

UF1456: Desarrollo de bocetos de
proyectos gráficos

Elaborado por: Enmanuela Cabello Vergara

Edición: 5.0

EDITORIAL ELEARNING S.L.

ISBN: 978-84-16424-47-4 • Depósito legal: MA 658-2015

No está permitida la reproducción total o parcial de esta obra bajo cualquiera de sus formas gráficas o audiovisuales sin la autorización previa y por escrito de los titulares del depósito legal.

Impreso en España - Printed in Spain

Presentación

Identificación de la Unidad Formativa

Bienvenido a la Unidad Formativa **UF1456: Desarrollo de bocetos de proyectos gráficos**. Esta Unidad Formativa pertenece al Módulo Formativo **MF0696_3: Proyecto de productos gráficos**, que forma parte del Certificado de Profesionalidad **ARGG0110: Diseño de Productos Gráficos**, de la familia de **Artes Gráficas**.

Presentación de los contenidos

La finalidad de esta Unidad Formativa es enseñar al alumno a dibujar esbozos de productos gráficos y desarrollar bocetos para la aprobación del cliente, aplicando las instrucciones para la realización y los principios básicos del diseño gráfico.

Para ello, se estudiará la metodología para la realización del producto gráfico, los fundamentos creativos y técnicos y la realización de esbozos. También se analizará la realización de bocetos y bocetos especiales en el diseño gráfico.

Objetivos de la Unidad Formativa

Al finalizar esta Unidad Formativa aprenderás a:

- Dibujar esbozos de productos gráficos a mano alzada, aplicando las técnicas más apropiadas y teniendo en cuenta las características y parámetros de un producto dado.
- Desarrollar bocetos para la realización de un proyecto gráfico a partir de unas supuestas instrucciones, mediante procedimientos informáticos y/o manuales aptos para su reproducción.
- Desarrollar bocetos para la realización de proyectos de packaging a partir de unas supuestas instrucciones, mediante procedimientos informáticos y/o manuales aptos para su reproducción.
- Desarrollar bocetos para la realización de proyectos multimedia a partir de unas supuestas instrucciones, mediante procedimientos informáticos aptos para su edición.

Índice

UD1. Metodología para la realización del producto gráfico..... 9

1.1.	Fase de proyecto.....	11
1.1.1.	Esbozos y Bocetos	24
1.2.	Fase de realización	32
1.2.1.	Maquetas	33
1.3.	Fase de presentación al cliente	39
1.3.1.	Estrategias, discusión e Introducción de correcciones y nuevas maquetas.....	46
1.4.	Fase de acabado del proyecto	54
1.4.1.	Ejecución completa del proyecto	55
1.4.2.	Entrega de documentos finales.....	56
1.4.3.	Originales en diferentes formatos	71

UD2. Fundamentos creativos y técnicos del diseño gráfico 79

2.1.	La tipografía.....	81
2.1.1.	Evolución histórica	82
2.1.2.	Código de signos.....	84
2.1.3.	Clasificación, componentes, familias	96
2.1.4.	Ánálisis de las principales tipografías: analógicas / digitales	97
2.1.5.	Listado y criterios de selección	99

2.2.	El color	111
2.2.1.	Principios de la teoría del color.....	130
2.2.2.	Sistemas de valoración/medición del color	135
2.2.3.	Simbolismo del color	139
2.3.	La imagen	155
2.3.1.	Teoría y sintaxis de la imagen. Escala de iconicidad: signo/símbolo	156
2.3.2.	Mensaje bimedial: combinación del texto y la imagen	182
2.4.	Composición	190
2.4.1.	Gramática del diseño	191
2.4.2.	Breve historia	193
2.4.3.	Retórica del diseño gráfico	194
2.4.4.	Discurso gráfico, figuras retóricas.....	195
UD3. Realización de esbozos en el diseño gráfico		205
3.1.	Planificación del trabajo	207
3.2.	Reparto de tareas	224
3.3.	Técnicas de incentivación de la creatividad	227
3.4.	Metodología de trabajo para la realización de esbozos	247
3.5.	Elementos básicos del diseño gráfico: la tipografía, la imagen, el color, el movimiento, el tiempo	247
3.6.	Jerarquías de la información	250
3.7.	Síntesis visual	252
3.8.	Figuración / abstracción.....	254
3.9.	Realización de esbozos según los parámetros definidos en el informe de registro y el informe técnico.....	255
UD4. Realización de bocetos en el diseño gráfico		265
4.1.	Bocetos de imagen corporativa	267
4.1.1.	Imagen corporativa y mecanismos de funcionamiento .	268
4.1.2.	Los signos básicos: el símbolo, el logotipo, el color, la tipografía.....	275
4.2.	El sistema gráfico	275

