

**ESTUDIO PARA LA
ELABORACIÓN E
IMPLEMENTACIÓN DE
CURSOS DE DISEÑO GRÁFICO
PARA NO DISEÑADORES**

Trabajo Final de Máster

Máster Universitario en Ingeniería del Diseño 2014-2015

NEREIDA TARAZONA BELENGUER

Directoras:

Jimena González del Río Cogorno

Olga Ampuero Canellas



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA



Escuela Técnica Superior de Ingeniería del Diseño

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Introducción	5
Objetivo	9
Marco teórico	11
El diseño gráfico como profesión	11
Las TIC como competencias básicas y punto de partida	15
Educación 2.0	20
Proyecto	27
Estudio de algunos cursos en plataformas actuales	28
Estructura y contenido de la plataforma siemprecreando.info	33
Elaboración del contenido	38
Guía del usuario	53
Presupuesto	54
Viabilidad	57
Evaluación	61
Conclusiones	75
Líneas futuras de desarrollo del proyecto	77
Bibliografía	81
Anexos	85



INTRODUCCIÓN

De la conjunción del interés innato de la autora de este proyecto por la docencia y su carrera profesional como diseñadora gráfica, nace este proyecto.

En un contexto económico de crisis e incertidumbre, muchas profesiones han entrado en los últimos años en una guerra de precios insostenible, en la que pequeñas empresas o estudios de diseño gráfico han tenido que cerrar o reinventarse. La autora de este proyecto ha decidido trabajar por cuenta propia y seguir formándose en términos de diseño, creatividad, dirección de arte y formación.

A partir de aquí se planteó la búsqueda de una imagen que la representara para empezar un blog donde exponer sus ideas, curiosidades y comentar proyectos y trabajos, ofreciendo a su vez servicios de diseño y de asesoramiento en cuanto a publicidad e imagen de marca, que es lo que sus clientes al largo de su trayectoria profesional valoraban más positivamente. El presente proyecto forma parte de esta plataforma, un proyecto personal y profesional más amplio y complejo: www.siemprecreando.info.

¿Por qué ese nombre? La expresión “siemprecreando” nace de los miles de momentos que la autora ha compartido y sigue compartiendo con Daniel Gramage, fotógrafo y *filmmaker*, creativo y curioso, que le ha enseñado a disfrutar de las pequeñas cosas de la vida. En esos momentos la mencionada expresión “¡siemprecreando!” era lanzada al aire por uno u otro a modo de piropo o complicidad.

En esta plataforma, la autora comenta artículos, referencia libros, comparte contenido de interés... todo ello relacionado con el diseño y la creatividad, en lo amplio de su significado.

Durante su experiencia en los últimos años como formadora en diseño gráfico, retoque fotográfico y creatividad en cursos presenciales en centros formativos, así como comentarios recibidos por sus clientes, se ha podido observar la amplia variedad de perfiles profesionales que asisten a dichas clases para poder adquirir y completar conocimientos básicos sobre diseño gráfico, retoque fotográfico, maquetación de contenido y generación de ideas y clientes que demandan poder hacer ellos mismos ciertas cosas relacionadas con su imagen de marca.

Por lo general, los asistentes carecen de nociones suficientes sobre diseño gráfico, que compensan con una inusitada ilusión por la creación, complementada con una disponibilidad de herramientas necesarias para la ella, (ordenador, impresora, software específico, etc.) Pero necesitan la ayuda de un profesional para poder crearse una metodología de trabajo propia en este campo según sus necesidades específicas.

Esto no significa que estas personas vayan a realizar las mismas tareas que el diseñador gráfico profesional, sino más bien entender ciertos conceptos y evitar usos incorrectos consiguiendo mejorar los resultados de sus proyectos en cuanto a imagen, diseño, tipografía, etc.

En este marco de desconocimiento se plantea en el presente proyecto acercar a este público los conocimientos básicos sobre el diseño gráfico en general. La intención es ofrecer una serie de cursos y talleres de diseño gráfico para no diseñadores mediante la creación de una nueva sección en la web, llamada “Aprende”, para que los alumnos puedan desenvolverse en términos de publicidad e imagen corporativa y puedan responder cuestiones como ¿qué hace el diseñador gráfico?, ¿qué puedo hacer para que se me ocurran buenas ideas? o ¿qué programa utilizo para crear mis publicidades en redes sociales?

El presente proyecto plantea un estudio para la elaboración e implementación de cursos de diseño gráfico en modalidad a distancia, dirigidos a profesionales no diseñadores y cualquier persona que tenga interés por aprender conceptos sobre diseño gráfico, tipografía y creatividad.

Dentro del marco de las nuevas tecnologías y la educación 2.0, se elabora una clase piloto que pasa a ser analizada para el estudio de mejoras y futuras líneas de investigación que proporcionen al proyecto la continuidad requerida.

Para ello, este documento presenta los objetivos del presente proyecto y la descripción de un marco teórico sobre el que se desarrolla, que incluye los conceptos de diseño gráfico como profesión, las tecnologías de la información y la comunicación como competencias básicas y punto de partida y la educación 2.0 o formación a distancia.

Por otro lado, en el apartado del desarrollo del proyecto se diferencian los siguientes puntos: un pequeño estudio de cursos a distancia ofrecidos por distintas plataformas en español; la descripción de la estructura y contenido de la web propia de la autora del proyecto siemprecreando.info; el proceso de elaboración del contenido del presente proyecto y el propio contenido, describiendo el vídeo curso piloto realizado y la guía docente del curso planteado; la definición de la guía del usuario, es decir, el funcionamiento planteado para los cursos *on-line* ofrecidos en siemprecreando.info; un presupuesto detallado y el estudio de viabilidad del proyecto en base tanto al presupuesto como a todo lo anteriormente comentado.

A continuación se encuentra la evaluación del proyecto, mediante un análisis cualitativo.

En las conclusiones descritas se han planteado también unas futuras líneas de desarrollo del proyecto que justifican la continuidad del proyecto para su constante crecimiento tanto a nivel cuantitativo, es decir, en número de cursos ofertados e incremento de ventas, como a nivel cualitativo, mejorando el desarrollo tecnológico y la calidad docente en cuanto a contenidos y metodologías.

Por último se lista la bibliografía consultada para la elaboración del presente proyecto y los anexos incluidos.



OBJETIVO

El objetivo principal de este trabajo es aproximar el mundo del diseño gráfico, sus características y posibilidades, a los profesionales no diseñadores y a aquellas personas que sientan curiosidad o necesiten ciertos conocimientos para elaborar sus trabajos, proyectos o ciertas actividades creativas.

Este objetivo se pretende alcanzar mediante la elaboración e implementación de cursos *on-line* como recursos didácticos innovadores, atractivos, de fácil comprensión y accesibles, sobre diseño gráfico y creatividad. Estos cursos serán publicados y ofertados en la plataforma web propia de la autora de este trabajo, **siemprecreando.info**, bajo la marca correspondiente.

Estos cursos formativos permitirán a los usuarios aprender y comprender ciertos conceptos sobre el mundo del diseño gráfico y su practicidad para manejar las herramientas necesarias con el objetivo de poder crear su propio material gráfico en base a unos conocimientos adquiridos sobre creatividad, diseño, composición y tipografía.

Los objetivos de este proyecto son:

- La elaboración de una clase de vídeo curso tipo, utilizada como clase piloto.
- Análisis y estudio de mejoras en base a encuesta realizada.
- Análisis de la viabilidad del proyecto y sus futuras líneas de investigación.

MARCO TEÓRICO

EL DISEÑO GRÁFICO COMO PROFESIÓN



Detalle de una figura esquemática del arte rupestre de la zona de Peña de Cabrera en Casabermeja, Málaga.
© Alejandro Cana Sánchez. Intef.

Aunque para conocer la historia del diseño gráfico nos debemos remontar a la “invención de la escritura y los alfabetos, los manuscritos medievales, los orígenes de la impresión y la tipografía, el diseño gráfico renacentista, el movimiento *arts and crafts*, la gráfica victoriana y el *art nouveau*...” (Historia del diseño, 1983), realmente es con la llegada de la identidad

visual, el diseño posmoderno y la revolución de la gráfica de los ordenadores, cuando se hace referencia al diseño gráfico tal y como lo conocemos actualmente.

Se entiende el diseño gráfico como una disciplina mediante la cual comunicamos de forma visual una idea con un público y unos objetivos claros. El diseño gráfico es una representación visual de un mensaje concreto “que ha ido adquiriendo cada vez más protagonismo en una sociedad de consumo como la nuestra, en la era de la comunicación”, como indica Anna María López López en su libro **Curso Diseño Gráfico - Fundamentos y técnicas**.

El diseño gráfico es una disciplina profesional considerada joven como tal, en comparación con otras profesiones, artes y

oficios. De hecho, no hay más que leer y reflexionar sobre las palabras de Pablo Martín en su entrevista en graffica.info el 26 de mayo de 2014.

Martín, 2014

Internacionalmente empezamos a tener un poco de voz.

Parece que algunos sectores del mercado nos perciben, por fin, como una profesión con mayúscula aunque para otros todavía somos prescindibles. Esa es la lección de esta crisis reciente y algo que los diseñadores debemos corregir entre todos.

Massimo Vignelli reveló en el discurso inaugural del **Symposium sobre la Historia del Diseño Gráfico en la University Chicago Press** que se celebró en 1983, un listado de necesidades y aspectos a tener en cuenta para definir la profesión del diseño gráfico:

- Averiguar más acerca de la historia del diseño gráfico, desde los romanos hasta la industrialización, pasando por Gutenberg y la ilustración. Conociendo cómo los cambios culturales afectaban a las publicaciones de la época.
- Estudiar cómo la publicidad ha afectado al diseño gráfico.
- Teoría de la comunicación.
- Crítica. “Otras profesiones como la arquitectura, por decir una, están sostenidas y avanzadas por el criticismo”.
- Documentar todo lo que se hace, mayormente como herramienta para las generaciones venideras.
- Saber más sobre tecnología. “Necesitamos Gutenbergs de nuestro tiempo”.
- Evaluar el movimiento moderno, como se hace en otras disciplinas. La continua evaluación permite escoger las mejores producciones para que sigan siendo referentes y dejar de lado las modas pasajeras.
- Mejorar el estado de la educación en las escuelas de diseño, incluyendo más nivel de cultura, historia y filosofía.
- Equilibrio entre forma y contenido.

Como se puede observar, ya en los años 80 los profesionales del diseño se preocupaban por la ignorancia hacia su profesión, y

para ello Vignelli presentaba estos conceptos basados en historia, teoría, crítica, documentación, tecnología y cultura, que bien hoy se podrían extrapolar a la situación actual del diseñador gráfico.

Cuando en 1984 algunos diseñadores americanos como April Greiman y el grupo Emigre, Rudy VanderLans y Zuzana Licko, compraron ordenadores Apple Macintosh, se dedicaron a experimentar con estas herramientas que la nueva tecnología les ofrecía y, aunque estaban ciertamente limitadas por cuestiones de tamaño de memoria, para Greiman “el ordenador era un nuevo paradigma (...) que abría una nueva era de posibilidades para los artistas gráficos” (April Greiman, 1990). La facilidad de generación de archivos les permitía tener en cuenta un mayor número de opciones y variaciones que también podían corregir fácilmente con la opción de “deshacer”.

Rudi VanderLans y Zuzana Licko afirmaban que “al crecer con ordenadores en el hogar y en la escuela, esa nueva generación de diseñadores incorporarán la tecnología informática en el proceso de comunicación a medida que se filtre en sus prácticas cotidianas”. Hoy en día se podría confirmar que se han cumplido las predicciones de VanderLans y Licko, pero sería cauto recalcar que las bases del diseño como un “proceso de creación visual con un propósito (...) que a los ojos del público debe transportar un mensaje prefijado” (Wong, W. 1995) siguen siendo las mismas siglo tras siglo.

Quizás en los últimos años se haya construido todo un mundo del diseño gráfico en España sin los cimientos adecuados, como anota Pablo Martín, pero la profesionalización del sector está en pleno desarrollo y ebullición. Actualmente se ofertan estudios de diseño gráfico en universidades públicas de todo el país y también en centros y escuelas privadas. Además, se suele diferenciar entre diseño gráfico publicitario, el diseño editorial, el diseño de identidad corporativa, el diseño web, el diseño de envase, el diseño tipográfico, la cartelería, la señalética y el diseño multimedia. Estas se presentan como diferentes campos en los que trabaja el diseño gráfico y en los que los diseñadores se pueden especializar.

Aún así, el desconocimiento sobre el mundo del diseño gráfico por parte del resto de la población es notorio, al menos en España. Una muestra de ello es el documental “**Qué es tipografía**” (Tamara Romero, 2013). En él se pregunta a la gente por la calle el significado de la palabra “**tipografía**”, y podemos ver como muchos confunden este término con “**topografía**”, es decir, “el arte de describir y delinear la superficie de un terreno” (RAE, 22ª edición, 2012), que evidentemente no tiene nada que ver con la “tipografía”, es decir, según la RAE, “el arte de imprimir” relacionada directamente con la profesión del tipógrafo, que no topógrafo.

La mayoría de los profesionales del diseño gráfico que participan en el documental, entre ellos Pepe Gimeno y Víctor Palau, concuerdan en que “la tipografía se debería enseñar en el colegio” como afirma Lola Espinosa.



Frame del vídeo “¿Qué es tipografía?” de Tamara Romero.

¿Cuántas veces el desconocimiento de las posibilidades, características y funciones de un determinado software nos lleva a utilizarlo para lo que no ha sido concebido? Por ejemplo, ¿cuántas veces a un maquetador un cliente le ha enviado las fotografías para utilizar en un diseño insertadas en un documento de texto de *Word*? ¿o un empresario ha mostrado orgulloso su marca creada en *Paint* mediante metodología de mapa de bits en vez de un diseño vectorial? Los profesionales del diseño gráfico *freelance* o pequeños estudios que realizan proyectos para pequeñas y medianas empresas, autónomos, etc., pueden encontrarse con situaciones así a diario.

En este marco de desconocimiento y de búsqueda por la profesionalización considerada y valorada por el resto de la población, se plantea en este proyecto, no sólo acercar al público los conocimientos básicos sobre tipografía, sino sobre el diseño gráfico en general.

LAS TIC COMO COMPETENCIAS BÁSICAS Y PUNTO DE PARTIDA

En el artículo de Ramírez Culebro, *Las competencias básicas en Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) del profesorado de Educación Primaria*, encontramos la definición de competencias como “un conjunto de conocimientos, habilidades y actitudes en constante cambio, transferible y desarrollado con base a la experiencia, y que permiten al individuo reaccionar, gestionar y actuar con pertinencia en situaciones complejas y contextualizadas”.

En el mismo se cita a Tarango (2004) y su definición de competencias digitales o informacionales como “aquellas habilidades y destrezas con un grado de dominio respecto de la obtención de información, su selección, procesamiento, análisis y presentación de resultados en el orden del conocimiento, utilizando diversos formatos electrónicos de datos”.

Según el Diario del Parlamento Europeo (2006), punto 4. “La competencia digital entraña el uso seguro y crítico de las tecnologías de la sociedad de la información (TSI) para el trabajo, el ocio y la comunicación. Se sustenta en las competencias básicas en materia de TIC: el uso de ordenadores para obtener, evaluar, almacenar, producir, presentar e intercambiar información, y comunicarse y participar en redes de colaboración a través de Internet”.

