PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

GUÍA 4 - EDICIÓN DE IMAGEN ENFOCADA A LA PUBLICIDAD DIGITAL

IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- **Denominación del Programa de Formación:** Técnico en Integración de contenidos digitales.
- **Código del Programa de Formación:** 524704
- **Nombre del Proyecto:** (2504883) Desarrollo de estrategias de planeación y ejecución de comunicación visual para MiPymes a través del uso de herramientas de integración de contenidos digitales.
- **Fase del Proyecto:** Planeación
- **Actividad de Proyecto:**
  Diseñar la estructura y los elementos gráficos y audiovisuales de la estrategia a partir de los requerimientos del proyecto.
- **Competencia:**
  - Técnica: Integrar elementos multimedia de acuerdo con técnicas y herramientas de producción digital.
- **Resultados de Aprendizaje Alcanzar:**
  584306 - Editar los elementos gráficos y audiovisuales de acuerdo con las características técnicas del medio de difusión.
- **Duración de la Guía:** 60 horas. Trabajo directo 48 horas. Trabajo independiente: 12 horas.

2. PRESENTACIÓN



Bienvenido a la GUÍA 4 v- EDICIÓN DE IMAGEN ENFOCADA A LA PUBLICIDAD DIGITAL. A través del desarrollo de las actividades aquí planteadas podrá adquirir los conocimientos necesarios para crear y diseñar piezas gráficas de comunicación publicitaria, utilizando el software de edición y retoque fotográfico Adobe Photoshop. Esto nos conducirá a nuevos retos y habilidades fundamentales para llegar a ser un desarrollador multimedia.

Iniciaremos acercándonos al mundo de la publicidad, descubriendo cómo podemos comunicarnos con nuestra audiencia de forma efectiva. A continuación, haremos la planeación de nuestras propias propuestas gráficas. Luego profundizaremos en herramientas de edición, retoque y manipulación digital para poder construir el producto final.

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

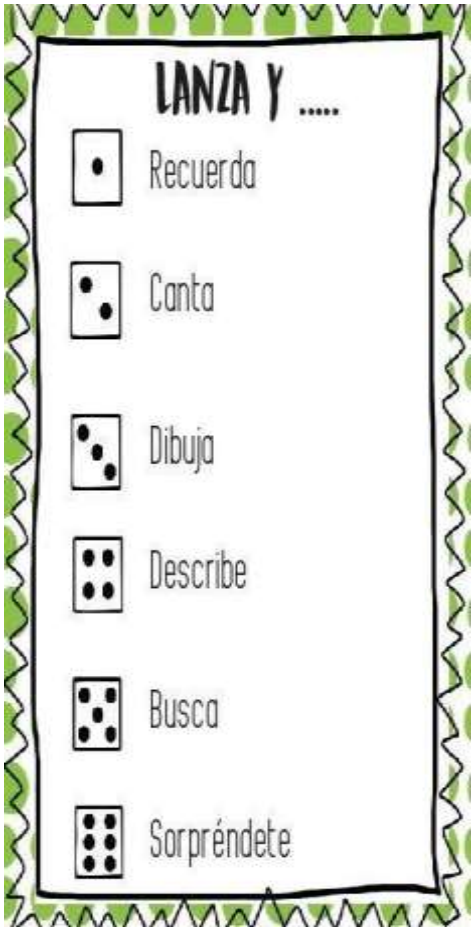
3.1. Actividades de reflexión inicial: Analizar una pieza publicitaria con base en su función comunicativa.

Duración: 5 horas

Descripción de la actividad:

Incluso antes del lanzamiento de un nuevo producto o servicio al mercado, las empresas ya invierten millones en publicidad, buscando llegar a sus clientes, inundando las calles, la televisión, la radio y las redes de llamativos anuncios. Nosotros como diseñadores multimediales debemos aprender a construir mensajes publicitarios efectivos. Para iniciar en este camino, realizaremos primero un análisis de la publicidad que consumimos a diario y que está a nuestro alrededor.

El objetivo de esta actividad es recordar y socializar todas aquellas campañas publicitarias que hemos visto y que nos han llamado la atención a lo largo de la historia. Para realizar esta actividad cada aprendiz lanzará el dado una vez, dependiendo el resultado, deberá realizar la acción que se especifica en la siguiente tabla:



Uno: El aprendiz debe recordar un comercial, un anuncio o cuña que le haya causado mucho impacto o que le guste muchísimo, puede también buscarlo en internet y compartirlo con el resto del grupo. (para esta actividad se requiere de vídeo beam y audio para proyectar) Debe mencionar porque lo recuerda.