Índice

4.3. Los valores estratégicos de la marca versus el impacto visual .	277
4.4. Principales piezas gráficas corporativas.....	278
4.5. El manual de imagen corporativa o de normas	279
4.6. Bocetos para el producto editorial	285
4.6.1. Productos editoriales y principios básicos	286
4.6.2. Composición, arquitectura de página, la retícula.....	315
4.6.3. Tratamiento de textos y tratamiento tipográfico.....	326
4.6.4. Tratamiento de imágenes.....	329
4.7. El papel; breve historia, clasificación, características e idoneidad de utilización.....	333
UD5. Relación de bocetos especiales	351
5.1. Bocetos para packaging	353
5.2. Características específicas del packaging	354
5.2.1. Sistema de funcionamiento	356
5.2.2. El volumen.....	358
5.2.3. La ergonomía.....	361
5.2.4. La legibilidad e impacto visual	362
5.2.5. El punto de venta y el lineal.....	364
5.2.6. Materiales y sistemas de impresión.....	366
5.2.7. Maquetas de bocetos de packaging.....	380
5.2.8. Bocetos para el producto multimedia	381
5.2.8.1. Características del producto multimedia	382
5.2.9. Formatos y productos	407
5.2.10. Técnicas de representación.....	408
5.2.11. El movimiento	412
5.2.12. El tiempo	413
5.2.13. La resolución	415
5.2.14. La conectividad	417
5.2.15. El impacto visual	419
5.2.16. Maquetas de bocetos de multimedia	420

Glosario	429
Soluciones	431

UD1

Metodología para
la realización del
producto gráfico

- 1.1. Fase de proyecto
 - 1.1.1. Esbozos y Bocetos
- 1.2. Fase de realización
 - 1.2.1. Maquetas
- 1.3. Fase de presentación al cliente
 - 1.3.1. Estrategias, discusión e Introducción de correcciones y nuevas maquetas
- 1.4. Fase de acabado del proyecto
 - 1.4.1. Ejecución completa del proyecto
 - 1.4.2. Entrega de documentos finales
 - 1.4.3. Originales en diferentes formatos

1.1. Fase de proyecto

Un proyecto se define como un conjunto de acciones destinadas a cumplir un objetivo, y en este intervienen el conjunto de recursos, el tiempo del que se disponga para realizarlo, las diferentes fases en las que se divide este proyecto y las personas que intervengan en este proyecto.



Las diferentes etapas del proceso se denominan “ciclo de vida del proyecto”.

Las fases de vida del proyecto se pueden dividir en seis etapas que dependerán de si es un proyecto externo o si es un proyecto interno, las cuales son:

- Organización.
- Identificación.
- Evaluación.
- Organización económica.
- Puesta a cabo.
- Estudio.



Hay otras fases que pueden ser nombradas, la fase de control y la fase de comienzo.

Para medir que estos proyectos funcionen, se pueden efectuar:

- Estudios.
- Análisis.
- Estadísticas.
- Ránkings.
- Investigaciones.
- Encuestas.

La primera fase conocida como organización, se encarga de plantear todos los elementos existentes que van a confluir para cumplir los objetos planteados y con deseos de ser cumplidos. Es el inicio de todo.

Este contemplan los objetivos que se proponen cumplir, las líneas de trabajo principales, los lugares donde se va a llevar a cabo el trabajo y el tiempo estimado en el que se van a producir las diferentes fases y acciones.

A la hora de definir a los agentes que intervienen en el proceso, estos son:

Directivo

Beneficiarios

Actores que llevan a cabo la acción



Los directivos también pueden ser llamados: Ejecutor e iniciador.

En este proceso:

- Se definirá lo que se quiere hacer.
- Acciones para llevarlo a cabo.
- Se definirá el marco normativo vigente.
- Mapas de contenidos.
- Políticas de empresa.
- Cultura organizacional.
- Tipos de proyecto.
- Recursos humanos.
- Tipos de inversiones (Pre y post inversión).
- Metodología que se va a realizar.