Después de estudiar la evolución del diseño gráfico y cómo esta disciplina profesional ha hecho uso de las nuevas tecnologías para mejorar su calidad y cantidad productiva, es lógico considerar que el usuario de los cursos presentados en este proyecto debe ser conocedor de estas tecnologías definidas. Por lo tanto, deberá saber utilizar ordenadores ya que serán sus herramientas de trabajo, así como cierta manejabilidad en internet.

En el Boletín Oficial del Estado, REAL DECRETO 596/2007, de 4 de mayo, se establecen las competencias de los alumnos que estudian las enseñanzas profesionales de artes plásticas y diseño:

- a) Desarrollar la competencia propia de cada título e iniciar la práctica profesional con garantías de calidad, eficacia y solvencia.
- b) Valorar la importancia de las artes plásticas como lenguaje creativo universal y como medio de expresión cultural, así como el enriquecimiento que para ellas suponen los oficios y procedimientos artísticos tradicionales y actuales.
- c) Favorecer la renovación de las artes y las industrias culturales a través de la reflexión estética y el dominio de los procedimientos artísticos de realización.
- d) Desarrollar el potencial emprendedor, de autoaprendizaje y de adaptación a la evolución de las concepciones artísticas y de los procesos técnicos, y utilizar los cauces de información y formación continuada relacionados con el ejercicio de su profesión y con el desempeño de iniciativas personales y profesionales.
- e) Comprender la organización y características de su ámbito profesional, los aspectos legislativos que inciden en las relaciones laborales del sector profesional correspondiente así como los mecanismos básicos y específicos de inserción profesional.
- f) Desarrollar habilidades y destrezas en las áreas prioritarias contempladas dentro de las directrices marcadas por la Unión Europea, especialmente aquellas relativas a las tecnologías de la información y comunicación, los idiomas, el trabajo en equipo y la prevención de riesgos laborales.

La evolución de estas competencias nos lleva a la situación actual, en la que se evidencia a estar continuamente adaptándose a estas nuevas tecnologías, aprovechando las posibilidades que ellas nos aportan y que la sociedad nos va exigiendo.

Uso de software libre. Justificación.

En el artículo *El concepto de Software libre*, J. M. González Barahona afirma que “el software libre es una realidad ubicua.” El autor expone algunos ejemplos donde en nuestro día a día podemos estar haciendo uso de software libre, muchas veces sin saberlo.

J. M. González Barahona (2011)

“El navegador Firefox o el entorno ofimático LibreOffice/ OpenOffice son programas libres populares que funcionan en muchos entornos de escritorio. También hay sistemas completamente o casi completamente libres, como Debian o Ubuntu, que poco a poco van siendo más conocidos. En el caso de los móviles, es bien conocido que Android está compuesto en gran medida por software libre. La infraestructura de grandes empresas que proporcionan servicios vía web, como Facebook, Google o Yahoo está compuesta en gran medida por programas libres. Muchos sintonizadores/grabadores de TDT o bases WiFi funcionan gracias a sistemas en gran medida libres, basados en Linux.”

Pero, ¿qué es el software libre? Según el mismo autor, “el concepto de software libre es fundamentalmente legal: es un software con el que se pueden hacer cierto tipo de cosas, porque su autor da permiso para ello.” Hablando de derechos de autor, podríamos comparar el uso del software a las creaciones musicales o artísticas, por ejemplo, donde el usuario tiene libertad para usar la obra comprada, o el software comprado, según permita su licencia. En el software libre sin embargo, González Barahona destaca “las cuatro libertades del software libre”, es decir, que cuando “recibes un programa libre, el autor te está permitiendo que:

- lo uses como mejor te parezca
- puedas estudiar cómo funciona, y modificarlo si quieres
- lo redistribuyas a quien quieras
- distribuyas copias modificadas, si quieres”

De hecho muchas veces se llama **programa de código abierto**, que proviene de su denominación en inglés *Open Source Software*. Esta nomenclatura hace referencia directa a la libertad de modificación del código o estructura principal del programa, una de las características de las licencias libres, en las que el dueño del programa entrega esta estructura al usuario.

El autor destaca lo sorprendente e interesante que resulta ver cómo en los desarrolladores de software libre pueden tener motivaciones muy diversas para estar trabajando en ello: voluntarios que colaboran por motivos éticos, otros que se dejan llevar por el desafío técnico, o los que buscan recompensa económica... Pero todos ellos trabajando y colaborando en el desarrollo del mismo programa. “Hay pocos otros ámbitos donde se vean situaciones semejantes”, apunta González Barahona.

En su corta historia, el software libre ha penetrado en prácticamente todos los nichos informáticos. Es muy interesante ver cómo desde su nacimiento en los años 80, cuando Richard Stallman, que había sido programador en el MIT, sentó las bases filosóficas del software libre, a la actualidad en la que “es difícil encontrar una empresa que no haya al menos probado las soluciones libres, y muchas de ellas están montando sus sistemas informáticos teniéndolas en cuenta en todos los lugares posibles”, comenta González Barahona.

Tras la aplicación de la **Ley 11/2007, de Acceso Electrónico de los Ciudadanos a los Servicios Públicos**, el estudio realizado por Diana del Valle García, archivera y bibliotecaria de la Autoridad Portuaria de Baleares, en Febrero de 2013, demuestra la conveniencia de aplicación y de uso de las licencias libres en la Administración Pública Española.

Ernesto Jinesta Lobo (2008)

“(…) las administraciones públicas tienen la tarea de transformar o adaptar su función, organización, formas de actuación y de relacionarse -externa e internamente- a las nuevas exigencias de la realidad, a través de una tecnificación y modernización que permita ajustarse a las innovaciones tecnológicas”.

Junto a esto, en el **Artículo 11 del Real Decreto 4/2010, de 8 de enero, por el que se regula el Esquema Nacional de Interoperabilidad en el ámbito de la Administración Electrónica**, encontramos que “(…) las Administraciones públicas usarán estándares abiertos, así como, en su caso y de forma complementaria, estándares que sean de uso generalizado por

los ciudadanos, al objeto de garantizar la independencia en la elección de alternativas tecnológicas por los ciudadanos y las Administraciones públicas y la adaptabilidad al progreso de la tecnología (...)", donde encontramos notoriamente una declinación hacia el uso de licencias libres en la Administración Pública.

Si esto es así, ¿por qué no inclinar la formación también hacia el uso del software libre? y más aún cuando la intención de este proyecto es acercar el mundo del diseño gráfico al mayor volumen de población posible. De esta manera, al igual que en la ley dirigida a la Administración Pública:

- Se promueven las condiciones de libertad e igualdad de acceso.
- Se eliminan los obstáculos que impidan o dificulten el ejercicio pleno del principio de neutralidad tecnológica.
- Se garantiza la elección independiente de las alternativas tecnológicas por parte de los usuarios.
- Se promueve el libre mercado en cuanto a avances tecnológicos.

Es posible que en algunos ámbitos profesionales donde se requiera un nivel avanzado de uso de un software determinado, todavía no existan programas libres que satisfagan estas necesidades, pero en el mundo del diseño gráfico encontramos al menos tres programas que realizan funciones similares a otros más conocidos, que son los que se proponen utilizar en algunos de los cursos planteados. Son los siguientes:



Inkscape: es un editor profesional de gráficos vectoriales para Windows, Mac OS X y Linux. Es libre y de código abierto.



Gimp: es un programa de libre distribución para tareas como retoque fotográfico y composición de imágenes. GIMP es el acrónimo de *GNU Image Manipulation Program*. Se puede utilizar como programa de pintura, retoque profesional, renderización, conversor de formatos, etc. Está diseñado para poder ir aumentando sus capacidades con *plug-ins* y extensiones. Está escrito y desarrollado bajo X11 en plataformas UNIX, pero básicamente el mismo código funciona en MS Windows y Mac OS X.



Scribus: programa de maquetación para Linux, FreeBSD, PC-BSD, NetBSD, OpenBSD, Solaris, OpenIndiana, Debian GNU/Hurd, Mac OS X, OS/2 Warp 4, eComStation, Haiku y Windows. “Uno de los proyectos open-source más poderosos y útiles” (TechRepublic).

Además, se recomienda el uso de Google con las herramientas que ofrece, como se han utilizado para la elaboración de parte del presente proyecto: encuesta, Youtube, etc.

EDUCACIÓN 2.0

Una innovación importantísima en el sistema formativo que se está produciendo a partir de la década de los 90, con la evolución de las tecnologías en la información y la comunicación y a partir del desarrollo de la implantación de internet como medio de globalización, es la aparición del *e-learning*, o formación a distancia, en un gran número de campos. Tal y como anotan los autores del artículo **Evaluación de los aspectos del alumno, en proceso de aprendizaje *e-learning*, en Programa Educativo Diseño Gráfico en el Centro de Ingeniería y Tecnología (CITEC), UABC**, “a finales de la década de los 90’s, la Conferencia Mundial sobre la Educación Superior promovida por la UNESCO, encabezó la reflexión sobre la incorporación de las nuevas TIC’s en la esfera de la educación universitaria” (Organización de las Naciones Unidas, para la Educación, Ciencia y la Cultura, 1998).

Iñigo Babot, 2000

“Están surgiendo nuevas formas de docencia extraordinariamente potentes, que tendrán una importantísima incidencia en nuestro mundo y revolucionarán (ya lo están haciendo) el sector de la enseñanza. Este nacimiento se debe al uso y aplicación de las nuevas tecnologías de la información y las telecomunicaciones, como vehículo y canal para impartir la formación: la interactividad y la conectividad global que proporcionan estos medios telemáticos, son claves en el proceso de aprendizaje”.

Antes de empezar el proyecto es necesario definir y tener claros algunos conceptos relacionados en el *e-learning*, o teleformación, aprendizaje virtual, o formación *on-line*, como se le llama o ha llamado a este nuevo método de aprendizaje.

De forma general se referiría a toda aquella formación que utiliza la red como canal de distribución de la información. “Los cursos de formación en red son definidos para nuestro propósito como cursos donde la mayoría, si no toda, de la instrucción y de las pruebas se logran vía recursos accesibles en la Web” (Schell, 2001, pág. 95). Diferentes autores han definido este tipo de formación, y la mayoría de ellos comparten la idea de una metodología de educación basada en las tecnologías de la información y comunicación y que utiliza la red para su difusión, comunicación e intercambio de información.

García, 2002

Las grandes transformaciones tecnológicas han permitido reducir la distancia y han sido la causa de un avance inesperado en la enseñanza/aprendizaje no presencial; la comunicación y la informática han enriquecido la oferta de instrumentos educativos incorporando grabación, reproducción, transmisión de texto, sonido e imagen.

Este avance tecnológico en la formación a distancia supone a su vez un nuevo mercado laboral, tanto en el ámbito privado como público, aunque naciera y se acuñara el término precisamente en el ámbito privado, sobre todo en las empresas dedicadas a la oferta de formación continua.

En el artículo *e-Learning: Enseñar y Aprender en Espacios Virtuales*, podemos ver las aportaciones del *e-learning* a la mejora e innovación de la enseñanza. Entre estas aportaciones cabe destacar:

- Extender y facilitar el acceso a la formación a colectivos e individuos que no pueden acceder a la modalidad presencial.
- Incrementar la autonomía y responsabilidad del estudiante en su propio proceso de aprendizaje.

- Superar las limitaciones provocadas por la separación en espacio y/o tiempo del profesor-alumnos.
- Gran potencial interactivo entre profesor-alumno.
- Flexibilidad en los tiempos y espacios educativos
- Acceder a multiplicidad de fuentes y datos diferentes de los ofrecidos por el profesor en cualquier momento y desde cualquier lugar.
- Aprendizaje colaborativo entre comunidades virtuales de docentes y estudiantes.

La disciplina del diseño gráfico comienza a incorporarse a este ámbito de la formación a distancia en España a principios de siglo. En el artículo **Diseño multimedia en *e-learning* para el ámbito universitario** del 16 de Agosto de 2005, los autores Santiso Fernández, M. R. y González González, B., nos explican las limitaciones y posibilidades que nos ofrece el medio del *e-learning* para la transmisión de conocimientos, destacando que en esa época (hace unos 10 años), todavía no era muy común ver materiales educativos sobre el diseño gráfico en *e-learning*.

Dentro del *e-learning* existen tres modelos docentes:

- Modelo de docencia presencial con Internet.
- Modelo de docencia semipresencial o *blended learning*.
- Modelo de docencia a distancia. Que será el modelo en el que se centre el presente proyecto.

Es necesario en este ámbito que el docente tenga en cuenta ciertos aspectos a la hora de preparar el contenido pedagógico para una formación a distancia. Entre estos aspectos, destacan los siguientes:

- Adaptación a las características y necesidades del alumnado.
- Desarrollo de procesos de aprendizaje constructivista, propiciando un proceso de aprendizaje activo.
- Presentación del programa didáctico y de las guías de estudio/trabajo autónomo.
- Incorporación de recursos hipertextuales y multimedia.

- Diseño de una interfaz amigable y de fácil navegación.
- Utilización continuada de recursos de comunicación.

Manuel Area Moreira y Jordi Adell Segura plantean el siguiente decálogo sobre las características de un modelo de enseñanza en aulas virtuales que favorezca un proceso de aprendizaje en los estudiantes de naturaleza constructivista:

DECÁLOGO PARA LA PLANIFICACIÓN Y DESARROLLO DE UN MODELO CONSTRUCTIVISTA DE ENSEÑANZA EN UN AULA VIRTUAL
1. Crear espacios para que los estudiantes hablen y se comuniquen permanentemente: foros, chat, email, blogs, ...
2. Plantear tareas que exijan la actividad intelectual del alumno: leer, escribir, analizar, buscar, reflexionar, elaborar, valorar, etc.
3. Combinar tareas individuales (ensayos, diarios/blogs), con otras colectivas (wikis, glosarios, evaluación compartida, ...)
4. Ofrecer un calendario detallado con las tareas del curso.
5. Incorporar guías y recursos para la realización autónoma de las actividades (orientaciones precisas del proceso paso a paso, y enlaces/documentos necesarios).
6. Estimular la motivación, y participación del alumnado (poniendo noticias curiosas, juegos, videoclips, formulando preguntas en el foro...)
7. Incorporar documentos de consulta sobre el contenido en distintos formatos (documentos de texto, pdf, diapositivas, mapas conceptuales, animaciones, videoclips, <i>postcast</i> de audio, ...)
8. Mantener de forma periódica tablón de noticias del profesor.
9. Establecer públicamente los criterios de evaluación.
10. Ofrecer tutorización y <i>feedback</i> continuo entre el profesor y cada alumno/a, sobre todo en los resultados de evaluación.

Finalmente hay que resaltar que la calidad del aprendizaje en línea en términos de rapidez, efectividad, etc. queda sujeta directamente a la motivación del alumno, así como a la calidad pedagógica del profesor y el método de enseñanza entre otros.

Peña y Avendaño, 2006

El alumno como elemento clave para el buen funcionamiento de este tipo de aprendizaje, debe disponer pues de ciertas competencias disciplinares como la actitud, la autonomía, la disciplina, la disposición para enfrentarse a la tecnología y la capacidad para adaptarse a entornos activos de aprendizaje.

