

PROYECTO EDITORIAL Y PRODUCCIÓN SUSTENTABLE

SEMESTRE 4

Nivel Logro del semestre

Diseño y producción de piezas Editoriales análogas y digitales, con aplicación de criterios técnicos productivos sustentables con el ambiente y los recursos disponibles. Las soluciones editoriales se basan en las necesidades comunicacionales, para las que se diseñan y desarrollan propuestas gráficas que abordan etapas de conceptualización, producción e implementación con foco en la aplicación de variables técnicas productivas que sean viables y coherentes con la responsabilidad ambiental y los recursos presupuestarios disponibles.

Tipología de proyecto: Piezas gráficas Editoriales; Catálogos Corporativos, Libros y revistas digitales que respondan a los requerimientos de sustentabilidad productiva en función de las necesidades del cliente y el mercado editorial impreso.

1. INTRODUCCION AL PROYECTO SEMESTRAL

El proyecto semestral aborda el diseño y producción de piezas Editoriales análogas y digitales, con aplicación de criterios técnicos productivos sustentables con el ambiente y los recursos disponibles.

Para ello se contempla el diseño y desarrollo de catálogo corporativo, libro y revista, tanto digitales como impresos, que comuniquen la identidad, productos y/o servicios de un marca o empresa, aplicando las características que determinen sus atributos de valor y diferenciación, según requerimientos del proyecto. El objetivo de estos proyectos es reconocer y aplicar elementos visuales, utilizando conceptos de jerarquía de la información, diagramación, composición y estilo gráfico editorial de acuerdo a las necesidades comunicacionales en un contexto real.

Se integran al desarrollo de estos proyectos conceptos claves de **orden gráfico, recorrido visual, jerarquización, lecturabilidad, legibilidad, usabilidad, gris tipográfico, pesos visuales, uso de tipografías, color, acabados, materialidad, etc.** Con el propósito de proporcionar un recurso de información y difusión que, de valor a los contenidos a comunicar hacia los usuarios, desde el ámbito productivo, cultural y/o social.

La articulación de las asignaturas en torno al proyecto, se relacionan de la siguiente forma:

El proyecto semestral será liderado en por la asignatura hito **Taller diseño integrado, hito final para CFT e hito parcial para IP**, la que desarrollará de manera progresiva piezas gráficas editoriales las dos primeras para un caso dado por el docente y en la última

correspondiente a la revista con cliente real seleccionado por el estudiante con apoyo del docente, respondiendo a necesidades comunicacionales y técnico productivas.

Este proyecto aplica los aprendizajes de todas las asignaturas previas, incluyendo la asignatura de **Pre-Prensa Digital** en el desarrollo y producción de las piezas editoriales.

Para ello en la primera unidad de aprendizaje se desarrollará el diseño de un catálogo corporativo según caso dado por el docente, donde se elaborará un brief considerando elementos visuales corporativos y requerimientos del cliente, línea editorial y viabilidad financiera del proyecto, proponiendo soluciones y alternativas innovadoras y sustentables.

En la segunda unidad de aprendizaje se trabajará con otro caso dado por el docente, en el que se abordará el diseño y desarrollo de un libro ilustrado, para el cual se levantará un brief con requerimientos del cliente y usuarios, desarrollando el concepto central creativo a partir de los requerimientos antes levantados para determinar los elementos y línea gráfica que se aplicarán en la propuesta de libro, en cuyo diseño y producción se tomarán decisiones que favorezcan la sustentabilidad productiva y ambiental.

Por último, en la tercera unidad de aprendizaje se trabajará con un cliente/marca real definida por los estudiantes con apoyo del docente, en la que se desarrollará el diseño y producción de una revista digital, investigando y analizando las últimas tendencias en las publicaciones digitales, para contextualizarse a los requerimientos del proyecto y aplicando herramientas de diagramación editorial para su elaboración.

La asignatura de **Marketing Operativo** aportará en su primera unidad de aprendizaje en el diseño del Catálogo corporativo, a través de la segmentación de mercado e identificación de conceptos de comunicación asociados a la identidad de la marca. La segunda unidad de aprendizaje de esta asignatura abordará la definición de una estrategia de marketing operativo para el proyecto de diseño y desarrollo de libro que se está trabajando en el taller, a través de la aplicación de marketing mix y de campaña.