Dentro de los elementos que aseguran la consecución de calidad, este proceso se mide desde un tipo de paradigma, el cual es **paradigma socio-técnico**. Es un proceso que surge de la teoría de los sistemas, y es abierto. Se divide a su vez en tres elementos. Estos tres elementos de división son:

Apartado tecnológico

Apartado administrativo

Aparato humano

Las características de estos sistemas son:

- **Apartado tecnológico.** Si es cercano al origen, indica que la tecnología está pasada de moda y no está actualizada. Si se encuentra cerca del parámetro diez, se cuenta con que la base tecnológica es alta.

Cuando el parámetro es cercano a diez, hay: índice de tecnología alto, actualizaciones, mecanización.

- **Apartado administrativo.** Encuentra varias diferenciaciones en función de cómo esté situado; si es cercano al origen: presencia de autocracia, presencia de burocracia, sistema obsoleto, conjunto de reglas.

Si está cerca del diez: participación, apoyo, decisiones consensuadas, flexibilidad, multifunciones.

- **Apartado humano.** Si está cerca del origen se encuentra: rutina, no cooperativismo, peleas y malas decisiones, frustración, baja calidad de vida.

En caso de ser cercano al diez: cooperación, desarrollo, compañerismo, comunicación efectiva, alto rendimiento de trabajo, alta calidad de vida laboral, satisfacción, personal satisfecho y contento.

Un sistema de aseguramiento de calidad consistirá en aquellas acciones que auguren la consecución de los objetivos de calidad y el aprovechamiento de todos los recursos que estén presentes en este servicio. Los diferentes elementos que componen este sistema son:

Estructura de organización

Procesos

Procedimientos

Recursos



Dentro del aseguramiento de calidad confluyen las actividades y estrategias de mejora existentes.

Algunos requisitos del sistema de aseguramiento de calidad deben ser amplios y diseñado en su mayor parte para cumplir los requisitos a nivel interno, es decir, aquellos planteados específicamente por la empresa.

Aunque también está diseñado para cumplir una serie de necesidades externas (el cliente) no es una parte tan importante ya que este evalúa una parte muy pequeña del trabajo en conjunto.

- Cambios a la hora de gestionar las cosas y elementos.
- Cambios en la cultura organizacional.
- Reorganización de todos los procesos importantes.

La dirección de la organización es quien se encargará de:

- Comienzo del proceso.
- Desarrollo completo del proceso.
- Implantación correcta del proceso.
- Mantenimiento del sistema de calidad.
- Asumir responsabilidades con respecto a estas actividades.
- Tomar el control.
- Autoridad y coordinación con respecto a los procesos.



La **cultura organizacional** es el conjunto de acciones que definen a una determinada empresa u organización, llevando a cabo una serie de acciones que construyen su imagen corporativa.

Estos elementos son:

- Valores.
- Elementos necesarios.
- Creencias.
- Políticas.
- Normativa.
- Reglamento.
- Objetivos a cumplir y cumplidos.



La cultura organizacional también se denomina "Modo de vida" de la empresa.

Algunas características de la cultura organizacional son:

- Sufre cambios y modificaciones a lo largo del tiempo, debido a las condiciones externas e internas.
- Su estabilidad depende de la creatividad y de la cultura que planteen.
- Cambiar la estructura no significa que cambie las bases de la organizaciones, es una parte muy pequeña para que genere cambios.
- Renovar la cultura es uno de los puntos clave para generar cambios en la organización de una empresa.

Un elemento derivado de la cultura organizacional es el clima organizacional. Este consiste en:

Contexto externo de la organización

Atmósfera psicológica

Este clima está ligado íntimamente a los sentimientos de pertenencia, compromiso y felicidad que posean cada uno de sus miembros, y también está relacionado con la moralidad.



El clima organizacional puede ser: saludable, no saludable, cálido, frío, negativo, positivo, satisfactorio, no satisfactorio.

Dependerá de las personas que lo compongan y de cómo se sientan cada una de ellas.

Dentro de la cultura organizacional, se destaca la política de calidad. Esta consiste en:

Objetivos concretos de una empresa

Métodos para llevarlos a cabo

Dentro de esta política de calidad lo más importante será conseguir la calidad deseada a través de esos métodos y objetivos concretados.