Aunque en la actualidad existen diferentes y variadas plataformas que ofrecen formación a distancia o en línea, (algunas de ellas serán analizadas en el siguiente apartado de este trabajo), son pocas las que tienen como finalidad la oferta de cursos específicos de diseño gráfico, en español, dirigidos a un público amplio y no a un sector de especialización, como se plantea en el presente proyecto.

Actualmente los PLEs (o entornos personales de aprendizaje) se perfilan como las herramientas para el aprendizaje informal y el desarrollo profesional a lo largo de todo el ciclo vital con un gran futuro.

Por último, cabe hacer mención a una de las plataformas audiovisuales donde podemos encontrar gran cantidad de video-tutoriales y donde la temática de los mismos es tan variada como a cualquiera de sus más de mil millones de usuarios se le pueda ocurrir, ésta es *Youtube*. Esta web permite

a cualquier usuario compartir sus conocimientos en cualquier campo y ponerlo al alcance de otros interesados. Es precisamente este tipo de funcionamiento el que genera un alto porcentaje de video-tutoriales, pero que puede que carezcan de algún tipo de aval de calidad. Aunque no es el mismo concepto el de tutorial que el del curso a distancia, no se puede olvidar el avance que ha supuesto para el mundo audiovisual y en consecuencia otros sectores, como en este caso la formación, la aparición de una



Canal de Youtube de Siemprecreando.

plataforma libre donde cualquier persona puede compartir su vídeo con el resto de personas del planeta. En solamente 10 años de existencia, *Youtube* se ha convertido en un nuevo medio de transmisión de información, en formato audiovisual.

Por ello, y como no es nuevo que las grandes empresas sean conocedoras de la importancia de su presencia en redes sociales, con *Youtube* no es una excepción. Así, el hecho de visualizar un vídeo colgado por cierta empresa infunde mucha más confianza que el vídeo que pueda subir cualquier usuario a título personal.

PROYECTO

La metodología aplicada en este proyecto, parte de un estudio de observación directa que plantea la problemática actual en cuanto a la formación a distancia específica en diseño gráfico, pasando por el análisis de la oferta actual de cursos *on-line* y la elaboración de un prototipo de curso *on-line* en esta temática, que pasa a ser analizado para sus mejoras y correcciones para, en futuras líneas de investigación, poder llegar a construir una metodología de creación de cursos *on-line* específicos de diseño gráfico.

Durante la experiencia de la autora como formadora en diseño gráfico, retoque fotográfico y creatividad en cursos presenciales en diferentes academias y centros formativos, se ha podido observar la amplia variedad de perfiles profesionales que asisten a dichas clases para poder adquirir y completar conocimientos básicos sobre diseño gráfico, retoque fotográfico, maquetación de contenido y generación de ideas.

Estos perfiles profesionales corresponden a gran cantidad de sectores. Podemos encontrar desde estudiantes de relaciones públicas o periodistas a los que se les exige unos conocimientos de diseño para encontrar un nuevo trabajo, hasta científicos o investigadores que necesitan aprender a utilizar ciertas herramientas para diseñar unos gráficos e infografías atractivas para sus artículos, pasando por formadores que desean realizar sus propias presentaciones y material didáctico visualmente agradables o administrativos que realizan funciones de publicistas o *community managers* en sus respectivas empresas.

Por lo general, estos alumnos asistentes a las clases, carecen de nociones suficientes sobre diseño gráfico, que compensan

con una inusitada ilusión por la creación, complementada con una disponibilidad de herramientas necesarias para la ella, (ordenador, impresora, software específico, etc.) Pero necesitan la ayuda de un profesional para poder crearse una metodología de trabajo propia en este campo según sus necesidades específicas.

ESTUDIO DE ALGUNOS CURSOS EN PLATAFORMAS ACTUALES

Según el artículo publicado en comunicae.es el 9 de julio de 2015, *“el e-learning es un sector en crecimiento en los países de América Latina con un crecimiento del 16% anual en facturación de cursos on-line”*. Se ha basado esta búsqueda específicamente en cursos ofertados en lengua española, que serán los que se plantea realizar en este proyecto. La oferta de cursos *on-line* sigue su crecimiento, y se prevé que continúe con este aumento cuantitativo. ¿Pero qué hay que decir en cuanto al nivel cualitativo de la oferta que podemos encontrar en internet?

En este marco, se han realizado tres cursos en distintas plataformas, con dos objetivos establecidos:

- Ampliar los conocimientos de la autora sobre creación de un blog propio y aprender a vender más de forma *on-line*.
- Realizar un pequeño estudio de mercado basando el análisis en tres plataformas y métodos diferentes, observando la composición y estructura del curso y las estrategias de comunicación seguidas por sus creadores, autores o promotores.

A continuación se muestra el análisis realizado de cada uno de estos cursos, más enfocado a estudiar su estructura y funcionamiento que el contenido impartido:

Curso “problogging” de Franck Scipion en su blog www.LifestyleAlCuadrado.com

Es un curso gratuito que Franck Scipion, un Ingeniero en Aeronáutica que lleva más de 20 años vendiendo productos



Franck Scipion en su curso "Problogging".

Si lo deseas puedes descargar el audio (mp3), la transcripción (PDF) y la hoja de trabajo (PDF)

[Descarga los materiales extra AHORA »](#)



Parte del curso "Problogging".

y servicios *on-line*, ofrece gratuitamente a los usuarios que se suscriben a su blog, como regalo de bienvenida. Sus referencias en los medios así como los testimonios de los que han trabajado con él lo avalan.

El curso está estructurado en 11 clases. Cada clase se envía al usuario mediante un correo electrónico que contiene el enlace a la página web correspondiente con el contenido de la clase.

El envío se realiza utilizando la herramienta Mail Chimp.

En la web, se puede acceder a la visualización de la clase en un vídeo donde aparece el propio docente sentado en su escritorio junto a materiales como pizarra y ordenador. El vídeo, es decir, la clase, tiene una duración media de 20 minutos. Este vídeo incorpora los enlaces a redes sociales en

su parte superior izquierda, concretamente a Facebook, Twitter y Google+, para compartir el curso, es decir, que se invita a que el propio usuario genere publicidad en redes sociales de su curso 100% gratuito.

Como complemento se ofrece la posibilidad que el usuario se descargue el material extra, que incluye la transcripción completa del curso y una ficha de tarea. Esta ficha de tarea no se pide que se entregue al formador, simplemente es una actividad más que se le invita a realizar para aprovechar lo que se ha aprendido en la

clase. Por lo tanto, se entiende que si un usuario está interesado en realizar el curso, estará también interesado en realizar estas tareas, ya que le ayudarán en su propio proyecto profesional.

Además, se abre un debate en la parte inferior de la página donde los usuarios pueden dejar sus comentarios, invitados por el docente a la participación. Por ejemplo, en el Episodio nº1, a fecha 12 de julio de 2015, hay más de 290 comentarios.

No existe evaluación o examen ya que no hay una entrega de título acreditativo al realizar el curso.

Curso “Ilustración original de tu puño y tableta” de David Peña en www.domestika.org

Curso de pago (unos 25€, como el resto de cursos ofertados en la misma plataforma). Permite pago con tarjeta de crédito o Paypal.

El curso está estructurado en 11 video lecciones de unos 4 minutos de duración.

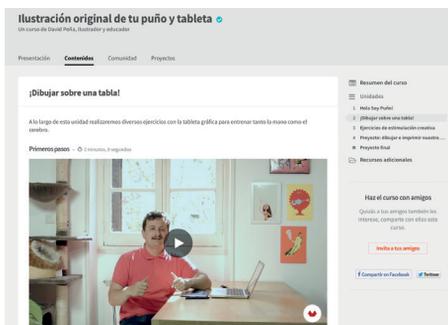
Para acceder a comprar el curso el usuario debe registrarse como alumno en la web, mediante un correo electrónico y una contraseña. Una vez el curso es comprado, se permite el acceso a cualquiera de las lecciones directamente.

Todos los cursos de Domestika se imparten de forma on-line y tienen como objetivo completar un proyecto final que cada usuario puede publicar para recibir *feedback* de la comunidad creativa de Domestika.

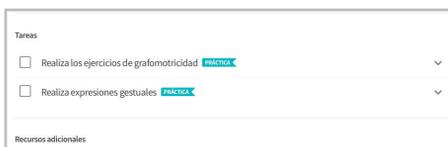
Mediante lecciones en vídeo que el usuario tiene siempre a su disposición, el profesor explica paso a paso sus trucos y técnicas, para adquirir las habilidades necesarias para realizar el proyecto.



Página de inicio del curso en domestika.org



Lección en el curso de domestika.org



Tareas en la lección del curso de domestika.org

Cuando se abre el curso, el usuario puede empezarlo dónde y cuándo quiera. No hay plazos de entrega, ni fecha de finalización. La idea es que cada uno aprenda a su ritmo.

Una vez iniciado el curso se accede en primer lugar al vídeo de la lección. En la parte superior se indica el título del vídeo (ya que la lección puede contener distintos vídeos) y la duración del mismo. En la parte derecha se encuentra el *sidebar* que contiene el acceso al resumen inicial del curso, el listado de las unidades

didácticas que lo componen, el acceso a todos los recursos adicionales del curso y la opción de compartirlo en redes sociales. En la parte inferior aparecen más vídeos, si la unidad didáctica los contiene, y las tareas que el profesor propone realizar, así como el material adicional que considere oportuno. Se deja al alumno ser él mismo el que señale la tarea como realizada o no.

Curso “Aprende a vender más con tus cursos on-line” de www.tutellus.com

Tutellus se define como “tu plataforma colaborativa para aprender o enseñar a través de video cursos *on-line*.” Se dirige tanto a usuarios que desean aprender cualquier tipo de habilidad o competencia en un tema concreto, como a profesores que preparan un material docente y lo quieren poner a la venta para ganar dinero y enseñar lo que saben hacer, sea cual sea la temática y el nivel.

Es una gran comunidad donde además los profesores pueden promover cursos de otros profesores y ganar también dinero mediante esta forma de afiliación.

Es una plataforma web muy intuitiva, cuidada en su diseño y navegabilidad. Se ofrece de forma fácil y rápida la inscripción

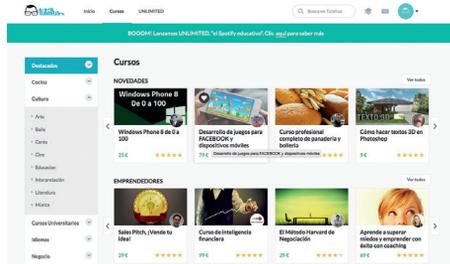
tanto como alumno como profesor, ofreciendo un usuario y contraseña con el que poder entrar para gestionar el perfil, los cursos que se estén realizando o los que se ofrezcan como profesor, acceso a la facturación, etc.

El buscador de cursos ofrece un listado de temáticas en la parte izquierda de la pantalla para facilitar la búsqueda. Cada curso aparece en pantalla destacado por una imagen, indicando el precio y una valoración del curso señalada mediante iconos de estrellas. Pulsando sobre esta pequeña ficha del curso, el usuario navega a una nueva pantalla donde aparece la descripción completa del curso, profesorado, cómo está estructurado, si ofrece diploma acreditativo y material complementario, así como las observaciones y valoraciones de los alumnos que ya lo han realizado.

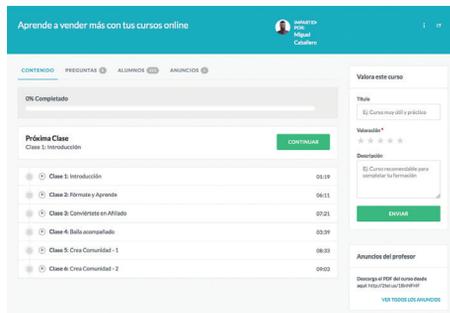
El objetivo de realizar este curso que *tutellus* ofrece a los nuevos inscritos como profesores es aprender algunas técnicas y conceptos para aumentar las ventas del curso ofertado y conocer mejor el funcionamiento de la plataforma.

El vídeo curso aparece dividido en seis clases, de entre un minuto a nueve minutos de duración. Cada vídeo tiene el enlace al vídeo de la clase anterior y el de la clase posterior.

En el *sidebar* de la derecha se dispone el listado de los vídeos de las clases del curso y una pestaña de “Notas” donde el alumno puede anotar en forma de apuntes, ideas, etc. como si se tratara de un bloc.



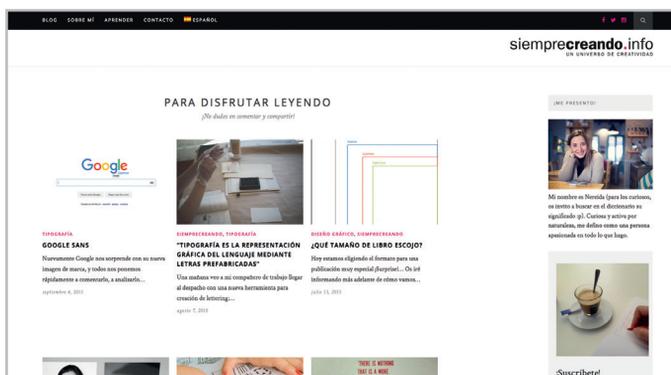
Plataforma tutellus.com



Inicio de un curso en tutellus.com

No hay complementos de tareas ni material adicional. Aunque otros cursos de esta misma plataforma sí que lo pueden ofrecer, así como la acreditación mediante un certificado. Estas opciones se dejan a elección del profesor que lo imparte.

ESTRUCTURA Y CONTENIDO DE LA PLATAFORMA SIEMPRECREANDO.INFO



Página web www.siemprecreando.info

El presente proyecto parte con la creación de la página web www.siemprecreando.info. El nombre “siemprecreando” nace a partir de la marca que representa a la autora. La expresión “siemprecreando” la ha acompañado en los últimos años gracias a compartir su viaje con un creativo del mundo del audiovisual (danielgramage.com). La pareja ha utilizado esta expresión un sinnúmero de veces en momentos donde disfrutaban de pequeñas cosas de la vida, fotografiando un insecto, dibujando una cabra montesa o cocinando un plato de pasta. Se ha convertido en la expresión que llena de emoción y pasión todo y cuanto hacen. Por lo tanto la elección del nombre para este sitio no ha sido un trabajo excesivamente duro, aunque el proceso de generación de ideas fue largo, buscando una palabra que definiera la actividad profesional de la autora, o utilizando su propio nombre, jugando con iniciales y apellidos, nada más surgió de nuevo la expresión, nada se pudo hacer más que confirmar su elección.

En la web, la autora se presenta como profesional del diseño gráfico y la formación orientada al respecto.

La página ha sido creada a partir de una plantilla *Wordpress* que ha permitido su personalización para la concordancia con la imagen de marca. Presenta una estructura vertical:

- Menú, selección de idioma, enlace a redes sociales y buscador.
- Cabecera: imagen de marca.
- Cuerpo: contenido y *sidebar* con presentación personal, buscador, *banner* de suscripción al *newsletter*, categorías, calendario de publicación, *banners* de colaboradores y profesionales relacionados.
- Pie de página: *plugin* de *Instagram*, últimas entradas y enlace a asociaciones profesionales.