Por su parte la asignatura **Tecnología de los materiales**, aporta de manera transversal a los proyectos del semestre y los sucesivos, seleccionando materiales, acabados y procesos de producción, especificando y prototipando objetos de diseño gráfico, de acuerdo a requerimientos de diseño y técnicos que respondan a recursos disponibles y a criterios de sustentabilidad productiva enfocándose en el impacto medioambiental.

En tanto la asignatura **Fotografía Digital** instalará capacidades en los estudiantes para apoyar la tercera unidad de aprendizaje del Taller, asociado al proyecto revista digital, a través de las tomas fotográficas y aplicación de retoques y fotomontajes.

Recursos para el aprendizaje (favorecer recurso digital)

- Zappaterra, Y. Zappaterra, Y. y Caldwell, C. (2014). Diseño editorial: periódicos y revistas / medios impresos y digitales. Editorial Gustavo Gili.
<https://elibro.net/es/ereader/inacap/45556?page=1>

- Lupton, E. y Phillips, J. C. (2016). Diseño gráfico: nuevos fundamentos. Editorial Gustavo Gili. <https://elibro.net/es/ereader/inacap/93375?page=1>
- Trémoli, A. (2011). Diseño del libro: construcción de la página. Editorial Nobuko. <https://elibro.net/es/ereader/inacap/77735?page=15>
- Zimmermann, Y. (2013). Del diseño. Editorial Gustavo Gili. <https://elibro.net/es/ereader/inacap/45470?page=15>
- Castro Tirado, M. Á. (2016). Composición de textos en productos gráficos: UF1460. IC Editorial. <https://elibro.net/es/ereader/inacap/44092?page=1>
- Tomás Zafra, J. M. (2015). Elaboración de hojas de estilo (UF1303). IC Editorial. <https://elibro.net/es/ereader/inacap/44128?page=1>
- Giralt, A. (2015). Diseño y autoedición Adobe Indesign CS6. Ministerio de Educación de España. <https://elibro.net/es/ereader/inacap/49403?page=1>
- Artículo, Berlín trade shows S/S – Prints & Graphics, 'Watkins, Hannah', 2016. WGSN.
- Herrera Gómez, M. (2012). Redes sociales: de metáfora a paradigma. McGraw-Hill España. <https://elibro.net/es/ereader/inacap/50204?page=1>
- Gómez Díaz, R. (2012). Polisemias visuales: aproximaciones a la alfabetización visual en la sociedad intercultural. Ediciones Universidad de Salamanca. <https://elibro.net/es/ereader/inacap/55675?page=2>
- Artículo, El fabuloso mundo de las redes sociales, Cerri Alicia. WOBI Content Team.Volumen 18, Junio/Julio 2013. WOBI Magazine.

2. PLANIFICACIÓN ASIGNATURAS DEL SEMESTRE ASOCIADAS AL PROYECTO

ASIGNATURAS	HRS	MES 1				MES 2				MES 3				MES 4				MES 5			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
TALLER DISEÑO INTEGRADO	126/7	U1 Diseño de catálogo corporativo para una marca o empresa de productos designado por el docente.				U2 Diseño y producción de libro caso designado por el docente, considerando línea editorial gráfica y la viabilidad financiera para la producción y publicación impresa.				U3 Diseño y producción de una revista digital para cliente real											
MARKETING OPERATIVO	72/4	U1 Segmentación de mercados de consumo de acuerdo a las necesidades de clientes asociados al Catálogo Corporativo.				U2 Especificación de estrategia de marketing operativo para proyecto Libro															
TECNOLOGÍA DE MATERIALES	54/3	U1 Selección de materiales de impresión considerando propiedades e impacto ambiental.				U2 Selección de sistemas de impresión y terminaciones de acuerdo a requerimientos de una pieza gráfica.				U3 Elaboración de especificaciones técnicas para presupuesto y producción de señaléticas, considerando los aspectos constructivos y requerimientos del diseño.				U4 Construcción de modelo y maquetas de piezas gráficas de gran escala para promoción en productos y/o servicios en contextos espaciales							
FOTOGRAFÍA DIGITAL	72/4	U1 Producción de fotografías aplicando propiedades de la luz como recurso		U2 Producción de fotografías aplicando distintas técnicas del lenguaje fotográfico en diferentes ambientes.		U3 Producción de fotografías, aplicando técnicas de iluminación, encuadre, composición y producción para aplicarla en proyecto revista.				U4 Producción de fotografías con aplicación de retoques y fotomontajes para proyecto revista.											