Dos: El aprendiz debe cantar, tararear o silbar una cuña o jingle publicitario que recuerde, como el de la fina "la fina, la margarina, la preferida de las amas ……"

Tres: El instructor le pedirá que dibuje un logo de una marca de memoria, sin ver un referente, por ejemplo, el logo de converse, el aprendiz debe tomar el marcador de tablero y dibujar como recuerda él el logo sin ver un ejemplo o foto.

Cuatro: El aprendiz debe describir con sus palabras como es usualmente la comunicación de una marca que recuerde, por ejemplo, sprite, debe contar que hace la marca para llamar la atención, como es la personalidad de la marca, que colores usa, que palabras, que imágenes y sonidos asocia a la empresa.

Cinco: El aprendiz debe buscar en los periódicos o revistas una pieza publicitaria y responder a las siguientes preguntas:

- ¿Cuál es el mensaje?
- ¿Cuál es la función de esta pieza publicitaria?
- ¿Qué llamó su atención primero?
- ¿A qué tipo de personas cree que va dirigido este anuncio?

Seis: El instructor compartirá un comercial o una pieza gráfica y el aprendiz deberá responder los siguiente:

¿Cuál es el mensaje?

- ¿Cuál es la función de esta pieza publicitaria?
- ¿Qué llamó su atención primero?
- ¿A qué tipo de personas cree que va dirigido este anuncio?

Ambiente requerido: Espacio de trabajo para 30 aprendices, computadores, internet.

Materiales: Dados, marcador, revistas, periódico, vídeo beam.

3.2. Actividades de contextualización e identificación de conocimientos necesarios para el aprendizaje: Plantear el mensaje publicitario de acuerdo con los requerimientos del proyecto.

Duración: 10 horas

Descripción de la actividad:

Ahora que ya hemos empezado a abordar el tema de la publicidad, vamos a profundizar un poco más en aquellos conocimientos claves que necesitamos para el desarrollo de esta actividad. Lo invito a realizar un mapa mental con la información que va a trabajar junto con su instructor a través de la presentación sobre publicidad, donde afianzará conceptos como:

- Publicidad
- Modelo de comunicación
- Cliente
- Target
- Ciclo de vida del producto

- Medios de comunicación
- Campañas publicitarias

Una vez concluida la presentación, daremos inicio a la actividad, para esto debe descargar el material denominado **Bitácora para la creación de una pieza publicitaria.** Allí encontrará los pasos a seguir para realizar la planeación de las piezas publicitarias que más adelante construirá utilizando el software de diseño Photoshop. Lea atentamente las instrucciones y desarrolle cada punto en su herramienta ofimática preferida (illustrator, power point, word, canva,etc.)

Al finalizar el ejercicio exporte su documento en pdf, recuerde incluir todos los puntos indicados en el documento de trabajo, entregue el producto terminado a su instructor, no olvide incluirlo también su portafolio.

Ambiente requerido: Espacio de trabajo para 30 aprendices, computadores, internet.

Materiales: Hojas blancas, lápiz, borrador

3.3. Actividades de apropiación del conocimiento: Realizar un fotomontaje utilizando las herramientas básicas de Photoshop

Duración: 35 horas

Realizar un fotomontaje utilizando las herramientas básicas de Photoshop

Descripción de la actividad:

Photoshop es una herramienta de edición y retoque fotográfico super potente, es indiscutiblemente la líder en la industria gráfica y ofrece una variedad de posibilidades que van desde la manipulación de imágenes, el revelado digital, la restauración de fotografías, la ilustración, la creación de fotomontajes y piezas publicitarias, entre muchas otras.

Para introducirnos en este software iniciaremos observando el video denominado **Fotomanipulación en Photoshop.** Esto nos dará una idea de lo que aprenderemos a hacer a través del desarrollo de esta actividad.

Un fotomontaje es una técnica que consiste en combinar dos o más fotografías con el objetivo de crear una nueva composición. Este proceso consta de múltiples etapas, utilizaremos el software de photoshop para realizar este ejercicio, en caso de no contar con esta herramienta se sugiere utilizar esta aplicación online https://www.photopea.com/, no se necesita descargar o instalar, se puede editar y guardar online, la interfaz en igual a la de photoshop y tiene la mayoría de las herramientas que estaremos trabajando.

Para iniciar con la creación de nuestro primer fotomontaje, utilizaremos una hoja en blanco y un lápiz y realizaremos un boceto rápido de cómo nos imaginamos que será el fin del mundo, piensa en todos los elementos que incluirías. A continuación iniciaremos con las siguientes tareas:

1. Búsqueda y recopilación del material base: Cree una carpeta denominada “fotomontaje” en su computador, allí debe almacenar todas las imágenes que descargue. Utilizando su boceto como referente busque fotografías que pueda utilizar, recuerde debe utilizar mínimo 5 fotografía, estas deben medir más de 800 px, deben tener buena resolución, no deben contener marcas de agua y no deben verse pixeladas.