En la página inicial se presentan los últimos artículos publicados en el blog. Por lo tanto, lo primordial en la web es el contenido publicado. Ofrecer un contenido de calidad a los lectores es muy importante para el éxito de cualquier página web. El usuario se mostrará más receptivo y creará su actitud de compra si lo que ve en la pantalla le satisface, por lo tanto, las entradas del blog deben ofrecer contenido de calidad y de interés.



Apartado "Aprender" de la web siemprecreando.info

En la página “sobre mí” aparece una fotografía de la autora trabajando, una breve reseña y presentación, los botones de descarga del currículum de la autora en tres idiomas (valenciano, castellano e inglés) y un *slider* de testimonios de clientes y colaboradores. Las valoraciones y comentarios de estos testimonios son cada vez más importantes en el mundo de la venta de servicios *on-line*, ya que aumentan la credibilidad de lo que se expone en la web.

El apartado de “contacto” es un simple formulario gestionado por *Wordpress* donde se invita al usuario a rellenarlo. Éste funciona simplemente enviando un correo electrónico al buzón de la autora, con los contenidos solicitados. Es una forma rápida y amable de poder estar localizable y ofrecer un rápido *feedback*.

Lo establecido en los objetivos de este trabajo se materializa incluyendo un nuevo apartado en el menú principal de esta plataforma llamado “Aprender” donde se muestran los cursos ofertados con una breve introducción de cada uno de ellos.

Estrategia de contenidos

Tras la realización del curso **Problogging** de Franck Scipion, se ha pasado a definir un propio lema de la regla de las 3P's:

“Yo enseño a los profesionales no diseñadores a crear su material gráfico para hacer más atractivos sus productos y servicios”.

Esta definición puede considerarse como los cimientos del presente proyecto. Con esta regla se define el público objetivo, entendiendo sus necesidades, deseos, problemas, aspiraciones y expectativas. Este *target* de personas definido comparte un mismo problema, que podrán resolver comprando el producto o servicio propuesto.

Personas

En este caso, el *target* es un público amplio, personas de casi cualquier índole, sin distinción de sexo, ideología ni creencia. Personas adultas, ya que se les requiere un mínimo de conocimientos técnicos en cuanto a uso de internet y

manejabilidad de ordenadores (como se ha explicado en el marco teórico inicial) que se alcanza aproximadamente tras la realización de los estudios obligatorios de secundaria. Personas de todo el mundo, con conocimientos de español, que es el idioma en el que se imparten las clases.

En cuanto a los criterios específicos, se define el público objetivo como personas que suelen estar ocupadas en otras tareas, con poco tiempo libre, por ello recurren a la compra de productos y servicios de forma *on-line*, porque se aseguran el poder realizar el curso cuando puedan, organizándose su tiempo. El comportamiento de compra no es impulsivo, sino más bien al contrario, por ello todo lo que se pueda explicar acerca de los cursos y todo el material adicional que se les proporcione, mejor. Suelen ser personas que repetirán la compra si resultan satisfechos con la primera experiencia. La sensibilidad al precio se estudia en la encuesta realizada posteriormente, pero se puede definir que teniendo en cuenta el mercado actual y que suelen ser personas emprendedoras, el precio suele ser una cuestión bastante sensible y debe tomarse en consideración un rango de precio asequible.

Problema

Se define la necesidad de incluir diseño gráfico en proyectos de multitud de disciplinas diferentes, donde normalmente el diseño no sea la cuestión determinante, ya que ésta suele ser el contenido, pero se les pretende añadir cierto valor y optimizar la realización de los mismos mediante el uso de herramientas de retoque fotográfico, ilustración, maquetación y métodos de generación de ideas y técnicas de creatividad.

Producto

El producto que se ofrece es una serie de cursos *on-line* sobre las temáticas definidas en los problemas. Estos cursos permitirán a los usuarios obtener los conocimientos requeridos para poder hacer uso del diseño gráfico en sus propias creaciones, tanto a nivel profesional como para sus hobbies.



La Regla de las 3P's por Franck Scipion

Según Vilma Núñez, la estrategia de contenidos en un blog con intención de venta *on-line* debe seguir los siguientes parámetros:

- Crear contenidos relacionados a ventas en el blog.
- Educar a clientes a través de contenidos de interés.
- Utilizar el *email marketing* como canal de venta.
- Hacer que prescriptores generen contenidos para la marca.
- Crear contenido para fidelizar y así conseguir ventas repetitivas.

En este aspecto, se tiene en cuenta efectivamente la redacción de contenido relacionado con el mundo del diseño gráfico, la tipografía y la creatividad en el blog de siemprecreando.info. Además, mediante la inserción de herramientas de *newsletter* y suscripción se ofrece otros contenidos de calidad a los usuarios fidelizados, siendo también una buena herramienta de *email marketing* para la venta de otros cursos o materiales adicionales.



Por otro lado, la realización de la promoción de la primera clase de cada curso, es decir, la clase 0, como oferta gratuita, es una estrategia de fidelización e incentivo a la compra que hace que el usuario pueda acceder a un primer contenido que afiance la compra del curso.

La planificación de publicación de contenido de calidad en el blog de la autora, como artículos de interés, consejos y entrevistas dentro del mundo del diseño gráfico y la creatividad, ofrece a la plataforma un contenido que avala la calidad de los cursos.

ELABORACIÓN DEL CONTENIDO

Proceso

Observación directa: durante las clases presenciales en diferentes academias y cursos realizado, ha sido bastante fácil poder determinar una necesidad en el mercado lo suficientemente notable como para definir el problema.

Definición del problema: la gente necesita unos conocimientos básicos sobre diseño gráfico, sea cual sea la disciplina en la que quieran utilizarlos.

Definición del proyecto: se plantea la solución y cómo llevarla a cabo. Es decir, la oferta de cursos *on-line* sobre diseño gráfico en una plataforma web.



Metodología

- 1) **Plantear los posibles cursos y su contenido.** Buscar un nombre llamativo para el curso, que capte la atención del usuario y defina aproximadamente el contenido del mismo.
- 2) **Escoger el curso piloto,** del cual se realiza el vídeo curso de la primera clase.
- 3) **Transcribir el contenido de la primera clase,** definiéndolo teniendo en cuenta el contenido de todo el curso y que se trata de una clase que debe servir como “gancho” e incentivo para la compra del curso completo.
- 4) **Preparar el material que acompañaría gráficamente el vídeo:** imágenes e iconos que complementan la narración.
- 5) **Grabación del vídeo curso.** Tras preparar el escenario, en este caso la propia oficina de la autora, se realizan pruebas de planos en cámara y pruebas de sonido. La transcripción del curso se proyecta en un ordenador que funciona a modo de *teleprompter* y ayuda al formador a seguir el hilo argumental del curso, aunque no se lea literalmente. La grabación se para en determinados momentos para realizar los cambios de plano que ayudan a dinamizar el vídeo.
- 6) **Publicar.** Se ha creado un canal propio en *Youtube* bajo el nombre de Siemprecreando, que servirá para alojar todos los vídeo cursos realizados y a la vez insertarlos fácilmente en la plataforma web propia. Este canal se ha monitorizado para en el futuro conseguir también beneficios a partir de sus visualizaciones.

- 7) **Insertarlos en la web de Siemprecreando y compartir.**
El vídeo se ha insertado en la web y se ha compartido el enlace en una muestra de usuarios de diferente sexo, edad y profesión, invitándolos a realizar una encuesta que se analiza a continuación para valorar el trabajo realizado y poder estudiar las mejoras a realizar para los futuros cursos.

Previsión de desarrollo de los cursos:

Los cursos se distribuirán en vídeo cursos de entre 5 y 10 sesiones, dependiendo del contenido del mismo y la cantidad de información que se considere adecuada y el tiempo que se considere oportuno para el aprendizaje del contenido.

Como herramienta de promoción y fidelización se ofrece gratuitamente el primer vídeo curso de cada curso ofertado, que contendrá la presentación, la definición de los objetivos del curso, la definición de los objetivos de esa primera sesión y el contenido de la sesión, presentado siempre de forma muy esquemática mediante apartados o numeraciones.

Los cursos se componen de un vídeo, llamado vídeo curso, donde aparece el formador rodeado de las herramientas necesarias para la realización de la sesión además de un material complementario que el usuario se puede descargar mediante un botón de descarga, que contendrá el guión de contenido del curso así como fichas de tareas y otro material complementario si se cree conveniente.

Se presenta un vídeo grabado íntegramente en la oficina de la autora, donde se muestra su espacio de trabajo habitual, sus herramientas, libros, etc.

Con la finalidad de romper con la monotonía de un vídeo grabado en una habitación, se muestran hasta tres planos diferentes en pantalla:

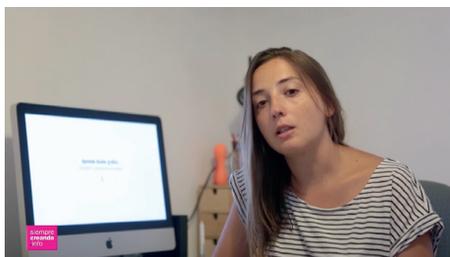
Plano general: deja a la vista la habitación entera, incluyendo las letras corpóreas



© Daniel Gramage. Plano general siemprecreando.info



© Daniel Gramage. Plano medio de siemprecreando.info



© Daniel Gramage. Plano corto de siemprecreando.info

de la marca, un proyecto propio de la autora realizado manualmente mediante cartulina. Este plano sitúa al personaje principal, en este caso el formador, en un ambiente y entorno determinado, como es la sala de estudios o la oficina donde trabaja habitualmente.

Plano medio: acerca el usuario al comunicador, permitiendo que se muestren más de cerca algunas reacciones. Es el plano comúnmente utilizado en los informativos de televisión.

Plano corto o primer plano: suele utilizarse cuando el

mensaje es más profundo y se pretende aproximar del todo el usuario al personaje principal de la acción. En este caso, más que un primer plano en el vídeo se presenta un plano corto en algunos momentos de la clase.

Además, el vídeo se complementa con imágenes que hacen referencia a algunos conceptos de los que se habla en ese momento, permitiendo una mayor interactividad del alumno, que no solamente escucha al formador, sino que en ese momento relaciona el contenido que está escuchando con una imagen que ve en la pantalla.

Evaluación:

Se solicita a cada usuario que envíe su tarea realizada tras cada sesión para su evaluación, bien por correo electrónico o mediante el formulario que aparecerá en la parte inferior de la pantalla.

Una vez el usuario ha enviado las tareas de todas las sesiones del curso y se han valorado positivamente, se le entrega el diploma

acreditativo de aprovechamiento del curso firmado por el responsable del curso. Para ello, se ha diseñado una plantilla en PDF con campos de formulario a rellenar para indicar nombre completo y DNI del alumno/a, y fecha de la obtención del título.

Logo: siemprecreando.info
UN UNIVERSO DE CREATIVIDAD

CERTIFICADO DE APROVECHAMIENTO

Otorgado a:

Con DNI:

Por haber realizado con aprovechamiento el curso **APRENDE DISEÑO GRÁFICO. CONCEPTOS Y METODOLOGÍAS DE TRABAJO. Modalidad online.**

Y para que así conste a los efectos pertinentes se extiende en:
Valencia,

Fdo: Nereida Tarazona Belenguier
Responsable de Formación en siemprecreando.info

www.siemprecreando.info | info@siemprecreando.info | +346179679832 | Nereida Tarazona Belenguier | 243912030 | C/ Gómez Ferrer 26.1º, 46120 Puzosent (Valencia) SPAIN

Propuesta de Certificado de Aprovechamiento a entregar a los alumnos de siemprecreando.info

Uno de los principales aspectos a tener en cuenta para mejorar las ventas de los cursos *on-line* es el título del propio curso, tal y como indica David Siteman en **7 Proven Steps to Creating, Promoting & Profiting from On-line Courses** de www.createawesomeon-linecourses.com. Debe ser un título atractivo y que a su vez introduzca de forma clara el contenido del curso, para que el usuario, en un vistazo, sea capaz de identificar si va a cumplir sus necesidades o no. Se recomienda el uso de palabras como “aprender”, “mejorar”, “crear”, “cómo hacer”, “claves para”, etc. que denotan un beneficio formativo para el usuario. La mayoría de las veces en los cursos *on-line* se hace referencia también a la propia experiencia del autor.

Los cursos se dirigen a profesionales de todos los sectores. Se definen como cursos de diseño gráfico para no diseñadores, por lo que no se profundiza en exceso en cada uno de los temas

presentados, sino más bien se ofrece de forma clara, sencilla, y accesible a todo el mundo, unos conocimientos básicos sobre el mundo del diseño para ayudar al alumno a desenvolverse en él.

Como referencia para la realización del vídeo curso piloto, se ha escogido la temática de conceptos básicos sobre diseño gráfico. Este curso se oferta como un curso de introducción al diseño gráfico, hablando desde su definición hasta casos de aplicación y metodologías de trabajo a seguir frente a un reto de diseño.

Con la intención de elaborar una pequeña guía docente de cada curso, se plantean a continuación los objetivos de este curso piloto, así como las competencias que el alumno adquirirá con la realización del curso, los plazos de desarrollo del mismo y la bibliografía que el profesor le ofrecerá como recursos adicionales.

Objetivos

El curso se plantea desde un punto de vista teórico-práctico, para que el alumno estudie, conozca y experimente las posibilidades del diseño gráfico.

Entre los objetivos planteados se pretende:

- Que el alumno desarrolle sus propios recursos para llevar a cabo un proyecto gráfico propio de principio a fin.
- Adquirir experiencia en el uso de software específico de diseño gráfico.
- Adquirir una metodología de trabajo que permita al alumno afrontar un reto de diseño.

Competencias

A continuación se muestran las competencias que los alumnos adquieren al cursar este curso:

- Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas.
- Poseer las habilidades de aprendizaje que les permiten continuar estudiando de un modo autodirigido o autónomo.

- Identificar y comprender conceptos y nomenclaturas relativos al mundo del diseño gráfico.
- Utilizar aplicaciones TIC para la realización de proyectos gráficos y la concepción y elaboración de ideas, así como la presentación de las mismas.
- Conocer la profesión del diseñador gráfico.
- Afrontar un reto de diseño gráfico mediante una metodología de trabajo basada en el *briefing*.
- Conocer los aspectos relacionados a la marca e identidad corporativa, desarrollando aplicaciones de marca.
- Diseñar para producción impresa.
- Diseñar para web y redes sociales.
- Diseñar para *packaging*.
- Gestionar la información y tomar decisiones.

Plazos

Los plazos para el desarrollo del curso son ilimitados. Los cursos no caducan, por lo tanto una vez una persona ha comprado un curso, puede acceder a él, revisar contenido, visualizar nuevamente los vídeos, etc. siempre que quiera. Aún así, se recomienda al alumno realizar las tareas propuestas en cada clase a ser posible al terminar la misma, ya que los conceptos nuevos adquiridos están más presentes.

Bibliografía

Para este primer curso se recomienda al alumno la siguiente bibliografía y un listado de páginas web donde encontrará información relacionada directamente con el contenido que se imparte en las lecciones:

Libros:

JURY, D. *Graphic design before graphic designers: the printer as designer and craftsman 1700-1914*. Thames & Hudson.

LANDA, R. *Diseño gráfico y publicidad : fundamentos y soluciones*. Madrid : Anaya Multimedia, 2011.

MEGGS P., PURVI, A. *La historia del diseño gráfico*. RM. 1983.

