seleccionada y el desarrollo de la propuesta proyectual planteada

Cielo raso en yeso (drywall)

Pantallas táctiles

Placas de fibrocemento

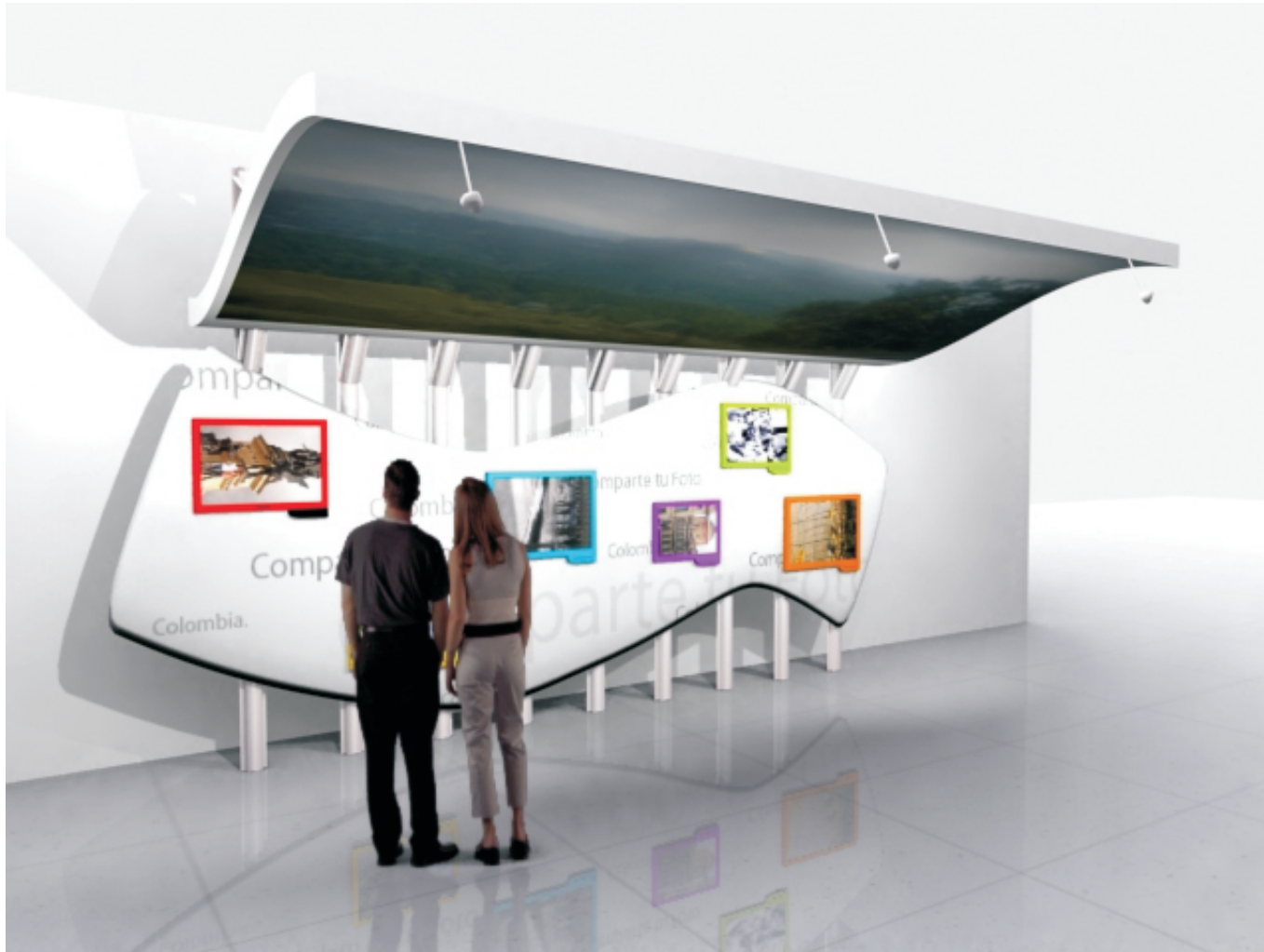
Pantalla de leds en alta resolución

Perfilería



Prototipo en sistema liviano
-Placa de fibrocemento
-Placa de yeso
-Perfiles en acero galvanizado

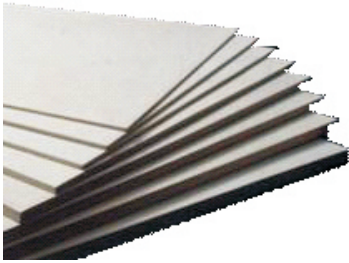
Nota: el sistema liviano se puede adaptar a cualquier tipo de superficie.