Este es un ejemplo de una imagen con marca de agua que no se debe utilizar.



Figura 2. Group of young people having lunch. Tomado de:
https://ladelasupercam.com/wp-content/uploads/2020/02/Marca_FR0B4478_1-scaled.jpg

2. Importar el material al entorno de trabajo

A continuación, debe abrir el programa, crear un documento nuevo, dependiendo de su boceto la orientación será vertical u horizontal y el tamaño debe ser de 1024 x 768 px, el instructor le indicará cómo crear este nuevo espacio de trabajo. Para importar el material que ha recolectado siga las instrucciones contenidas en el video **Cómo importar imágenes en Photoshop.**

3. Recorte y perfeccionamiento de las imágenes recolectadas

Existen múltiples formas para realizar recortes de imágenes en Photoshop, entre ellas están la varita, el lazo magnético, la pluma y muchas más. La herramienta que utilicemos dependerá de lo que vayamos a recortar. Adicional a las indicaciones dadas por el instructor, utilice el video **Como recortar una imagen en Photoshop** como guía extra.

4. Modificación del tamaño y de la ubicación de los elementos en la composición

Una vez estén todos los elementos recortados, se deben ubicar siguiendo la composición planteada en el boceto y modificando el tamaño para que sea verosímil y tenga las proporciones correctas. Siga las indicaciones dadas por su instructor para realizar este paso.

5. Corrección y ajustes de color, brillo y contraste.

Photoshop tiene una gran variedad de herramientas que nos permiten hacer correcciones y ajustes sobre la iluminación, el color, el contraste, el tono, la saturación, el brillo y muchas otras características de nuestras imágenes, junto con su instructor conocerá cómo utilizarlas y aplicarlas en su composición. El video **Cómo igualar tonos entre dos imágenes con Photoshop** le ayudará a reforzar los conocimientos vistos en clase.

6. Retoque de luces y sombras

El paso más importante para hacer nuestro fotomontaje mucho más realista es cuidar la iluminación, detallando dónde deberían ir algunas luces y donde debería haber sombras, observe el video **Efectos de iluminación con Photoshop** para mejorar el resultado final de su composición.

7. Exportar el producto final

Finalmente, tome un pantallazo de la interfaz de Photoshop con el panel de capas abierto, para que el instructor pueda ver cómo quedó constituido su fotomontaje. Exporte el producto final en formato .jpg, verifique que el producto final no tenga bordes blancos, se vea pixelado o de mala calidad. Entregue a su instructor tanto el pantallazo, como el archivo en .psd y el .jpg. No olvide cargar estas evidencias también en su portafolio.

Ambiente requerido: Espacio de trabajo para 30 aprendices, computadores, internet.

Materiales: Hojas blancas, lápiz, borrador, Adobe Photoshop.

3.4. Actividades de transferencia del conocimiento: Digitalizar las piezas publicitarias del proyecto teniendo en cuenta la bitácora de planeación realizada previamente

Duración: 14 horas

Descripción de la actividad:

La fase de planeación nos permite trazar una ruta o un mapa de navegación para que en la siguiente fase denominada ejecución, podamos realizar los productos planteados previamente, haciendo uso de las herramientas que conocemos como Photoshop.

En el punto 3.2 de esta guía usted elaboró una bitácora donde estableció los valores y la personalidad del cliente, el tipo de medios y productos que se necesita: un banner, un flyer y una tarjeta de presentación. El tamaño de estos productos, el objetivo comunicacional, el mensaje y los bocetos de estas piezas gráficas. Ahora nos corresponde digitalizar las propuestas que mejor resuelvan las necesidades del cliente. Para esto:

1. Seleccione uno de los dos bocetos que realizó por cada pieza publicitaria
2. Cree una carpeta denominada piezas publicitarias del proyecto en su computador
3. Realice la búsqueda de las imágenes, texturas, fotografías, iconos, tipografías, etc. que necesite para hacer realidad su propuesta y guárdelas en la carpeta creada previamente
4. Cree un nuevo documento en el software de diseño, se sugiere Photoshop si debe hacer recortes o correcciones de imagen. Tenga en cuenta si el producto que va a elaborar es para web o para impresión, ya que debe elegir correctamente el perfil, recuerde que si es para web el modo de color del documento será RGB y la unidad de medida será en pixeles. En cambio, si es para impresión, el modo de color será CMYK y la unidad de medida será en milímetros o centímetros. Por último, seleccione la orientación del documento (vertical y horizontal)
5. Importe las imágenes y realicé los recortes que considere necesarios
6. Realice la corrección de color, brillo, contraste, tono, saturación, etc.
7. Instale las tipografías que utilizará, no tema descargar varias opciones, para hacer pruebas y explorar múltiples posibilidades. Recuerde que la tipografía también comunica y debe ser seleccionada cuidadosamente, para que sea coherente con la personalidad de la marca. Revise la ortografía con ayuda de un corrector como https://www.correctoronline.es/
8. Recuerde incluir el logo en las 3 piezas publicitarias, iconos de redes sociales, información de contacto, etc.
9. Por último, exporte los productos finales en formato .jpg y haga entrega de estos al instructor, recuerde incluirlos también en su portafolio.