MONO. *Identidad corporativa: del brief a la solución final*.
Barcelona etc. : Gustavo Gili, cop. 2006.

POYNOR, R. *No más normas. Diseño gráfico posmoderno*.
Ediciones G. Gili, S.A. de CV. 2003.

Páginas web:

<http://graffica.info/>

<http://www.freepik.es/>

<https://inkscape.org/es/aprende/tutoriales/>

<http://www.gimp.org.es/>

<http://wiki.scribus.net/>

Por último, se plantea la programación de trabajo y producción de las clases de la siguiente manera:

Aprende diseño gráfico. Conceptos y metodologías de trabajo.

Clase 1:

- Presentación.
- Definición de diseño gráfico.
- Historia.
- Introducción de los 5 elementos del diseño gráfico: la tipografía, la fotografía, el color, la ilustración y la composición.

Clase 2:

- La figura del diseñador gráfico.
 - ¿Qué hace?
 - Perfil y competencias.
 - Ser siempre creativo.
- El diseñador gráfico no es...

Clase 3:

- Casos de aplicación
Diseño de marca. Definición de una identidad corporativa.

Clase 4:

- Casos de aplicación:
Diseño gráfico publicitario.

Clase 5:

- Casos de aplicación:
Diseño editorial.

Clase 6:

- Casos de aplicación:
Diseño optimizado para web y redes sociales.

Clase 7:

- Casos de aplicación:
Diseño gráfico para *packaging*.

Clase 8:

- Metodología de trabajo:
El *briefing*.

Clase 9:

- Metodología de trabajo:
Paso a paso tras un pedido.

Clase 10:

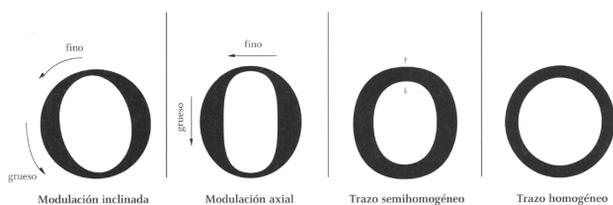
- Ejemplos.
- Conclusiones.
- Resumen de conceptos.

Además, en el lanzamiento de la plataforma de formación se pretende incluir los siguientes cursos, que se consideran también de interés y gran utilidad para el público definido. A continuación se explica brevemente el contenido de cada uno de ellos:

Aprende a trabajar con tipografía

En este curso se analizará en un principio la diferencia entre escritura, caligrafía y *lettering*, para pasar a definir tipografía, viendo ejemplos reales de cada una de las disciplinas.

Se repasará una clasificación tipográfica para reconocer poco a poco los elementos generales de los que se componen las letras, diferenciando entre familias tipográficas y estilos. Todo esto llevará finalmente a poder trabajar con un catálogo tipográfico donde el alumno aprenderá a combinar tipografías en sus diseños y a trabajar la tipografía en cuanto a maquetación de textos.



Esquema sobre la modulación del trazo en tipografía. Manual de tipografía. Ed. Campgràfic.

Aprende a trabajar con el color

El mundo está lleno de color. Pero para representarlo se dispone de muchas herramientas distintas y cada una funciona de una manera. En el diseño gráfico, el manejo correcto de los modos de color es esencial para no tener ningún problema en pantalla ni en impresión. En este curso el alumno aprenderá conceptos básicos sobre el color, libros de color y modos de color que harán que sus archivos estén preparados para su finalidad.

Para ello se recomendará el uso de cierto software, así como diferentes libros de color, como la carta Pantone.

Diseña tu marca personal paso a paso

En los últimos años el emprendimiento ha crecido exponencialmente en nuestro país. Este curso se dirige a todos

aquellos emprendedores, sin distinción de sexo ni edad, que estén pensando en crear su propia marca personal. Para ello necesitan tener una imagen gráfica que les represente. En este curso el alumno aprenderá, mediante el uso de software libre, a poder crear su propia marca siguiendo unos pasos conceptuales y una metodología de trabajo.

Además, se expondrán los conceptos de Identidad Corporativa y se desarrollarán algunos de los productos que podemos encontrar en un manual de identidad corporativa, como elementos de papelería o productos de *merchandising*.

Aprende a retocar y optimizar tus fotografías

Mediante el uso de software libre, en este caso el programa *Gimp*, el alumno podrá realizar retoques, montajes y optimizar sus fotografías para usarlas después en su web, o bien, prepararlas para impresión. En este proceso hay muchas cosas a tener en cuenta para asegurarse que todo vaya a ir bien: modos de color, tamaños, resolución, formatos... Todos estos conceptos se trabajarán mediante ejercicios prácticos, utilizando las herramientas básicas de edición como son herramientas de selección, pintura, texto, ajustes y filtros.

En este curso uno de los aspectos muy importante es el trabajo en capas, con el que muchos usuarios no se encuentran familiarizados.

“Creatividad”. Técnicas y consejos para hacerte el trabajo más fácil.

En este curso el alumno aprenderá a desenvolverse en el mundo creativo. Entenderá la creatividad como el “conjunto de métodos, técnicas, estrategias y/o ejercicios que desarrollan las aptitudes y estimulan las actitudes creativas de las personas a través de grupos o individualmente” (De la Torre, S. 1995).

El objetivo es entrenar su mente y ejercitar algunas partes de su cerebro para que surjan esas nuevas ideas que necesita. Esto se conseguirá mediante la aplicación de algunas técnicas de creatividad y generación de ideas.

Jiménez, S. (2007)

“Promover actitudes y cualidades creativas en los alumnos les ayudará a encontrar soluciones ante los problemas y a tener una disposición abierta y tolerante frente al fenómeno, además de dotarles de confianza para superar las posibles barreras que obstaculicen el desarrollo de su personalidad”.

Resultado final

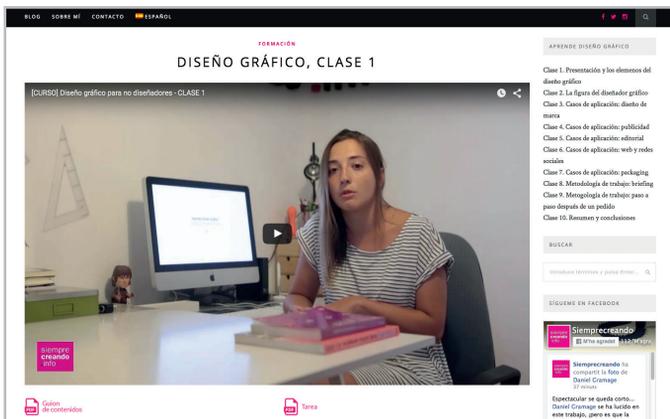


Imagen del vídeo de la clase 1 del curso “Aprende diseño gráfico...” en siemprecreando.info

La propuesta presentada en esta memoria es la primera lección del curso **Aprende diseño gráfico. Conceptos y metodologías de trabajo.**

A continuación se muestra la transcripción completa del curso. En el Anexo 1 se muestra el Guión de contenidos y la Ficha de tareas que se entrega a los alumnos mediante el botón de descarga que tienen accesible en la pantalla.

Transcripción:

¡Hola! Bienvenido y bienvenida a siemprecreando.info.
Si te has apuntado a este curso es porque necesitas aprender conceptos de diseño gráfico para aplicarlos día a día en tu trabajo.

Actualmente estamos en un momento en el que podemos disponer con cierta facilidad de las herramientas como ordenador, libros, tablets, discos duros, etc., pero muchas veces no sabemos cómo utilizarlos, no sabemos qué software usar para hacer un determinado trabajo, nos sentimos bloqueados mentalmente y no se nos ocurre nada.

Yo os voy a explicar de una forma sencilla y paso a paso, algunos conceptos para que los tengáis en cuenta cuando afrontéis un reto de diseño, sea en el ámbito laboral que sea. Os propondré utilizar algunas herramientas determinadas para distintos casos y os enseñaré algunos truquillos que a mí me han ayudado en mi trabajo día a día.

Recordad que los cursos de siemprecreando.info son cursos de diseño gráfico para no diseñadores, así que si has estudiado ya diseño o trabajas habitualmente con Gimp, Inkscape, Scribus o sus homólogos de Adobe, puedes quedarte con nosotros, ¡ningún problema!, porque seguro que puedes aprender cosas nuevas, pero sólo quiero advertirte que no vamos a profundizar demasiado en las herramientas, sino que mi intención es ofrecer de forma sencilla unos conocimientos básicos sobre el mundo del diseño gráfico para que puedas desenvolverte en él sin miedos ni temores, que sepas que puedes resolver ciertas necesidades de tu negocio en términos de publicidad e imagen corporativa de forma coherente, que puedas crear diseños gráficos para poder ofrecer un valor añadido en tu empresa, siendo resolutivo y eficaz, que entiendas a tus proveedores de artes gráficas y que conozcas el vocabulario y los conceptos básicos sobre color, impresión, web, tipografía, etc... para, por qué no, crear tu marca personal, por ejemplo.

Como soy de las que piensa que para entender el presente y poder afrontar el futuro, debemos revisar el pasado, comenzaremos la clase de hoy explicando una pequeña historia para poder entender qué es el diseño gráfico.

Si hacemos una búsqueda rápida en Google, la primera definición que encontramos hace referencia al diseño gráfico como “una profesión cuya actividad consiste en concebir, organizar, proyectar y realizar comunicaciones visuales,

producidas en general por medios industriales y destinadas a transmitir mensajes específicos a grupos sociales y con objetivos claros y determinados.” Es decir, entendemos el diseño gráfico como una disciplina mediante la cual comunicamos de forma visual una idea con un público y unos objetivos claros, a quién nos dirigimos y qué queremos conseguir...

Muchos llaman al diseño gráfico comunicación visual, porque entienden que los mensajes visuales se canalizan a través de muchos medios de comunicación, y no solo los impresos, y quizás la palabra “gráfico” la relacionen directamente con impresión. Yo creo que esta diferenciación actualmente no hace falta hacerla, porque con el uso de las nuevas tecnologías, internet y diseño 2.0, donde la comunicación gráfica se realiza para soportes digitales, está más que establecido y se entiende claramente que el diseño gráfico es una representación visual de un mensaje concreto, independientemente de su sistema de reproducción, “que ha ido adquiriendo cada vez más protagonismo en una sociedad de consumo como la nuestra, en la era de la comunicación”, como indica Anna María López López en su libro “Curso Diseño Gráfico - Fundamentos y técnicas”.

De hecho, dentro del mundo del diseño gráfico encontramos sectores como el “diseño gráfico publicitario, el diseño editorial, el diseño de identidad corporativa, el diseño web, el diseño de envase, el diseño tipográfico, la cartelería, la señalética y el diseño multimedia”.

El nacimiento del diseño gráfico es una gran incógnita... basándonos en la definición que hemos dado, podríamos decir que ya en las pinturas rupestres encontramos una comunicación gráfica, en un soporte como medio para plasmar ese mensaje visual de un propósito específico, por ejemplo, la actividad de la caza. Pintura sobre roca para definir un concepto...

(Detalle de una figura esquemática del arte rupestre de la zona de Peña de Cabrera en Casabermeja, Málaga. Fotógrafo: Alejandro Cana Sánchez)

Con el nacimiento del lenguaje escrito, la llegada de la tipografía y los tipos móviles de Gutenberg, nacen los

primeros libros impresos y la industrialización de esos procesos creativos permite que los mensajes lleguen a un mayor número de personas.

Walter Gropius y La Bauhaus, escuela considerada como la cuna de la profesión del diseño, o la Escuela de Ulm con su Departamento de Comunicación Visual, fueron pioneros en la profesionalización del diseño gráfico, desde principios del siglo XX.

Hoy en día hacemos uso de herramientas digitales para el diseño y la producción gráfica, pero los conceptos fundamentales que nos permiten entender la comunicación humana continúan siendo los mismos. En definitiva, “el diseño gráfico transforma un mensaje lingüístico en una manifestación gráfica”. (Frascara, Jorge (2000) p. 18).

El diseñador gráfico por tanto, necesita tener conocimientos sobre otras disciplinas como la fotografía, el dibujo, la psicología de la percepción, la tipografía, tecnología, la comunicación, etc. Hablaríamos entonces de los elementos del diseño gráfico. A mí me gusta definir 5 elementos, que son: la tipografía, la fotografía, el color, la ilustración y la composición. Durante este curso hablaremos sobre ellos, pero en otros cursos de siemprecreando.info podéis profundizar más sobre cada tema.

Bueno, ahora ya hemos entrado de lleno en el apasionante mundo del diseño gráfico. Hoy hemos aprendido qué es el diseño gráfico y hemos revisado su evolución histórica a grandes rasgos. También hemos enumerado los elementos del diseño gráfico que nos sirven de introducción para otros cursos. Veréis un botón justo debajo de este vídeo donde os podéis descargar el Guión del contenido de la clase y la hoja con la tarea del día. Recordad que debéis entregarme las hojas de tareas para dar por finalizado el curso, pero tranquilos, las podéis ir haciendo a vuestro ritmo, aunque os recomiendo que intentéis realizarlas justo después de cada video curso, para que lo tengáis fresco en vuestra mente y os sea más fácil y eficiente.

En la siguiente clase responderemos a la pregunta ¿qué hace el diseñador gráfico? Seguro que más de uno os lo estáis

preguntando, y os aseguro que a los que somos diseñadores gráficos nos lo preguntan muchísimo.

Muchas gracias y nos vemos en la siguiente clase.

GUÍA DEL USUARIO DE SIEMPRECREANDO.INFO

A continuación se describen los pasos que el usuario debe seguir para comprar y poder realizar el curso:



Una vez el usuario ha podido visualizar la clase 0 e informarse sobre el contenido del curso, podrá acceder a su compra pulsando el botón de compra que acompañará cada curso en la web. Este botón de compra lo redirigirá directamente a la plataforma segura de pago, que le permitirá pagar mediante tarjeta de crédito o *Paypal*. Para proceder a la compra se le pedirán los siguientes datos personales: nombre, dirección, DNI y correo electrónico, que serán los datos que se necesitarán para generar la correspondiente factura.

Una vez el pago ha sido realizado, se enviará a la dirección de correo electrónico que haya proporcionado el usuario el enlace al curso que haya adquirido. Este e-mail le proporcionará también un usuario y contraseña que deberá introducir para acceder al enlace proporcionado. Este procedimiento es gestionado directamente por *Wordpress*, el gestor de contenidos en el que se ha desarrollado *siemprecreando.info*, y que permite un número de usuarios ilimitado.

Esto asegura al alumno poder acceder siempre que quiera al curso comprado, incluso una vez lo haya finalizado. Además, podrá moverse en él como desee. Aunque se les aconseja seguir el orden establecido en las unidades didácticas, éste podrá escoger en cada momento la lección que quiera.

Una vez el usuario empiece el curso, podrá ver el vídeo en su pantalla, y tal y como se ha explicado en el procedimiento, dispondrá de un botón de descarga del material complementario a la lección, así como de un hilo de comentarios que permitirá

interactuar entre todos los que estén realizando el curso en ese momento o ver comentarios de gente que ya lo haya realizado.

Si la lección lo precisa, se dispondrá de un formulario para resolver las tareas o enviar archivos adjuntos, que la docente recibirá directamente en su correo electrónico.