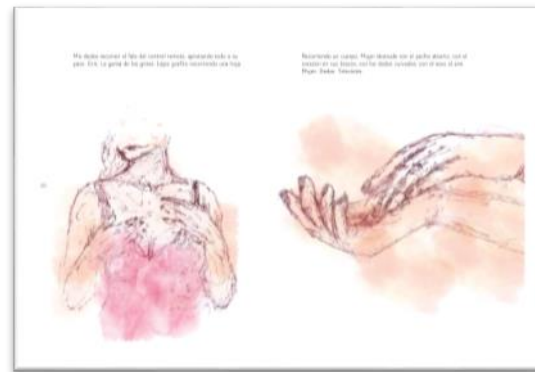
3. ACTIVIDADES ASOCIADAS AL PROYECTO SEMESTRAL.

PROYECTO	ACTIVIDADES CLAVES	EVIDENCIAS	TALLER DE DISEÑO INTEGRADO	MARKETING OPERATIVO	TECNOLOGÍA DE LOS MATERIALES	FOTOGRAFÍA DIGITAL
Diseño de un catálogo corporativo para una Marca.	Elaborar brief asociado a empresa seleccionada, identificando conceptos de comunicación asociados a la identidad de la marca y su mercado aplicando herramientas de segmentación de mercado. (misión, visión, valores de la empresa, 4p, usuarios)	Brief del proyecto aspectos comunicacionales, técnicos y productivos	U1	U1		
	Especificar requerimientos técnico productivos asociados a presupuesto del cliente empresa y a criterios de sustentabilidad productiva.					
	Analizar referentes de catálogos corporativos a nivel conceptual y mensaje a comunicar de la marca, determinando los diferentes formatos comerciales en materiales gráficos, sistemas de impresión, características y el impacto medioambiental.	Informe y presentación de propuesta conceptual, técnica y mercadeo para la producción del proyecto.				
	Desarrollar conceptos claves de comunicación a aplicar en los elementos corporativos que le otorgan identidad a la marca que se aplicarán en la propuesta de catálogo.					
	Realizar 3 propuestas análogas de solución pertinentes e innovadoras, incluyendo las especificaciones técnicas, comerciales y de impacto ambiental.	Desarrollo de maquetas de las propuestas de catálogos				
	Elaborar 3 propuestas digitales de catálogo corporativo (digital y análogo) para un sitio web e impreso, a partir de los bocetos anteriores, integrando contenido visual y conceptual de la empresa.					
	Producir propuesta de catálogo corporativo elegida por el cliente, supervisando tiempos de producción, proveedores, procesos de producción pre prensa, prensa y post prensa seleccionados de acuerdo a presupuesto del cliente.	Maqueta digital (layout) y analoga con presentación del proyecto.				
Diseño de un libro considerando línea editorial gráfica y la viabilidad financiera para la producción y publicación impresa.	Elaborar brief asociado al cliente seleccionado, definiendo público objetivo, mercado y últimas tendencias en el ámbito de las publicaciones editoriales impresas.	Informe y presentación de brief del proyecto	U2			U2
	Especificar requerimientos técnico productivos asociados a presupuesto del cliente empresa y a criterios de sustentabilidad productiva.					
	Analizar referentes de libros creativos e innovadores que marcan tendencia, identificando y seleccionando el concepto central creativo a partir de los requerimientos del cliente, para a determinar los elementos gráficos que se aplicarán en la propuesta de libro.	Mapa conceptual y Moodboard				
	Elaborar bocetos de libro aplicando códigos visuales asociados a la línea editorial del concepto creativo y referentes visuales.	Bocetos				
	Elaborar distintas propuestas gráficas y editoriales de acuerdo a concepto creativo, considerando tipografías, estructura reticular, diagramación, colores y acabados pertinentes.	Maquetas digitales del libro (layout)				
	Incorporar ilustraciones (analógicas y/o digitales) en maqueta libro, como contenido asociado al tema abordado.	Maqueta impresa				
	Elaborar propuesta gráfica final de libro de acuerdo a concepto creativo, considerando los elementos de diagramación e integración de contenidos (ilustraciones, fotografías y texto)	Maqueta digital final del libro (layout)				
	Realizar pruebas de impresión, identificando los sistemas de impresión y realizando terminaciones de acuerdo a la materialidad para el desarrollo de libro.	Pruebas de impresión				
	Seleccionar estilo de encuadernación de acuerdo a requerimiento del libro y necesidades del libro, especificando número de páginas del libro, ancho final y la interacción con el usuario.	Impresión y terminaciones (prototipado)				
	Presentar el proceso completo de la producción editorial y maqueta final de las propuestas.	Lámina final y Maqueta final de la propuesta				
Diseño y producción de una revista digital considerando línea editorial gráfica.	Elaborar brief asociado al cliente seleccionado, definiendo público objetivo, mercado y últimas tendencias en el ámbito de las publicaciones editoriales digitales.	Informe y presentación de brief del proyecto	U3			U3
	Especificar requerimientos técnico productivos asociados a presupuesto del cliente empresa y a criterios de sustentabilidad productiva.					
	Analizar referentes de revistas digitales innovadoras que marcan tendencia, identificando conceptos y seleccionando el concepto central creativo a partir de los requerimientos del cliente, para a determinar los elementos gráficos que se aplicarán en la propuesta de revista.	Mapa conceptual y Moodboard				
	Producir tomas fotográfica como recurso que forma parte del contenido de la revista digital.	Composición fotográfica				
	Retoque fotográfico en Psd.	Maqueta digital				
	Elaborar alternativas de Layout de 4 páginas enfrentadas, aplicando los conceptos de composición y categorizando las secciones según los contenidos de la revista.	Layout				
	Elaborar y reunir los textos e imágenes fotográficas (fotomontaje) de los diferentes contenidos que tendrá la revista. Una vez reunido el contenido y material gráfico, realizar una maqueta digital completa de la revista.	Maqueta digital				
	Elaborar un informe del proyecto con material de apoyo, evidenciando las etapas del proceso de diseño que desempeñó en la revista para la presentación de las propuestas.	Informe				