Características

Placas de fibrocemento



ESPESOR mm	PESO KG/UN	FORMATO M	APLICACIONES
6	26.96	1.22X2.44	CIELO RASO MUROS
8	35.95	1.22X2.44	MUROS INTERIORES
10	44.94	1.22X2.44	MUROS INT Y EXT
14	62.93	1.22X2.44	MUROS EXT ENTRE PISOS

RESISTENTE BUEN COMPORTAMIENTO ANTE LA APLICACIÓN DE CARGAS

DURABILIDAD MANTIENE SUS PROPIEDADES EN EL TIEMPO

RESISTENTE A LA HUMEDAD NO SE PUDRE NI SE OXIDA

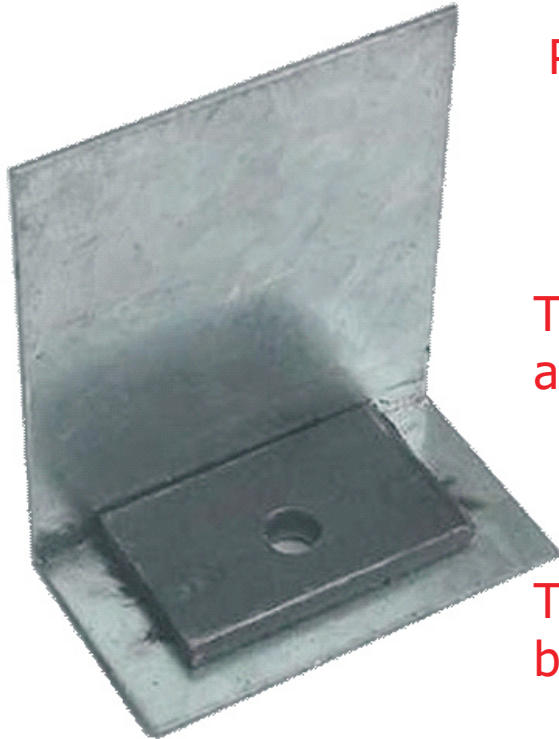
RESISTENTE AL FUEGO EL COMPUESTO RETRASA LA PROPAGACION

LIVIANAS BAJO PESO POR METRO CUADRADO

OTRAS CARACTERISTICAS ESPESORES HOMOGENEOS,
