

República Bolivariana de Venezuela
Universidad de Los Andes
Facultad de Arte
Escuela de Artes Visuales y Diseño Gráfico
Departamento de Diseño Gráfico

Diseño de una guía digital con material educativo
de la Escuela de Diseño Smodas.

Autor: Yocelin Nail Zacarías
C.I.: V022818850
Correo: linzakarias@gmail.com
Carrera: Diseño Gráfico
Tutora: Ana Karina Gil
Mérida, 2023

AGRADECIMIENTOS

Al Dios de Abraham, Isaac y Jacob, porque como lo dice mi nombre familiar, siempre me recordó, incluso en los días en los que yo ya no quería recordarlo. (*Zacarías, del hebreo הַיְרֵכֶּה que significa "a quien Dios recuerda"*).

A mi padre, por su increíble paciencia y por el apoyo que me dio durante tantos años.

A mi madre, por el apoyo que me dio a pesar de su desacuerdo con mi decisión.

A mis ajdadi, por ser siempre otros padres para mí y defenderme ante todo.

A mi tía Aluuh, por ser el punto medio en mis viajes y por nunca rendirse con mi lado espiritual.

A mi prima Gigi, por ser la mujer más especial que conozco y por acordarse de mí en todo momento, a pesar de tanta distancia.

A todos mis primos que vinieron después de Gigi, por ser mis hermanos y cómplices en todo.

A mis amigos Ornella, Amal, Karim, Rudaina, Alí, Meme y Lino porque a pesar de todo y de tantos años permanecieron a mi lado. Es mi deseo seguir creciendo con ustedes.

A mi tutora Ana Karina, por ayudarme en mis momentos de apuro a pesar de sus problemas.

A Mérida, la ciudad donde estudié y nunca olvidaré. La ciudad que siempre tendrá un lugar especial en mi corazón. La ciudad donde conocí a muchas personas inolvidables.

RESUMEN

Este proyecto consiste en la propuesta de diseño de un producto editorial con el material educativo que se imparte en el primer trimestre de la Escuela de Diseño Smotas, esto debido a que su material actual no tiene un diseño funcional ni atractivo, además de que este se encuentra desorganizado y no del todo digitalizado.

El objetivo principal es proponer el diseño de una guía digital, tomando en cuenta el material más importante del primer trimestre de la institución, para que transmita los conocimientos de manera eficaz y sea coherente con la identidad visual corporativa de la institución. Dentro del material existente

se planea trabajar principalmente con la parte de diseño estructural o patronaje, que corresponde a las guías más importantes, ya que son la base del trabajo práctico para el corte y confección de cualquier prenda.

El resultado de esta propuesta sería el punto de partida para la creación de un material educativo efectivo, indispensable para las estudiantes del primer trimestre de la institución, ya que será un recurso al que recurrirán constantemente, debido a que les permitirá acceder a los conocimientos teóricos y técnicos básicos necesarios para el desarrollo de la carrera.

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: *Diseño editorial.*

PALABRAS CLAVE: *Diseño digital, diseño de modas, guía de patronaje.*

ÍNDICE

| | |
|----------------------|---|
| Agradecimientos..... | 2 |
| Resumen..... | 3 |
| Introducción..... | 5 |

CAPÍTULO I EL PROBLEMA

| | |
|------------------------------------|----|
| Planteamiento del problema..... | 8 |
| Objetivos de la investigación..... | 14 |
| Justificación..... | 15 |
| Propósito..... | 18 |

CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO

| | |
|----------------------------|----|
| Bases teóricas..... | 20 |
| Antecedentes teóricos..... | 58 |
| Antecedentes visuales..... | 64 |

CAPÍTULO III MARCO METODOLÓGICO

| | |
|--|----|
| Tipo de investigación..... | 74 |
| Diseño de la investigación..... | 76 |
| Nivel o alcance de la investigación..... | 77 |
| Enfoque de la investigación..... | 79 |
| Población y muestra..... | 80 |

| | |
|------------------------------|----|
| Técnicas e instrumentos..... | 81 |
| Procedimiento..... | 82 |

CAPÍTULO IV LA PROPUESTA

| | |
|---------------------|-----|
| Definición..... | 101 |
| Investigación..... | 106 |
| Ideación..... | 109 |
| Prototipo..... | 115 |
| Selección..... | 121 |
| Implementación..... | 123 |

| | |
|--------------------------------|-----|
| Conclusiones..... | 130 |
| Referentes bibliográficos..... | 132 |

INTRODUCCIÓN

Dentro de las instituciones de educación superior se hace evidente la presencia de medios educativos de calidad que aporten significativamente al proceso de aprendizaje del estudiante. Dentro de esta investigación proyectiva se hace la elaboración de una propuesta de diseño para las nuevas guías educativas del primer trimestre de diseño de modas de la Escuela de Diseño Smodas. Para la realización de dicha propuesta se hace una recopilación teórica de los principios del diseño gráfico y del diseño editorial, se aplican estos dentro de la metodología del proceso creativo seleccionado y se presenta un producto factible que responde la pregunta de investigación. Dicho producto se propone al determinar las fallas de diseño que presentan las guías educativas previas de la institución, estas fallas traían como resultado un material deficiente que dificultaban el proceso de enseñanza-aprendizaje de las estudiantes de nuevo ingreso.

Esta investigación proyectiva, tal como la requiere la Comisión de Trabajo de Grado de la Facultad de Arte y Diseño Gráfico de la Universidad de Los Andes, presenta el siguiente contenido:

El **Capítulo I** es la base para el desarrollo de la investigación. Se presenta la pregunta de investigación dentro del planteamiento del problema, se determinan los objetivos de la investigación y la justificación de la misma.