A continuación se muestra el esquema que simplifica esta explicación y que estará expuesto en la web:



Compra el curso que te interese



Recibirás por email tu usuario y contraseña



Disfruta de tu curso de forma ilimitada

PRESUPUESTO

A continuación se detallan todos aquellos conceptos cuyo precio se debe tener en cuenta para poder elaborar un presupuesto aproximado para el lanzamiento de la plataforma con los cursos inicialmente planteados.

Se diferencian los costes fijos de inicio o puesta en marcha del negocio, los costes mensuales del funcionamiento del negocio y los costes atribuibles a cada curso.

En la siguiente tabla disponemos los costes fijos de inicio o puesta en marcha del negocio:

Concepto	Precio
Diseño y programación web	1.000€
TOTAL	1.000€

Se tiene en cuenta la compra de la plantilla *WordPress* necesaria, su personalización y creación de imágenes acordes a la imagen de marca siempre creando.info, así como la implantación de los *plugins* y la programación necesaria para el correcto

funcionamiento. Este precio incluye la creación del canal propio de *Youtube* y la imagen en diferentes redes sociales.

A continuación se listan los costes fijos mensuales, que se atribuyen al funcionamiento del negocio, y de los que se debe tener en cuenta su abono con una periodicidad mensual:

Concepto	Precio
Dominio y alojamiento web	10€
Horas de docencia, tutorías y evaluación	800€
Quaderno App	49€
Publicidad en Facebook	30€
Servicios de <i>community manager</i>	100€
TOTAL	989€

Se han valorado unas 10 horas semanales de docencia, tutorías y evaluación de los alumnos, a un precio de 20 euros la hora.

Quaderno App es una herramienta para gestionar fácilmente las cuentas del negocio que además ofrece asesoramiento y gestoría contable, fiscal y laboral para autónomos. El coste de sus servicios es un precio mensual de 49€.

Se considera un coste de publicidad en Facebook de forma mensual como estrategia publicitaria. Con 30€ mensuales *Facebook* ofrece una estimación de entre 300 y 550 *clicks* al día, por lo que aproximadamente habría unas 12.000 entradas a la página web promocionada. Cuando se programan los anuncios en redes sociales se puede cercar muy bien el *target* o público objetivo al que se dirige la publicación.

Los servicios de *community manager* se han convertido en un servicio indispensable para cualquier negocio porque las redes sociales son los medios digitales para el *marketing on-line* por excelencia. La figura del *community manager* responde e interactúa con los usuarios, que normalmente tienen intereses comunes. Además, crea contenido y gestiona la reputación *on-line* de la marca con el objetivo de crear confianza en los consumidores con la marca.

Por último se definen los costes aplicables a cada curso que se realice. De este modo, siempre se pueden tener en cuenta a la hora de incrementar la oferta de cursos en la plataforma:

Concepto	Precio
Diseño del curso y material gráfico	120€
Grabación y edición del vídeo curso	800€
Publicidad en Facebook	30€
TOTAL	950€

Por diseño del curso se entiende el diseño de la programación y material didáctico, fichas de tareas, guión de contenidos, y el material gráfico que acompaña el vídeo.

Para la grabación y edición del vídeo curso se contrata a un operador de cámara, técnico en imagen y sonido. Se toma como referencia un curso de 10 clases. La grabación se realizaría en 2 sesiones. Cada sesión costaría aproximadamente 150€. El precio incluye el servicio de *teleprompter*. Se calculan tres jornadas de edición para generar los vídeos de las 10 clases. El precio incluye también la exportación del vídeo a un formato útil para colgar en *Youtube* y posteriormente en la plataforma.

Se incluye un nuevo apartado de publicidad en *Facebook* ya que en este caso se trata de publicitar exclusivamente cada curso ofertado.

Si se tiene en cuenta que el lanzamiento de la formación a distancia en *siemprecreando.info* se desea realizar con una oferta de 6 cursos, ese valor total habría que multiplicarlo por 6, siendo el resultado 5.700€.

A este importe se le suma entonces el valor de los costes fijos de inicio o puesta en marcha, es decir, que en un inicio el coste total sería de 6.700€, a lo que habría que añadir los casi 1.000 euros mensuales calculados.

VIABILIDAD

Tal y como indica Frank Scipion en su curso “problogging”, el negocio *on-line* requiere dedicarle mucho tiempo y cariño más que invertir grandes sumas de dinero.

En este aspecto el proyecto es viable para la autora, ya que la dedicación parcial no supone un problema. Se indica dedicación parcial, porque la autora no abandonaría su actividad profesional como diseñadora gráfica, ofreciendo soluciones a una cartera de clientes que ya dispone.

En términos económicos, los 6.700€ se consideran una inversión asequible, además teniendo en cuenta la posibilidad de financiación por la relación con los proveedores o las subcontratas que se realicen.

Teniendo en cuenta los resultados obtenidos en la encuesta analizada en el siguiente apartado, se plantea la venta de los cursos en un rango de precios de 20 a 30 euros, por lo que se define un precio de 25€, como valor intermedio. Si esto es así, valorando el coste de realización de cada curso en 950€ como se ha hecho en el presupuesto, se deberían vender 38 cursos para hacer frente al coste del mismo y poder hablar de beneficios, lo que no supone una cantidad de cursos asequible.

Los inicios siempre son más costosos en cuanto a esfuerzo, dedicación, implicación y aportación económica. De hecho, teniendo en cuenta los 6.700€ de gasto inicial, es a partir de los 268 cursos vendidos cuando se podría decir que se han cubierto los gastos.

Se consideran unas cifras alcanzables y seguras. Si tenemos en cuenta datos como los que nos ofrece la consultora IDC en el año 2004, indicando que el volumen de mercado que tuvo el *e-learning* a nivel mundial fue de 24.210 millones de euros, de los cuales más de un 60% se movió en EEUU, o que según el informe de OBS, la industria del *e-learning* movió 56.200 millones de dólares en 2013, se puede observar el incremento en este ámbito. En aproximadamente 10 años se ha visto duplicado el volumen de mercado, pero las previsiones son aún mejores: “las perspectivas para 2015 auguran que la actividad de la enseñanza *on-line*

duplicará su volumen hasta superar los más de 100.000 millones de dólares. Esto supondría que, en 2015, cada día se movilizarían una media de 273 millones de dólares en el mercado mundial del *e-learning*.” (OBS, 2014).

Se puede considerar un mercado en auge y con valor. Según el estudio *El mercado global de e-Learning 2014*, publicado en On-line Business School, primera escuela de negocios *on-line*, “Europa Occidental es actualmente el segundo consumidor de herramientas *e-learning* después de EE.UU., con un volumen de inversión cercano a los 6.800 millones de dólares. Si se cumplen las previsiones, este escenario cambiará en 2016 y Asia detendrá esa segunda posición en detrimento de Europa Occidental. En este periodo el mercado crecerá un 5,8% anual hasta llegar a los 8.100 millones de dólares de facturación en 2016.

En cuanto al funcionamiento, a medida que los usuarios vayan realizando los cursos, mediante avales como referencias en medios y los testimonios de esos usuarios, etc. el producto o servicio ofertado aumenta de valor, y se podría considerar o bien aumentar el precio de ciertos cursos o bien realizar otras actividades paralelas que complementen dicha formación.

EVALUACIÓN

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DEL USUARIO. ESTUDIO CUALITATIVO

En el presente proyecto se ha planteado una primera clase en formato vídeo curso que ha sido enviada a 20 personas. Las respuestas se han recibido de forma anónima a través del formulario de la web.

Definición del perfil de la muestra

Este proyecto se caracteriza por la heterogeneidad de la muestra, es decir, perfiles de usuario muy distintos, de diferentes edades y sexo, con distintas profesiones. El único elemento en común entre todas las personas encuestadas es que son de habla hispana para asegurar la comprensión de los contenidos, que están íntegramente mostrados en lengua castellana.

La muestra se divide en 12 mujeres y 8 hombres. Los rangos de edad oscilan entre los 29 y los 60 años, siendo la mayoría de ellos (80%) personas entre 30 y 40 años.

El total de los encuestados se encuentra actualmente trabajando, a excepción de una persona que está jubilada, pudiendo distinguir entre un 30% de emprendedores y autónomos y un 65% de trabajadores por cuenta ajena.

Entre los ocupados, el 30% ejerce profesiones dentro del sector educativo, la mitad de los cuales en educación secundaria, dos personas en educación infantil y una persona en universidad, con carácter científico y de investigación.

Una de las personas entrevistadas ejerce la profesión de medicina en el sector público y otras dos trabajan en la administración pública. 3 de las personas encuestadas trabajan como asalariadas en el sector privado en empresas de diversa índole: nutrición, economía y arquitectura.

Dentro del perfil autónomo y emprendedor, 3 de las personas encuestadas trabajan en el ámbito creativo: fotografía, comunicación y desarrollo web. Por otro lado hay una fisioterapeuta con clínica propia, un relojero con tienda propia y una persona dedicada al *coaching*.

Cuestionario y respuestas

Tras la visualización del vídeo, se les ha planteado la respuesta al siguiente cuestionario:

Diseño Gráfico - CLASE 1 #siemprecreando

Una vez visto el vídeo, por favor, te pido un minuto de tu tiempo para rellenar esta encuesta. ¡Gracias!

1. 1. ¿Te ha parecido interesante la clase de hoy?

Marca solo un óvalo.

- Sí
 No

2. 2. ¿Te resulta un contenido atractivo y de utilidad?

Marca solo un óvalo.

- Sí
 No

3. 3. ¿Qué has aprendido hoy?

Explica brevemente los conceptos básicos que has aprendido en esta clase.

.....
.....
.....
.....
.....

4. 4. En cuanto a los conceptos presentados, ¿están bien estructurados?

Marca solo un óvalo.

- Sí
 No

5. 5. ¿Has entendido todo lo que se ha expuesto en la clase?

Marca solo un óvalo.

- Sí
 No

6. 6. Respecto al material de apoyo, es decir, el guión de contenidos, ¿crees que está bien y te resulta útil?

Marca solo un óvalo.

- Sí
 No

7. 7. Respecto a la ficha de tarea, ¿crees que es adecuada y te resulta útil?

Marca solo un óvalo.

- Sí
 No

8. 8. ¿Comprarias este curso completo?

Marca solo un óvalo.

- Sí
 No

9. 9. ¿Lo recomendarías?

Marca solo un óvalo.

- Sí
 No

10. 10. ¿Cuánto pagarías por un curso de estas características?

Entre un mínimo de 20€ y un máximo de 150€. ¿cuánto crees que debería costarle al usuario este curso y otros cursos similares?

.....

11. Si deseas dejarme cualquier comentario o aportación es más que bienvenido ;)

.....

.....

.....

.....

.....

realizar cualquier comentario y aportación con intención de mejorar tanto estructura como metodología y contenido del curso.

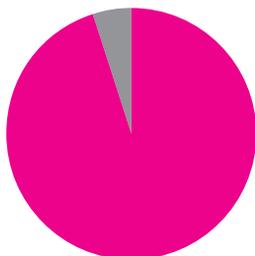
Las tres primeras preguntas conformarían un primer bloque a analizar respecto al contenido del curso. Las siguientes preguntas hacen referencia a la estructura y forma en la que se presenta el curso, terminando con las preguntas de la 8 a la 10, en la que se refiere directamente a la intención de compra del curso, precio que pagaría y recomendación del mismo.

De este cuestionario se pueden extraer las siguientes conclusiones analizando cada una de las preguntas, cuyos resultados pueden ser observados en las gráficas que se muestran a continuación:

Pregunta 1

¿Te ha parecido interesante la clase de hoy?

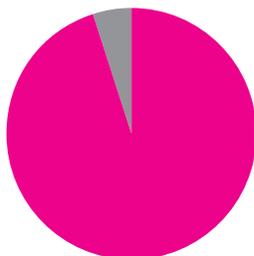
■ 19 Sí
■ 01 NO



Pregunta 2

¿Te resulta un contenido atractivo y de utilidad?

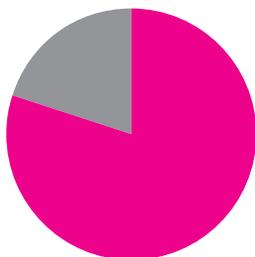
■ 19 Sí
■ 01 NO



Pregunta 3

¿Qué has aprendido hoy?

■ 16 Han respondido
■ 04 Han dejado la respuesta en blanco



Al 95% de usuarios les ha parecido un contenido interesante, atractivo y de utilidad.

Vemos cómo un 20% de usuarios no responden a la pregunta número 3. Se podría suponer que los entrevistados que han dejado la respuesta en blanco, o bien no han querido responderla por cualquier motivo personal, o bien no han aprendido ningún

concepto. Solamente uno de ellos ha completado su aclaración en la última pregunta del cuestionario, indicando que a esa persona en concreto le hubiera gustado ver más cosas prácticas en vez de una teoría que debe creer. A continuación listamos las respuestas obtenidas a la pregunta “¿qué has aprendido hoy”:

- De una manera clara introducirme en el mundo diseño y hacer que aumente mi interés en aprender.
- La importancia del diseño... de la parte gráfica en nuestras vidas y desde donde se remonta todo...
- Definición e historia del diseño gráfico. Objetivos del curso.
- Qué es el diseño gráfico y cómo ha evolucionado históricamente. Además también la utilidad del diseño gráfico en la vida cotidiana.
- Qué es el diseño gráfico, cómo se creó y a quién se dirige.
- Contenido de los cursos, definición de diseño gráfico, tipología de diseño gráfico, breve introducción a la historia del diseño gráfico, elementos del diseño gráfico.
- Qué es el diseño gráfico y qué ámbitos engloba. Una breve historia del diseño gráfico (inicio, escuelas destacadas...) y sus 5 elementos principales.
- Los orígenes del diseño gráfico. Me parece una buena preparación teórica antes de pasar a la acción y a conceptos más prácticos.
- La definición de diseño gráfico. Comunicar una idea de manera clara y visual. Y el hecho de a través de este curso poder entender a mi proveedor de diseño gráfico.
- Historia del diseño gráfico.
- Definición general de diseño gráfico. Origen del diseño gráfico.
- La idea de que el diseño nos permite que el receptor transforme una imagen en el mensaje que le queremos hacer llegar con esa imagen.
- He aprendido los 5 conceptos con los que podemos trabajar cuando necesitemos desarrollar un trabajo de diseño gráfico.
- Los diferentes elementos del diseño gráfico.
- Elementos básicos del diseño gráfico.
- Qué es el diseño gráfico.

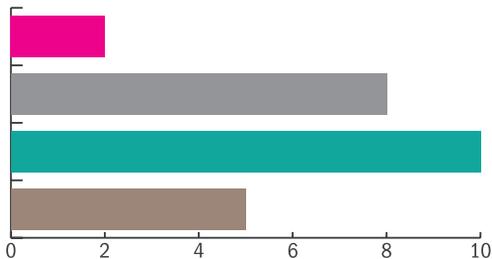
En la siguiente gráfica se ha mostrado el número de usuarios que han mencionado cada uno de los cuatro temas expuestos, por lo que podemos concluir que la mayoría de los entrevistados

coinciden en que los conceptos que han aprendido durante esta clase introductoria han sido: la definición de diseño y ámbito de actuación y la breve historia del diseño. Por otro lado parece ser que solamente el 10% de los entrevistados se quedan con los objetivos del curso como algo aprendido, por lo que sería conveniente recordarlos al final de vídeo, de forma esquemática.