RESISTENTE AL IMPACTO, MEDIDAS ESTANDAR QUE
DISMINUYEN DESPERDICIOS

Sistema de fijación

Perno de anclaje



Perno de anclaje



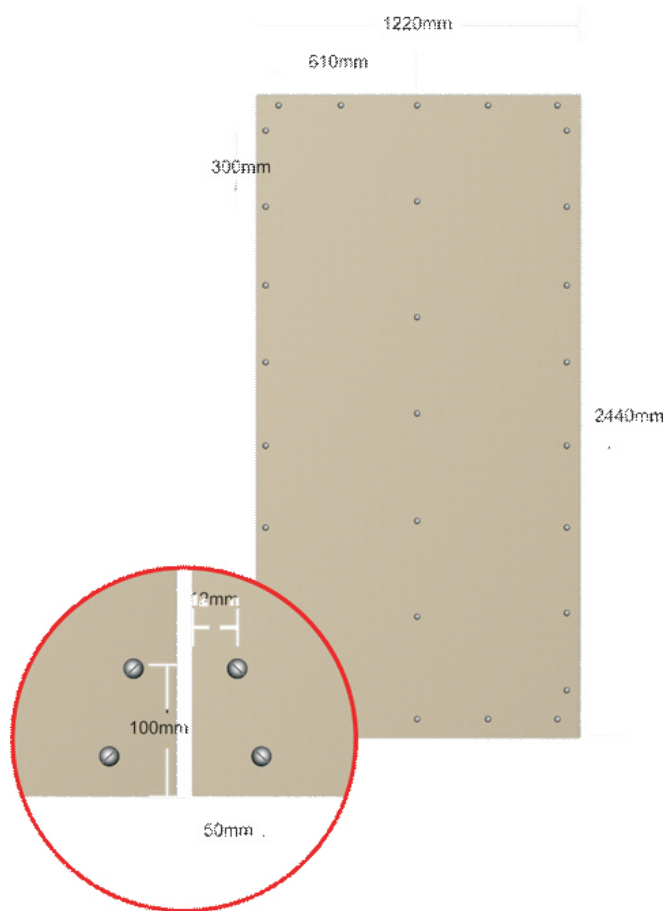
Tornillo auto roscante punta aguda



Tornillo auto roscante punta broca

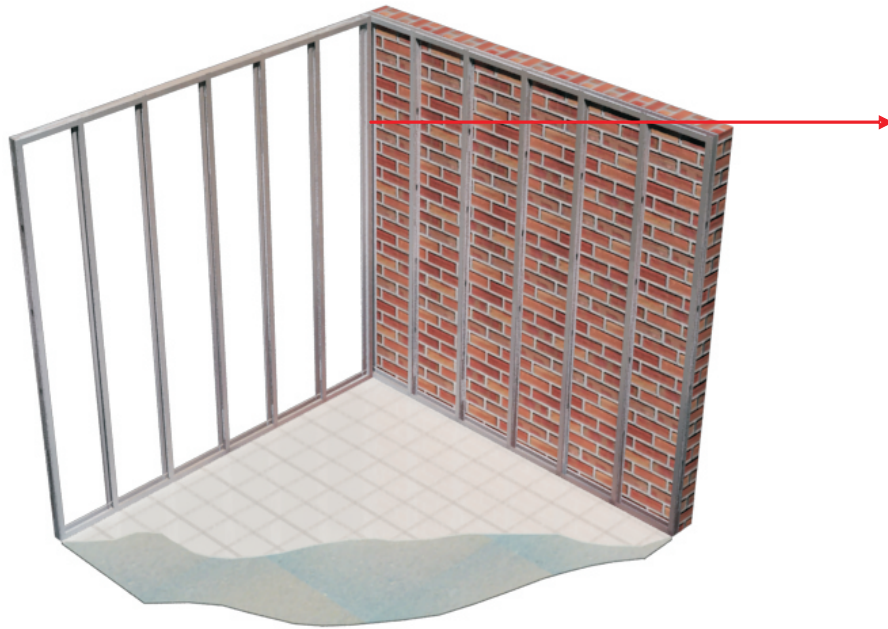


Detalle instalación placa

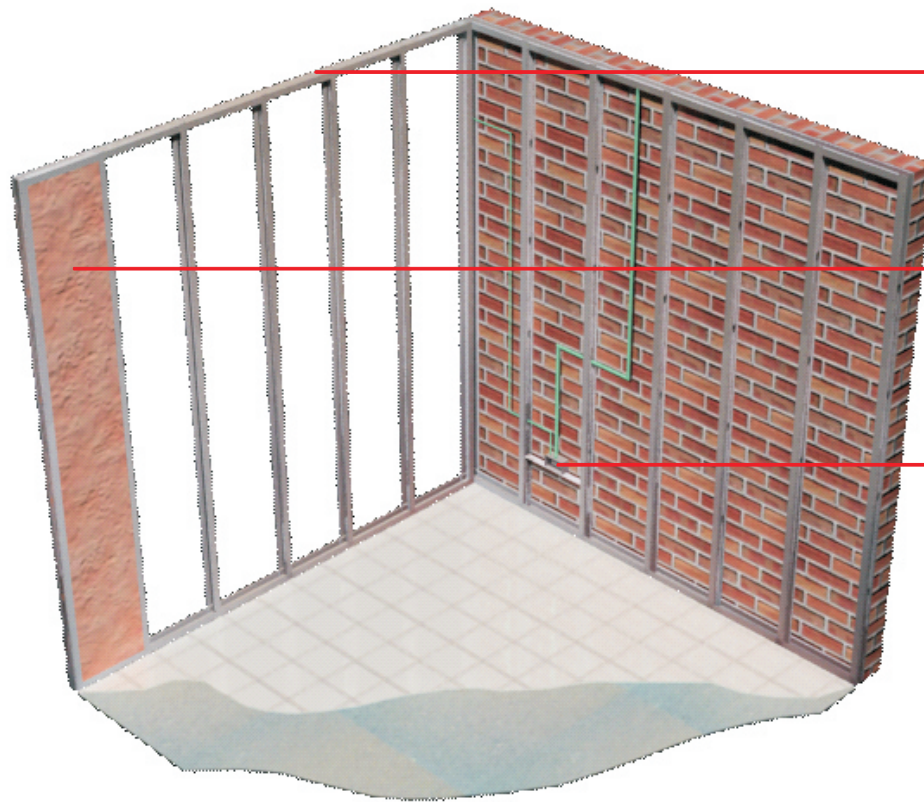


LOS TORNILLOS DE LAS ESQUINAS SE DEBEN INSTALAR COMO SE MUESTRA EN LA IMAGEN.
LA DISTANCIA ENTRE EL BORDE DE LA PLACA Y EL TORNILLO ES DE 1,2 CM.
LA DISTANCIA ENTRE TORNILLOS ES DE 30 CM.