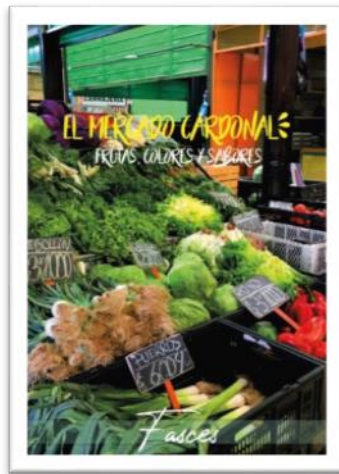
4. EJEMPLOS EVIDENCIAS PROYECTO SEMESTRAL



Libro



Revistas



5. OBSERVACIONES

Las asignaturas Tecnología de los Materiales y Fotografía Digital abordarán respectivamente ejercicios y proyectos propios durante el semestre, con el fin de instalar capacidades en los estudiantes para la selección, especificación y producción de materiales, requerimientos y piezas gráficas asociadas tanto al taller de este nivel como a los talleres sucesivos.

La asignatura Laboratorio digital de Diseño Web, trabajará de manera independiente y por primera vez en el currículo en el desarrollo de diseño y desarrollo de un sitio web estático responsivo de baja complejidad, cuyos aprendizajes aportarán al desarrollo de soluciones multi plataformas en los semestres siguientes.

Considerar que el proyecto de integración semestral contempla no solo el trabajo y avance articulado de las asignaturas del mismo nivel para el desarrollo de una solución a un problema o temática, sino también considera la articulación de procesos de retroalimentación y evaluación, para lo cual se espera que los docentes de coordinen para generar o adaptar instrumentos de evaluación integrados.

Para casos de estudiantes que no vayan al día con las asignaturas que se articulan en este 4to semestre, cada Sede, definirá la estrategia de integración del proyecto para estos casos.

ANEXO

En el contexto de un año académico particular se plantean las siguientes orientaciones asociadas a la metodología de implementación de clases en modalidad remota.