Pregunta 3

¿Qué has aprendido hoy?

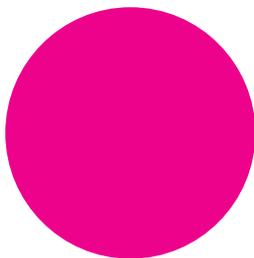
- **Objetivos del curso**
- **Historia del diseño**
- **Qué es el diseño y qué puede hacer**
- **Elementos del diseño**



Pregunta 4

En cuanto a los conceptos presentados, ¿están bien estructurados?

- **20 SÍ**
- **00 NO**



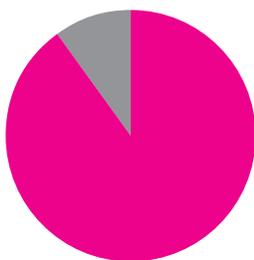
La totalidad de los entrevistados han coincidido en que los conceptos presentados en el vídeo curso están correctamente estructurados. Por lo tanto, se podría considerar que en cuanto a la estructura de la lección, se ha encontrado una metodología que funciona y que sigue el siguiente orden:

- Presentación
- Introducción y explicación del entorno, de lo general a lo particular.
- Explicación del contenido del curso global.
- Explicación del contenido de la clase.
- Contenido dividido por temáticas.
- Resumen de lo que se ha aprendido en la clase.
- Invitar a realizar la tarea.
- Introducir lo que se verá en la siguiente clase.
- Agradecimiento y despedida.

Pregunta 5

¿Has entendido todo lo que se ha expuesto en la clase?

■ 18 Sí
■ 02 NO



Aún siendo poco el porcentaje de usuarios que indican no haber entendido lo expuesto en la lección (un 10%), es un aspecto a considerar, ya que una clave del éxito es que el total del contenido sea entendible por todos los usuarios. Este es uno de los retos de este proyecto, hacer que el diseño gráfico sea accesible para todos.

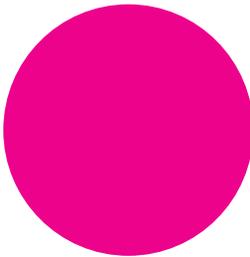
También el total de los usuarios que han sido entrevistados coinciden en la utilidad y corrección del guión de contenidos que se ofrece como material complementario al vídeo curso, descargable en un archivo PDF. En este aspecto, se plantea un dilema entre dos opciones, presentar el Guión de Contenidos como pequeña guía que pueda ayudar al usuario a seguir el contenido o revisarla para hacer memoria de lo visto y escuchado

en el vídeo, pero sin ofrecerles por escrito el contenido completo con la intención que sean ellos mismos los que puedan tomar anotaciones o crearse sus pensamientos e ideas. O presentar la transcripción completa del vídeo. Esta última opción podría solventar problemas de accesibilidad, permitiendo que personas con problemas auditivos puedan leer completamente el contenido. En este aspecto, y con la intención de mejorar la accesibilidad del trabajo, en las futuras líneas de desarrollo se podría plantear el estudio de la mejora de la accesibilidad del contenido didáctico en el mundo del *e-learning*, pudiendo ofrecer también la opción de subtítular el vídeo en diferentes idiomas.

Pregunta 6

Respecto al material de apoyo, es decir, el guión de contenidos, ¿crees que está bien y te resulta útil?

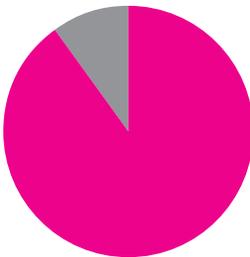
■ 20 SÍ
■ 00 NO



Pregunta 7

Respecto a la ficha de tarea, ¿crees que es adecuada y te resulta útil?

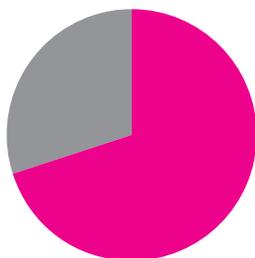
■ 18 SÍ
■ 02 NO



A diferencia del guión de contenidos, un 10% de los usuarios considera que la ficha de tarea carece de utilidad o no es adecuada. La autora del proyecto considera que la realización de una tarea después de cada lección es un método que asegura la aceptación del contenido por parte del alumno, es una invitación a pensar sobre los conocimientos adquiridos, por lo tanto, se continuará presentando una tarea. Además, se considera indispensable para la obtención del título acreditativo de realización del curso, como método de evaluación a seguir por el profesorado. Se ha considerado la posibilidad de mejorar su contenido para motivar al alumno a su realización, haciéndolo más práctico y atractivo.

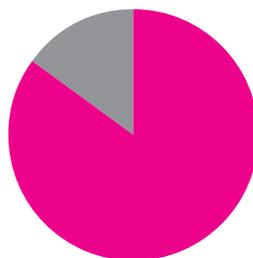
Pregunta 8
¿Comprarías este curso completo?

■ 14 SÍ
■ 06 NO



Pregunta 9
¿Lo recomendarías?

■ 17 SÍ
■ 03 NO



La pregunta número 8 plantea una de las cuestiones más discutibles y problemáticas del momento. El 30% de los entrevistados no comprarían el curso. En este punto se considera el entorno económico actual de la población, que influye negativamente a la posibilidad de compra. De todos modos, en el análisis de los comentarios recibidos en la pregunta 11, podemos encontrar alguna explicación al respecto.

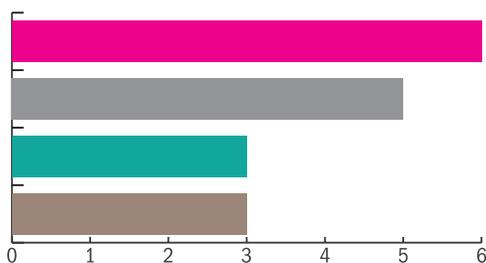
Por otro lado, este punto contrasta un poco con el resultado en la pregunta número 9, en la que en este caso el 85% de los usuarios recomendarían este curso a amigos o conocidos. Se puede considerar que habría personas que no lo comprarían, pero sí que lo recomendarían. Esto puede ser debido al problema económico al que se hacía referencia anteriormente, o bien que el usuario

lo recomendaría a alguien que sepa que le puede ser de utilidad, pero que él no lo necesita.

Pregunta 10

¿Cuánto pagarías por un curso de estas características?

- Entre 20 y 30 €
- Entre 31 y 50 €
- Entre 51 y 60 €
- Más de 60 €

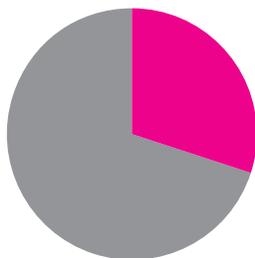


En la pregunta número 10 se plantea al usuario que estime un valor del curso entre un mínimo de 20 euros y un máximo de 150 euros. En la gráfica podemos ver que el 30% de los entrevistados pagarían entre 20 y 30 euros por un curso de estas características, y un 25% pagaría entre 31 y 50 euros. Por lo tanto, la mayoría pagaría entre 20 y 50€ por un curso on-line como el presentado. Se plantea entonces este rango de precios en los cursos ofrecidos en la plataforma, adaptando contenido, tiempo y coste de elaboración a estas cantidades.

Pregunta 11

Si deseas dejarme cualquier comentario o aportación es más que bienvenido ;)

- 06 Han respondido
- 14 Han dejado la respuesta en blanco



Se han recibido pocos comentarios adicionales, pero los recibidos proponen cuestiones de mejora a tener en cuenta. Se detallan a continuación los comentarios recibidos como respuesta a la pregunta número 11:

- Un curso de gran ayuda para complementar mis conocimientos y abrirme nuevos caminos...
- *“El vídeo para bastant bé. Es nota prou que llegeixes un guió, però tampoc queda molt mal. El problema són les frases molt llargues que hauries d'aprendre un poc de memòria o almenys millorar l'entonació perquè s'entenga del tot bé. Si el vídeo encara el podeu editar jo modificaria:*
 - *Si vols que quede un curs seriós no poses la definició de disseny gràfic de la Wikipedia. En castellà està la definició de la RAE, el Maria Moliner o alguna definició que faça algun dissenyador important o en algun llibre de la bibliografia essencial del disseny.*
 - *Quant a la H^a del disseny jo no em remuntaria tan enrere posant pintures rupestres o Gutenberg. Començaria directament en la Bauhaus que fou el referent de disseny del Moviment Modern que és el que ens interessa hui en dia. I així no es fa tan llarg.*
 - *Com a final del vídeo jo també inclouria una imatge amb el teu logo o el nom de la pàgina web o altra informació per donar-te publicitat. Molts youtubers ho fan i no queda malament.”*
- Echo en falta para el primer curso algo que enganche y sea mucho más atractivo, se habla mucho pero faltan ejemplos gráficos en los mensajes que se quieren transmitir yo espero que cuando se habla de cómo me puede ayudar el diseño a transmitir algo sobre un producto o una empresa se documente con algún ejemplo, al igual que cuando se habla de corrientes de diseño echo en falta un soporte visual para entender lo que se está explicando. Cuando te interesas en un curso de este tipo quieres ver cosas relacionadas desde el primer momento en mi opinión el exceso de teoría en una primera entrega puede aburrir a la gente y desanimarla para las siguientes.
- Sobre la base de esta primera clase es complicado dar una respuesta clara a muchas de las preguntas del formulario. Bajo mi punto de vista, el no diseñador que se acerca a un curso como este quiere elementos prácticos y en esta primera clase creo son muy escasos. Tal vez reducir la parte sobre por qué el diseño es importante y el concepto de diseño gráfico y extender sobre las distintas facetas del diseño: tipografía, composición... que se mencionan pero no se definen. Por eso, resulta difícil afirmar si compraría o recomendaría el curso.

- Con esta primera clase me es difícil saber hasta dónde va a llegar el curso y lo que me va a aportar. Para saber realmente si compraría este curso completo necesitaría ver, como en el caso de compras por Internet de revistas en papel, partes de los cursos sin desvelar las partes claves. Por ejemplo para la compra de una revista por Internet, tienes la opción de ver tres o cuatro páginas del contenido que permite dar una idea general y animarte a comprarla. Pues sería hacer lo mismo, dar la opción de ver tres o cuatro imágenes de cada clase, sin dar la información clave, pero suficiente para animar a comprar los cursos.
- En una primera clase así no puedo decidir si compraría el curso o no... necesito ver ejemplos...

De estos comentarios se extrae la necesidad de mejorar el atractivo visual del primer curso que se ofrece como gratuito, ya que significa la carta de presentación del curso completo y debe atraer al usuario potenciando su voluntad de compra. Se estudia la inclusión de ejemplos gráficos de trabajos realizados, ejemplos de los que los alumnos van a aprender a hacer.

Por otro lado, para un estudio cuantitativo del funcionamiento de los cursos así como de la página web en general, se insertará un contador de acceso y descargas en la plataforma. Se recomienda también el uso de *Google Analytics* que permitirá un estudio más exhaustivo de estos datos.

CONCLUSIONES

Hoy en día los niños crecen rodeados de tecnología: televisión, teléfono móvil, *tablet*, *ebook*, ordenador, etc. Aprenden antes a desplazar el dedo por la pantalla para seleccionar su capítulo de dibujos animados favorito que escribir su nombre completo a lápiz sobre un papel. Estamos de lleno en la era tecnológica y convivimos entre las oportunidades y las exigencias que ello crea.

Los dispositivos móviles y tecnológicos ponen a nuestra disposición gran cantidad de herramientas para la creación de contenido gráfico y audiovisual. Las redes sociales nos permiten compartir ese contenido rápidamente con una amplia red de contactos, amigos, interesados, etc.

En este paradigma socio-tecnológico, el usuario crea contenido gráfico en base a lo que el software le permite, muchas veces de forma autodidacta y con una falta de nociones básicas en cuanto a composición, en cuanto a formato, optimización... ¿Cuántas veces hemos podido escuchar a alguien que nos cuenta que tiene una idea, pero no sabe cómo plasmarla?.

Con este proyecto y su continuidad se cumple el objetivo principal de este trabajo, que es el de aproximar el mundo del diseño gráfico, sus características y posibilidades, a los profesionales no diseñadores y aquellas personas que sientan curiosidad o necesiten ciertos conocimientos para elaborar sus trabajos, proyectos o ciertas actividades creativas. Como se ha comprobado a lo largo de la definición del proyecto, la utilización del *e-learning* en este ámbito lo hace más accesible a las personas.

En cuanto a la elaboración de una clase de vídeo curso tipo, utilizada como clase piloto hay que destacar que ha sido todo un reto tanto a nivel técnico, creativo como a nivel autocrítico, analizando y estudiando las posibles mejoras en base a la encuesta realizada, como se ha observado en el apartado de Evaluación.

A nivel docente, el problema principal se encuentra en la dificultad de transmitir un contenido concreto con carácter pedagógico de forma no presencial, por lo que se carece de interactividad espontánea entre alumno y profesor y de improvisación por parte de éste último, ya que no dispone en el momento de pistas o señales que le indiquen si la forma, el contenido, la expresión, el tono, etc. están siendo correctos para el buen entendimiento por parte del alumno. A esto se le añade la dificultad de dirigirse a un objetivo de una cámara por primera vez. Este “pánico escénico” se ve reflejado en la forma de comunicar y expresarse, que puede resultar un tanto artificial o mecánica.

Respecto a la metodología seguida, extraemos a continuación algunas valoraciones en algunos de los puntos:

- **1) Plantear los posibles cursos y su contenido.** En este aspecto, la dificultad radica en encontrar las palabras que mejor expliquen el contenido del curso y sean atractivas para los usuarios. Para ello se han utilizado verbos en infinitivo e incluso juegos de palabras.
- **3) Transcribir el contenido de la primera clase,** definiéndolo teniendo en cuenta el contenido de todo el curso y que se trata de una clase que debe servir como “gancho”. En este caso se siguió un orden lógico sobre el tema, introducción e historia, pero quizás para tratarse de la clase 0 que debe contener un aspecto un tanto promocional del curso entero, además de contenido lo suficientemente atractivo, este contenido no es tanto el adecuado, sino más bien para una siguiente clase y se debería haber mostrado un mayor número de ejemplos gráficos de lo que se puede llegar a hacer en el curso. A esto se le debe sumar la dificultad de transcribir contenido que oralmente suponga entre 5 y 10 minutos de vídeo, a una velocidad más bien lenta.

- 5) **Grabación del vídeo curso.** Tras preparar el escenario, en este caso la propia oficina de la autora, se realizan pruebas de planos en cámara y pruebas de sonido. La transcripción del curso se proyecta en un ordenador que funciona a modo de *teleprompter*, y ayuda al formador a seguir el hilo argumental del curso, aunque no se lea literalmente. La grabación se para en determinados momentos para realizar los cambios de plano que ayudan a dinamizar el vídeo. En este aspecto, la dificultad radica en la velocidad de la narración. Se ha podido comprobar, y así lo han hecho saber a la autora algunos de los entrevistados, que la velocidad de la narración era demasiado rápida, por lo que se tendrá en cuenta para futuras lecciones ralentizar el ritmo narrativo, realizar más pausas y resumir y enumerar los aspectos más importantes un mayor número de veces, para asegurar la comprensión por parte del alumno.