Detalle instalación placa



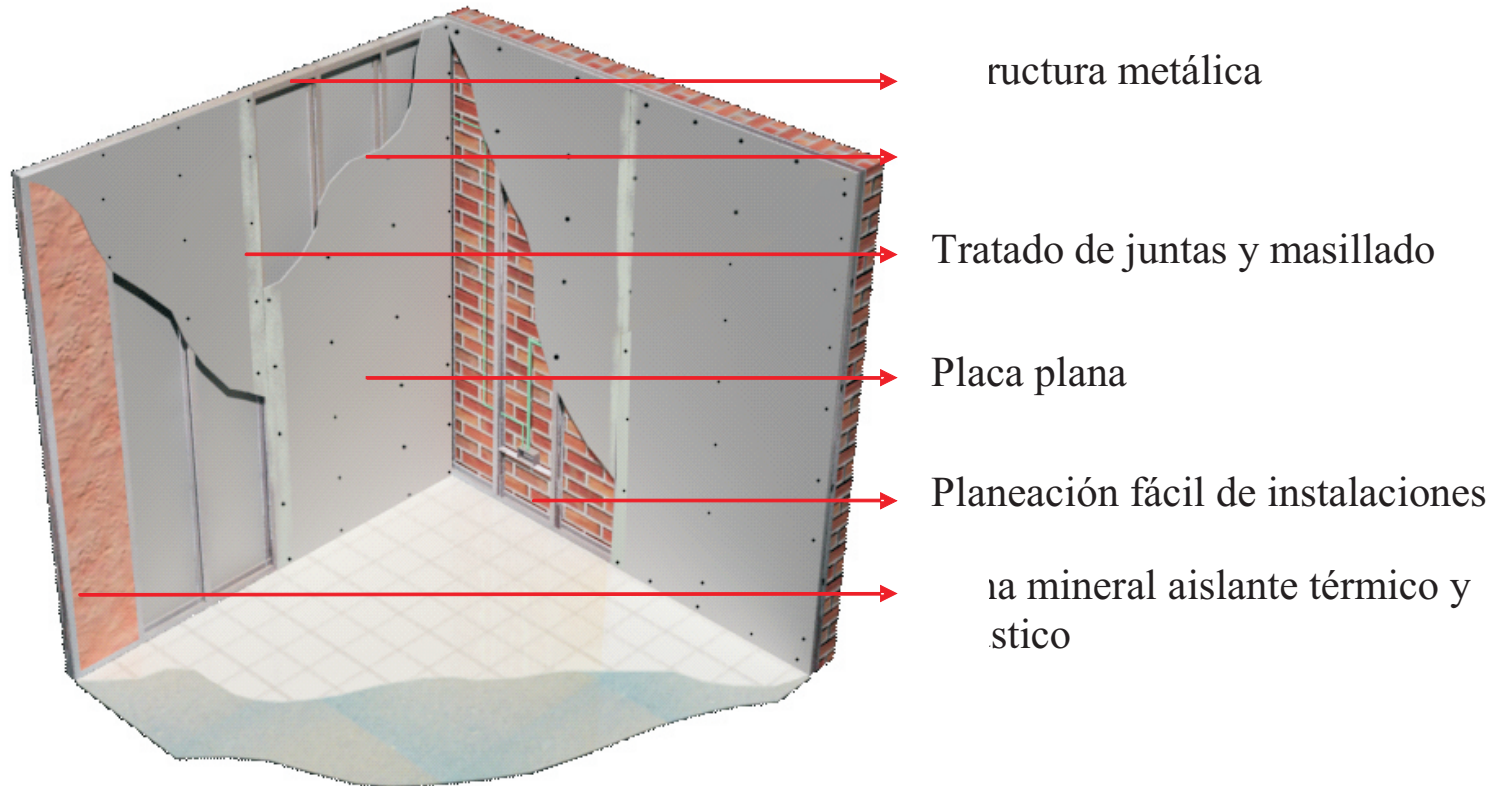
El sistema se adapta a los sistemas tradicionales de construcción