Dinámica implementación clases en plataformas de comunicación remota

La implementación de clases requiere de una estructura que defina momentos de **inicio, desarrollo y cierre** con el fin generar una experiencia ordenada y clara para los estudiantes que les permita gatillar su atención, relacionar y aplicar los conceptos en juego y propiciar instancias para el planteamiento de consultas a través de espacios de retroalimentación individual o grupal. Atendiendo a que esta condición también debemos aplicarla dentro de plataformas de comunicación remota ya sea de manera sincrónica o asincrónica, se hace necesario especificar aspectos que el docente debe considerar en la planificación e implementación de su clase:

- ✓ **Horario:** Se debe establecer un horario de las clases virtuales sincrónica que permita tener contacto directo con los estudiantes correspondiente a un 20% o 50 % de las horas presenciales de la asignatura. Para las asignaturas que tienen programadas 3 horas pedagógicas presenciales semanales corresponderá una conexión sincrónica de 80% a 100%. La clase estará estructurada para que el contacto sincrónico (reunión virtual) tenga un horario fijo, dentro de la clase.
- ✓ **Canales de Comunicación:** Se deben explicitar los canales formales de comunicación con los estudiantes: Microsoft Teams Correo electrónico AAI (Ambiente Aprendizaje Inacap)
- ✓ **Metodología de Trabajo:**

Respecto a las dinámicas de trabajo es necesario consideré el nivel de autonomía de los estudiantes en relación al nivel que cursan junto a las características de las asignaturas, aquellas que demandan un trabajo dirigido y aquellas que se pueden desarrollar con mayor autonomía.

 - Cargar material en archivos del grupo creado en plataforma teams previo a la clase. Los videos estarán en la pestaña Stream (también se pueden encontrar en aplicaciones Office 365)
 - Las tareas, su información y forma de entrega estarán ubicadas en la pestaña "Tareas" de Teams, con la fecha y horario designado para cada tarea.
 - La forma de realizar la clase, corresponderá a módulos, que tendrán objetivos específicos los cuales deben ser explicados a los estudiantes.
 - La información principal siempre estará en publicaciones, del canal general.
 - Las consultas se realizarán en el chat del video streaming, en el horario que el docente especifique durante la clase.

- Las correcciones evaluación formativa, se harán en la pestaña archivos.
- El resultado y la retroalimentación de la evaluación sumativa se entregará a través de la pestaña "Tareas" de Teams. Además, el resultado de la evaluación estará en el sistema de Inacap.

*Si algún alumno tiene problemas de conexión, los archivos, publicaciones y los videos estarán en el equipo de la asignatura. Además, los podrán encontrar en el AAI de la asignatura y también será enviados por correo.

✓ **Roles y reglas de comportamiento:**

- Contemplar saludo de inicio con cámara para conectar y romper el hielo.
- El estudiante es responsable de revisar todos los archivos y las tareas asignadas, ya que, aunque no se pueda conectar en el horario establecido, toda la información estará disponible en Teams, correo electrónico y Ambiente de Aprendizaje Inacap.
- Si se detecta algún comentario fuera de lugar u ofensivo en "publicaciones" o el "chat de streaming", el alumno será bloqueado para intervenir y solo quedará como oyente. Se darán dos advertencias y se procederá al bloqueo. En ese caso deberá enviar un correo, para activarlo nuevamente.
- Para las clases sincrónicas, contemple mini recreos de 5 a 10 minutos, para realizar una pausa activa.

Modelo didáctico Clase Invertida

Aplicar modelo de clase invertida en la planificación de cada asignatura, para privilegiar el trabajo dinámico e integrador en sala de clase, junto con favorecer el rol activo del estudiante en su proceso de aprendizaje.

A continuación, algunos lineamientos para el diseño de este modelo de clases:

- El tiempo en sala de clases se centra en la interacción y aplicación de los contenidos en el desarrollo de proyectos, debates o ejercicios.
- Los contenidos o demostraciones que tradicionalmente se exponen en clases, se presentan a los estudiantes en formato video, podcast, presentaciones, guías etc.



Sitios web recomendados:

<https://www.theflippedclassroom.es/>

<https://www.aulaplaneta.com/2015/05/12/recursos-tic/40-herramientas-para-aplicar-la-metodologia-flipped-classroom-en-el-aula-infografia/>

<https://www.u-planner.com/es/blog/aula-invertida-6-tipos>