En cuanto a la evaluación de la viabilidad del proyecto, se tiene en cuenta que algunos de los costes establecidos en el presupuesto son sufragados directamente por la autora del proyecto, ya que su profesión se lo permite, por lo que no se trataría de un gasto real que debiera realizarse, sino más bien un coste aplicable al producto o servicio ofrecido en términos de dedicación.

Tal y como se indica en este apartado, quedaría justificado entonces un precio de curso de 25€, siendo un precio asequible para la mayoría de usuarios. Este precio concuerda con los valores principales del proyecto en términos de accesibilidad y acercamiento a la mayoría de la población.

LÍNEAS FUTURAS DE DESARROLLO DEL PROYECTO

Es destacable la continuidad que ofrece el presente proyecto, ya que tanto la evolución de las tecnologías como de los procesos de aprendizaje, así como de los temas de cuyo contenido se realicen los cursos, suponen un amplio abanico de posibilidades para seguir definiendo correctamente tanto los cursos que se puedan ofertar, como la mejora de la plataforma docente.

Como primera línea de desarrollo y primordial está, por tanto, la evaluación y realización de nuevas encuestas de valoración, para la mejora de la plataforma y de los cursos a distancia que se ofertarán en ella, que nos permita optimizar su uso y justificar su viabilidad mediante la calidad del contenido ofertado.

A esto cabría añadir el analizar meticulosamente las motivaciones de los usuarios, sus necesidades dependiendo de cada perfil, para poder establecer metodologías de elaboración de contenido que satisfagan estas carencias.

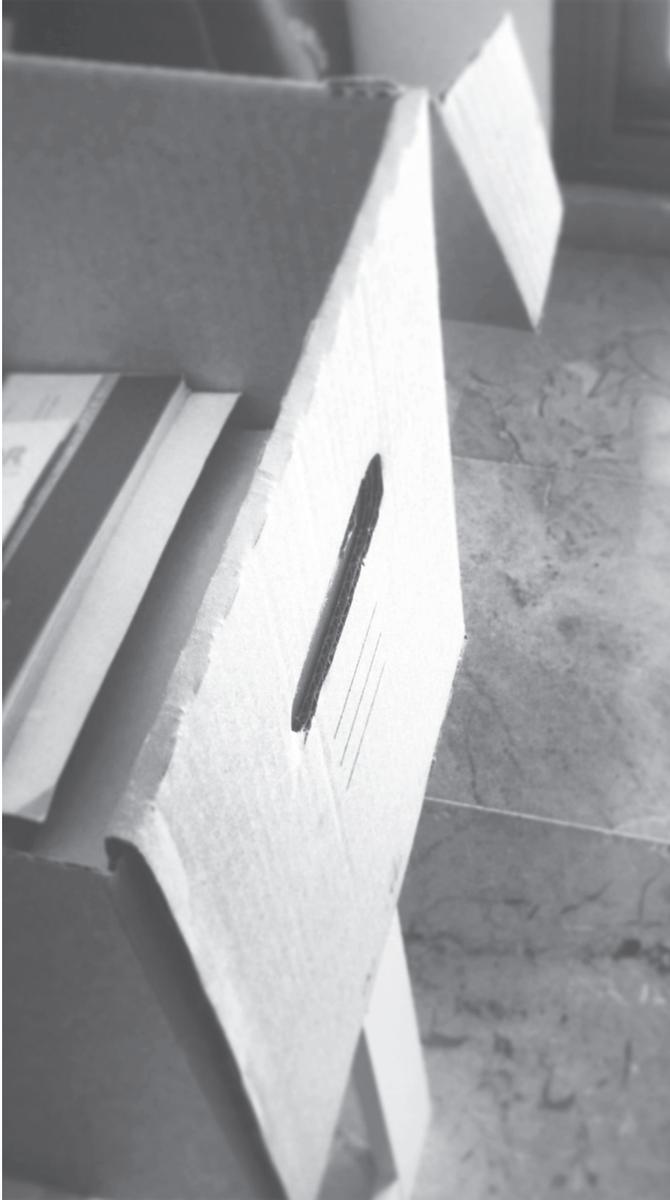
A continuación se listan otras posibles líneas de desarrollo, no por ello menos importantes:

- Elaborar el resto de vídeo cursos proyectados.
- Una vez estén los cursos disponibles en la plataforma, instalar en el gestor de contenidos un contador de descargas y acceso a la web para poder disponer de datos cuantitativos en cuanto a usuarios y eficacia de los cursos.
- *m-learning*: estudiar la adaptabilidad de la plataforma y de los cursos a dispositivos móviles, para que los alumnos puedan realizar el curso directamente desde una *tablet* o un móvil.
- Estudiar la posibilidad de extender la oferta de estos vídeo cursos a otras plataformas de aprendizaje *on-line*, como *tutellus* o *domestika*.
- Plantear la opción de colaboración con universidades, escuelas y academias donde se imparten clases presenciales para que incluyan como material de apoyo estos vídeo cursos, estudiando en un principio aquellas disciplinas profesionales donde podrían ser de mayor utilidad, como en los estudios de ingeniería, medicina o farmacia, formación profesional, etc. Para ello, antes se evaluará su uso como herramienta complementaria en una muestra significativa de clases presenciales donde se considere posible hacerlo.
- De la misma manera, ofrecer la venta de estos cursos directamente a los servicios de biblioteca de centros tanto públicos como privados.

- Estudiar la mejora de la accesibilidad del contenido didáctico en el mundo del *e-learning*, planteando opciones de subtítulo del material audiovisual, hacerlo más accesible ofreciendo diferentes opciones de descarga del material complementario (PDF, imagen, web, audio, etc.), incluso poder ofrecerlo en diferentes idiomas, para que así la internacionalización del proyecto pueda suponer una realidad en el objeto del proyecto.
- Estudiar y diseñar la publicación de material docente complementario, como libros, fichas, juegos, etc.

El desarrollo del proyecto permitirá poner en marcha una serie de investigaciones en torno a la enseñanza a distancia *on-line*:

- Plantear una metodología para estructuración de las clases y la selección de los contenidos.
- Determinar qué aplicaciones o métodos de enseñanza se corresponden mejor con los distintos contenidos a impartir.
- Aplicar diferentes técnicas de evaluación y verificar su adecuación al tipo de público y contenidos.



BIBLIOGRAFÍA

AREA, M. y ADELL, J. 2009. eLearning: Enseñar y aprender en espacios virtuales. En J. De Pablos (Coord): *Tecnología Educativa. La formación del profesorado en la era de Internet*. Aljibe, Málaga, pags. 391-424.

BACHRACH, E. *Ágil mente. Aprende cómo funciona tu cerebro para potenciar tu creatividad y vivir mejor*. Random House Mondadori, S. A., 2012.

BAELO ÁLVAREZ, R. El e-learning, una respuesta educativa a las demandas de las sociedades del S.XXI. *Pixel-Bit, Revista de medios y educación*. 2009, nº35, 87-96.

BERZBACH, F. *Psicología para creativos. Primeros auxilios para conservar el ingenio y sobrevivir en el trabajo*. Editorial Gustavo Gili, S. A., 2010.

CABALLERO, M. Aprende a vender más con tus cursos on-line. Recuperado de <https://app.tutellus.com/>

CABERO, J. Bases pedagógicas del e-learning. *Revista de Universidad y Sociedad del Conocimiento*. 2006. Vol.3. nº1.

CONSELLERÍA DE EDUCACIÓN, CULTURA Y DEPORTE.
DECRETO 108/2014, de 4 de julio, del Consell, por el que establece el currículo y desarrolla la ordenación general de la educación primaria en la Comunitat Valenciana. [2014/6347] Recuperado de http://www.docv.gva.es/datos/2014/07/07/pdf/2014_6347.pdf

CORBETO, A. Y GARONE M. *Historia de la tipografía. La evolución de la letra desde Gutenberg hasta las fundiciones digitales*. Editorial Milenio, 2014.

DE LA TORRE, S. *Creatividad Aplicada. Recursos para una formación creativas*. Madrid: Editorial Escuela Española, 1995.

DEL VALLE GARCÍA, D. La Ley 11/2007, de Acceso Electrónico de los Ciudadanos a los Servicios Públicos y el uso del software libre en la Administración Pública. *Revista General de Información y Documentación*, 2013, Vol. 23(1), 27-42.

DIARIO OFICIAL DE LA UNIÓN EUROPEA. *Recomendación del parlamento europeo y del consejo de 18 de diciembre de 2006 sobre las competencias clave para el aprendizaje permanente*. (2006/962/CE). Recuperado de <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2006:394:0010:0018:ES:PDF>

GONZÁLEZ BARAHONA, J. M. El concepto de software libre. *Revista Tradumàtica: tecnologies de la traducció*, 2011, n.9.

GRAFFICA. 2014. *¿Qué necesidades tiene el diseño gráfico cómo profesión?* Recuperado de <http://graffica.info/disenografico-como-profesion/>

HOGAN, B. AND MCGUIRE, N. (2015). *Create Awesome On-line Courses: 5 Steps to coming up with a course that sells*. The DSG Agency, LLC. Recuperado de <https://www.createawesomeon-linecourses.com/video-series-5-steps/>

JIMÉNEZ, S. *El aprendizaje de la creatividad en las facultades de comunicación*. 2007. AA17. 0707.90.

JINESTA LOBO, E. Administraciones públicas electrónicas: retos y desafíos para su regulación. *IVSTITIA*, año 22, 2008, Isoconsulte, S.A. y Editorial Jurídica Continental, nº 261+262, 4-16.

JORDÁ ALBIÑANA, B., AMPUERO CANELLAS, O. Y BRUSOLA SIMÓN, F. *Normalización de los contenidos del manual de identidad visual corporativa de una organización*.

LÓPEZ LÓPEZ, A. M. *Curso Diseño Gráfico - Fundamentos y técnicas*. Colección Espacio Diseño. ANAYA Multimedia, 2013.

MARTÍN MONTESINOS, J. L. Y MAS HURTUNA, M. *Manual de tipografía. Del plomo a la era digital*. Valencia: Campgràfic Editors, S. L. 2001.

MAS I HERNÁNDEZ, J. 2005. *Software libre: técnicamente viable, económicamente sostenible y socialmente justo*. Ed. Infonomia, Zero Factory S.L. Recuperado de <https://gent.softcatala.org/jmas/swl/llibrejmas.pdf>

MORENO, C. El 20% de la oferta mundial de cursos on-line es en español. *Comunicar.es*. Madrid, 2015, Septiembre 9.

NÚÑEZ, V. 2014. *Cómo crear una estrategia de contenidos paso a paso*. Recuperado de <http://vilmanunez.com/2014/10/30/crear-estrategia-de-contenidos/>

OBS BUSINESS SCHOOL. 2014. *La industria del e-learning duplicará su volumen hasta superar los 100.000 millones de dólares en 2015*. Recuperado de <http://www.obs-edu.com/noticias/sin-categoria/la-industria-del-e-learning-duplicara-su-volumen-hasta-superar-los-100-000-millones-de-dolares-en-2015/>

PEÑA, D. *Ilustración original de tu puño y tableta*. Recuperado de <http://www.domestika.org>

POYNOR, R. *No más normas. Diseño gráfico posmoderno*. Ediciones G. Gili, S.A. de CV, 2003.

Razones del crecimiento del e-learning en España. Asociación Española de Dirección de Personal. 2003.

ROMERO, T. 2013. *Qué es tipografía*. [Archivo de video]. Recuperado de <http://tamararomero.co/portfolio/que-es-tipografia/>

SANTISO FERNÁNDEZ, M. R. Y GONZÁLEZ GONZÁLEZ, B. *Diseño multimedia en e-learning para el ámbito universitario*, 2005.

SCIPION, F. 2010. *Mini curso on-line Pro-blogging 10/10*. Recuperado de <http://www.lifestylealcuadrado.com/>

TREJO ALBA, C., TORRES DE LEÓN, G., MONTOYA REYES, E. Y LANDEROS LORENZANA H. K. Evaluación de los aspectos del alumno, en proceso de aprendizaje e-learning, en Programa Educativo Diseño Gráfico en el Centro de Ingeniería y Tecnología (CITEC), UABC. *4º Congreso Virtual Internacional sobre Tecnología, Educación y Sociedad. Centro de Estudios e Investigaciones para el Desarrollo Docente, CENID A.C.* 2015.

WONG, W. *Fundamentos del diseño*. Editorial Gustavo Gili, S. A. 1995.

Workshop Identidad Corporativa. COCO, Escuela Europea para la Comunicación y las Artes Visuales.



ANEXOS

ANEXO 1. Guión de contenido y ficha de tarea de la Clase 1 del curso
“Aprende diseño gráfico. Conceptos y metodologías de trabajo.”

GUIÓN DE CONTENIDOS

CLASE 1 - Aprende diseño gráfico. Conceptos y metodologías de trabajo.

1. Presentación

Qué vamos a ver en el curso y cómo son los cursos de siemprecreando.info.

Recuerda que son cursos de diseño gráfico para no diseñadores. Te ofrezco de forma sencilla unos conocimientos básicos sobre el mundo del diseño gráfico para que puedas desenvolverte en él sin miedos ni temores, que sepas que puedes resolver ciertas necesidades de tu negocio en términos de publicidad e imagen corporativa de forma coherente, que puedas crear diseños gráficos para poder ofrecer un valor añadido en tu empresa, siendo resolutivo y eficaz, que entiendas a tus proveedores de artes gráficas y que conozcas el vocabulario y los conceptos básicos sobre color, impresión, web, tipografía, etc... para, por qué no, crear tu marca personal.

2. Definición

Entendemos el diseño gráfico como una disciplina mediante la cual comunicamos de forma visual una idea con un público y unos objetivos claros, a quién nos dirigimos y qué queremos conseguir.

El diseño gráfico es una representación visual de un mensaje concreto "que ha ido adquiriendo cada vez más protagonismo en una sociedad de consumo como la nuestra, en la era de la comunicación", como indica Anna María López López en su libro "Curso Diseño Gráfico - Fundamentos y técnicas".

Podemos diferenciar entre diseño gráfico publicitario, el diseño editorial, el diseño de identidad corporativa, el diseño web, el diseño de envase, el diseño tipográfico, la cartelería, la señalética y el diseño multimedia.

3. Historia

Desde la comunicación gráfica que encontramos en las pinturas rupestres, pasando por el nacimiento del lenguaje escrito, la imprenta de Gutenberg y las escuelas de diseño de La Bauhaus y Ulm, hasta las herramientas digitales para el diseño y la producción gráfica de hoy en día.

4. Elementos del diseño gráfico

La tipografía, la fotografía, el color, la ilustración y la composición.

Puede que te resulte obvio o extremadamente complicado, pero es muy importante que seas capaz de contestar a la siguiente pregunta. Te invito a que me devuelvas este archivo con tu respuesta y así podamos mantener una comunicación eficaz y sobre todo que te sea de utilidad hacer este curso.

TAREA

CLASE 1 - Aprende diseño gráfico. Conceptos y metodologías de trabajo.

1. ¿En qué crees que te puede ayudar profesionalmente el curso “Aprende diseño gráfico. Conceptos y metodologías de trabajo”? Escribe a continuación tu respuesta:

Enviar respuesta

Creado por Nereida Tarazona para www.siemprecreando.info | Escríbeme a info@siemprecreando.info