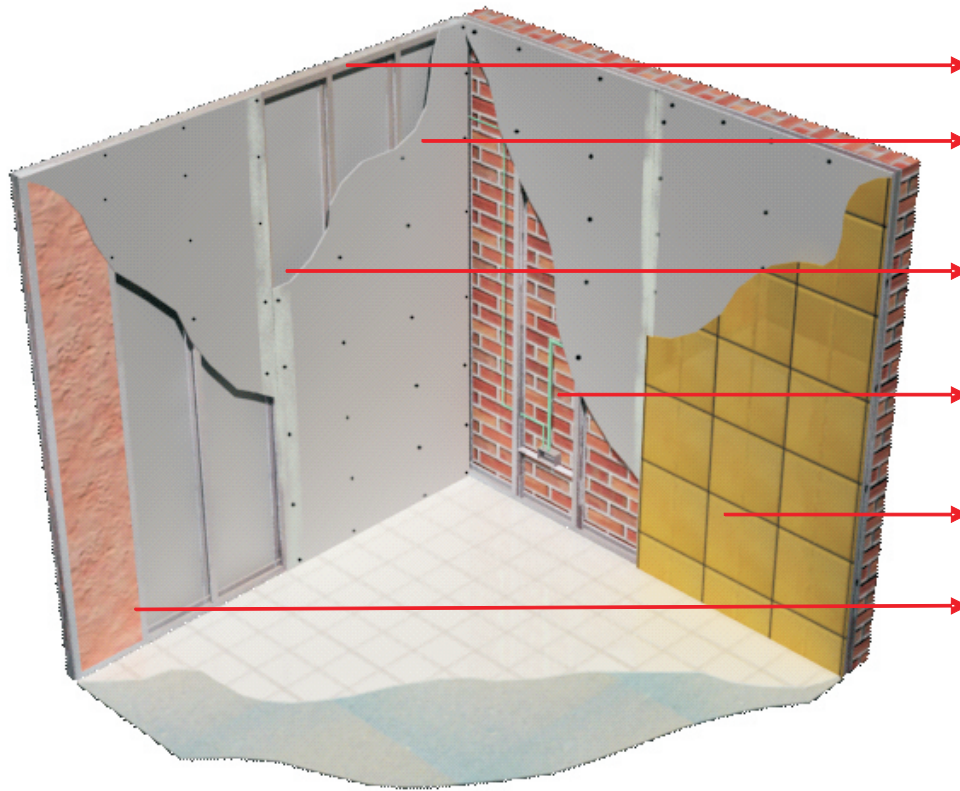


Estructura metálica
Perfiles galvanizados

Lana mineral aislante térmico y
acústico

Planeación fácil de instalaciones





Estructura metálica

Tornillos auto perforantes

Tratado de juntas y masillado

Planeación fácil de instalaciones

Acabado final de muro

Lana mineral aislante térmico y acústico



Leds es superior a los recursos de luz convencionales en muchos aspectos y son extremadamente versátiles. Su extensa gama de colores y la excelente saturación de color son impresionantes, su bajo consumo de energía y larga duración los hace particularmente económicos. De esta manera leds son ideales como simple y eficiente recurso de luz no solamente para fascinantes efectos de luz sino también para su extensa gama de aplicaciones en el sector de iluminación en general. Los módulos leds son perfectas bases para soluciones de iluminación novedosas. Gracias a sus dimensiones compactas se pueden utilizar especialmente para iluminación lineal incluso para estructuras de formas libres y también para superficies de retroiluminación. En combinación con optotronic los sistemas leds proveen perfectas soluciones de iluminación.

11. PROTOCOLOS DE COMPROBACIÓN

www.flickr.com

Grupo:

Y tu.....como ves a COLOMBIA???

www.facebook.com

Grupo:

AYUDA TESIS!!!!

En estos dos grupos he podido comprobar que la gente si mete fotos, le gusta y lo ve como algo para compartir, en el grupo de facebook anexo videos donde tuve la oportunidad de hablar con extranjeros y preguntarles que piensan de nuestro país **COLOMBIA**.

12. FUENTES DE INFORMACIÓN

Bibliografía

- Colombia es pasión
- Ministerio de comercio, industria y turismo
- Colombia nos une
- Proexport Colombia
- Álbum de familia **Armando Silva**
- Organización mundial del turismo de las naciones unidas
- Aeronáutica civil de Colombia (Empresas Aéreas)
- Marca país **Joan costa**
- Películas: ciudad oscura, Amelí, Paris te amo
- Guía de rutas por Colombia
- Avianca
- Caracol (vive Colombia viaja por ella)

Fuentes de Internet

- www.yocreocolombia.com
- www.visionfohumanity.com

En estas dos paginas se encuentra información sobre Colombia y que se esta haciendo para mejorar su imagen