La política de calidad es muy importante:

- Para cumplir con los deseos y necesidades del cliente, generando su fidelidad y compromiso.
- Cumplir con las expectativas que el proveedor ha planteado.



La política de calidad debe ser: consecuente, fácil de entender y ambiciosa.

Aun así, el compromiso con la calidad y en cuestión con la política de calidad, debe tenerla la dirección de la organización. Esta debe actuar con respecto al compromiso de forma que se cumpla correctamente.

El compromiso debe cumplirse seguidamente, con confianza y con seguridad y perspectiva.

La política de calidad, además, debe estar documentada, revisada e implantada. También debe ser entendida por todos los niveles de la organización.



En las diferentes empresas y organizaciones, hay muchos elementos para conseguir esa política de calidad deseada, como son: planning, elementos de optimización, elementos informáticos, presupuestos, correcta jerarquización de proveedores.

Por otro lado, a la hora de definir la estructura organizacional, esta se define como un conjunto de elementos que se alinean en torno a un eje, a raíz del cual se vinculan todas las acciones y elementos propios de la empresa. La estructura organizacional está representada por:

- Relaciones personales.
- Directivos.
- Autoridades y responsables de departamentos.

Todas las organizaciones van a depender de un marco funcional para crear sus estructuras; está creado en base a la organización de la estructuración o dicho de forma simple, creado en base al organigrama. Este consiste en una **división de cada una de las unidades de trabajo**.

El organigrama presenta una serie de ventajas, las cuales son:

- Generar una imagen corporativa apropiada para mantenerse en la mente de los clientes.
- Convertirse en una fuente oficial.
- Conocer en profundidad a la organización.
- Definir la jerarquía y las relaciones de autoridad.

Dentro de la estructura organizacional, se divide en una serie de grupos, los cuales son:

- Personal.
- Formas de asegurar la calidad.
- Formas de proceder.



Todos los procedimientos deben estar documentados, revisados y corregidos, y con una redacción simple y clara.

Dentro de los modelos de aseguramiento de calidad se pueden encontrar:

- **Modelo de Russel.** Corresponde al plan maestro de calidad.
- **Modelo Tomasini.** Corresponde a la organización en cuatro fases.

Cada uno de ellos contemplará una serie de fases relevantes que darán lugar a la consecución de objetivos varios y diferentes; cumplirlos incurrirá en la consecución de calidad y planteamientos esperados.

La 2º etapa conocida como identificación, se compone de un concepto que va a ser definido como el motor principal de este proceso; es conocido como **disposición de elementos factibles**.

Estos se definen como: elementos que son susceptibles de ser hechos o realizados, en función de los objetivos marcados.

Como elementos factibles a tener en cuenta, se deben mencionar:

- Elementos técnicos.
- Aspectos económicos.
- Aspectos legales.
- Aspectos ambientales.

En este proceso, también se llevan a cabo estudios preliminares, investigaciones y encuestas.

Se aprovecharán para determinar luego los elementos factibles y que se hagan de la mejor forma posible. Es una fase crucial, ya que puede generar dos respuestas:

Continuar con el proceso

Desestimar el proceso

En caso de ser una respuesta afirmativa, se procederá a tener en cuenta:

- Aspectos económicos.
- Decisiones tomadas en base a los estudios preliminares.
- Decisiones tomadas con respecto a los elementos factibles.

En el apartado conocido como **organización económica** tienen cabida todos los elementos que hacen referencia a algún elemento de talante financiero, que pueda influenciar o incidir en el desarrollo del proyecto, sea cual sea su ámbito.

Para ello, se deben definir una serie de pasos, los cuales son:

1. Una planificación del proyecto premeditada.
2. Evaluar las diferentes opciones existentes; por ejemplo, las financiaciones otorgadas por las entidades públicas.
3. Determinar que recursos se precisan, como documentos o cláusulas.
4. Comunicación con personas que hayan pasado por el mismo proceso para tener puntos de vista diferentes.



A la hora de obtener diferentes puntos de vista, estos pueden obtenerse mediante: expertos en la materia, compañeros de la profesión que hayan sido beneficiados con las diferentes ayudas existentes, oficinas orientadas a la gestión de proyectos, asesores financieros, estadísticos, ect...

Otras personas que no pertenezcan al sector pero puedan proporcionar una visión más fresca y objetiva.

A la hora de conseguir una buena financiación, esto se hace a través de:

Objetivos correctos

Una buena ejecución