Ambiente requerido: Espacio de trabajo para 30 aprendices, computadores, internet.

Materiales: Hojas blancas, lápiz, borrador, Adobe Photoshop.

Evaluación GUÍA 4 - EDICIÓN DE IMAGEN ENFOCADA A LA PUBLICIDAD DIGITAL

Estimado aprendiz, en este punto debe responder al cuestionario dispuesto en la plataforma Territorium, recuerde que en total son 30 preguntas de selección múltiple y que debe obtener más de 70,5 puntos para aprobar.

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencias de Conocimiento ● Cuestionario ● Mapa mental	● Identifica conceptos claves sobre publicidad ● Domina los medios, soportes y formatos publicitarios	**Técnica** Técnica mapas Técnica formulación de preguntas
Evidencias de Desempeño: ● Plantear el mensaje publicitario de acuerdo con los requerimientos del proyecto. ● Tomar un pantallazo interfaz de photoshop con el desarrollo del ejercicio del fotomontaje	● Realiza procesos de planificación y organización ● Domina las herramientas de recorte, máscaras y capas de ajustes en Photoshop	**Técnica** Técnica observación Validación de producto
Evidencias de Producto: ● Analizar una pieza publicitaria con base en su función comunicativa. ● Plantear el mensaje publicitario de acuerdo con los requerimientos del proyecto. ● Realizar un fotomontaje utilizando las herramientas básicas de Photoshop ● Digitalizar las piezas publicitarias del proyecto teniendo en cuenta la bitácora de planeación realizada previamente	● Elabora bocetos aplicando técnicas de composición ● Construye un mensaje publicitario coherente y eficaz ● Domina la teoría del color y conoce los valores y la personalidad del cliente	**Técnica** Técnica simulación Técnica valoración de productos

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

a. Marca: es una identificación comercial primordial y/o el conjunto de varios identificadores con los que se relaciona y ofrece un producto o servicio en el mercado.
b. Posicionar: lugar que ocupa la marca en la mente de los consumidores respecto el resto de sus competidores.
c. Mercado: Conjunto de consumidores que quieren, pueden y están dispuestos a comprar un producto ofertado.
d. Cliente: persona que utiliza los servicios de un profesional o de una empresa.
e. Público Objetivo: un consumidor representativo e ideal al cual se dirige una campaña o al comprador al que se aspira a seducir con un producto o un servicio.
f. Target: también llamado público objetivo, es el conjunto de personas para el que se orienta la venta del producto o servicio.
g. Campaña publicitaria: es una serie de mensajes publicitarios que comparten una idea y tema que en conjunto conforman una comunicación de marketing integrada.
h. Concepto: Es una frase o una idea en la que se sintetiza todos los elementos que el anunciante pretende transmitir y hacer así más fácil y más atractiva la comunicación con el receptor.

i. Slogan: es una frase (o dos) que destaca lo que hace una empresa, hace hincapié en un valor o característica, o aclara la misión de su marca.
j. Copy: Es un contenido escrito o texto que se usa con fines publicitarios y comunicativos con el objetivo de contar aquello que una marca quiere trasladar a su público objetivo.
k. Cuña: es un anuncio auditivo destinado a publicitar diversos productos, empresas, marcas o servicios a través de un claro y conciso mensaje que no excede los 10s a 30 segundos de duración, el cual siempre debe ir enfocado en impactar a sus oyentes para provocar el recuerdo del producto o servicio que vende.
l. Fotomontaje: Composición fotográfica que resulta de la combinación de fragmentos de diversas fotografías, a veces acompañadas de dibujos, y que se hace generalmente con intención artística, publicitaria, etc.

6. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

Vega, E. (1989). Fundamentos de diseño gráfico. Anaya Multimedia.

Mootee, I. (2014). Design thinking para la innovación estratégica. Empresa Activa.

Molina, J. y Morán. A. (2008). Viva la publicidad viva. Lemoine editores.

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	Annie Maldonado	Instructor	Articulación	06/12/2021

8. CONTROL DE CAMBIOS (diligenciar únicamente si realiza ajustes a la guía)

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)	**Rosalba Cabrales**	Instructor	Articulación	28/11/2022	**Actualizaciones temáticas**