En el **Capítulo II** se seleccionan los trabajos de investigación previos que sirven como antecedentes teóricos a este nuevo estudio. Se presentan las bases teóricas que sustentan la investigación y enriquecen el resultado final del diseño. Además, también se presentan los antecedentes visuales y gráficos que formarán parte del proceso de diseño.

En el **Capítulo III** se desarrolla el marco metodológico de la investigación, en este se explica el tipo de investigación, el diseño de la investigación, el nivel o alcance, el enfoque, la población y muestra, las técnicas e instrumentos de recolección de datos y el procedimiento. Cabe destacar que dentro del procedimiento de la investigación se desarrolla la metodología de diseño propuesta por Ambrose y Harris.

Finalmente, en el **Capítulo IV** se presenta la propuesta final y cómo fue su desarrollo dentro de las fases de la metodología de diseño seleccionada. Como punto final se presentan las conclusiones y los referentes bibliográficos.



www.boigital.ula.ve

capítulo I
EL PROBLEMA

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La vestimenta ha jugado un papel importante en la vida del hombre desde el origen de este. Se puede decir que las primeras prendas de vestir fueron las pieles de animales con las que el hombre prehistórico se cubría para protegerse de los extremos factores climáticos. Si bien en esta época el hombre fabricaba su ropa con fines de supervivencia, más adelante en la historia, la vestimenta adoptaría un carácter estético e ideológico que marcaría el origen de la moda. Es importante señalar que la palabra “vestido” o “vestimenta” no significa lo mismo que “moda”. El vestido se define como el “nombre genérico de la ropa que cubre y resguarda el cuerpo humano” (Oxford Languages); mientras que moda “es un reflejo cambiante de nuestra forma de ser y de los tiempos en que vivimos” (O’Hara, 1989, p. 9). La moda, más allá de ser ropa que cubre o resguarda, tiene un trasfondo social, cultural, estético, etc., que se caracteriza por ser cambiante y transitorio. Con el paso del tiempo la vestimenta fue evolucionando junto al pensamiento del hombre, dejando de ser solo un mecanismo para el resguardo de las condiciones climáticas y se abrió paso a un papel más importante: el reflejo mismo del cambio en el contexto social, político y económico de la sociedad (Posso, 2013).

Los antecedentes de la moda se encuentran en la edad media, cuando la vestimenta comenzó a diferenciar las distintas clases sociales; “durante el periodo medieval, el vestido a la moda se utilizaba cada vez más para diferenciar entre la élite, los mercaderes, los artesanos y los campesinos” (Fogg, 2013, p.45). Pero fue a princi-

pios del renacimiento europeo que nace el concepto de moda como lo conocemos hoy, en esta etapa de la historia los profesionales de la costura se preocupaban por el uso de materiales sofisticados y por idear trajes originales y nuevos estilos para mantener a su clientela adinerada contenta. De acuerdo a Kindersley (2012, p. 44): “Se podría afirmar que, con el afán de novedad, cierta fantasía y más alternativas al alcance, nació realmente la moda”.

Detrás de la creación de los trajes se encontraban los ya mencionados profesionales de la costura, que con el paso del tiempo fueron logrando importancia y reconocimiento en la sociedad. En el siglo XIX “a los modistos ya no se los consideraba costureros habilidosos, sino que ya eran nombres conocidos, con firmas que identificaban sus prendas”. (Fogg, 2013, p. 170). En la actualidad el modista es comúnmente llamado diseñador de modas. Desde los inicios de la moda hasta nuestros tiempos, esta figura ha tenido gran relevancia social. A lo largo del tiempo han sobresalido muchos diseñadores que han sido célebres y han dejado una marca en el mundo de la moda y una huella en la historia de la humanidad. Son las creaciones de los diseñadores de moda las que han definido las tendencias de cada época, “sin ellos las épocas pasarían desapercibidas [...] Su papel y rol en la sociedad sin duda alguna es extremadamente importante y sin duda alguna lo seguirá siendo en el futuro”. (Mendoza, 2020).

En la actualidad existen muchas universidades prestigiosas en el mundo que ofrecen esta profesión. Varias han sido las que han logrado reputación e influencia a nivel global al egresar figuras importantes de la industria. “La educación juega un papel fundamental para la preparación de los nuevos perfiles preparados para enfrentar el

contexto actual, contribuyendo en el desarrollo de la industria de la moda". (Taller Moda, Desarrollo y Proyecto, 2020).

En las instituciones de educación superior es indispensable el uso de material o guías de estudio especializadas que faciliten el aprendizaje de cada materia. Es bien sabido que dentro de la profesión se deben cumplir requerimientos prácticos y teóricos en la creación de una prenda. Cabe destacar que muchas de las instituciones suelen impartir métodos prácticos de creación distintos a las demás casas de estudio, lo que hace que se vean en la obligación de crear su propio material de aprendizaje. Esto resulta en la búsqueda de un profesional en diseño gráfico y diseño editorial.

Para llevar a cabo el material editorial que necesitan estas instituciones se requiere la aplicación de conocimientos en el área de diseño editorial e ilustración. Un diseñador gráfico es quien aporta soluciones necesarias para que la comunicación visual sea efectivamente comprendida por el público y tiene la capacidad necesaria para trabajar en las áreas mencionadas anteriormente. La ilustración expresa de manera eficiente la idea del texto y esta es necesaria para que el estudiante aprenda correctamente los pasos para desarrollar la prenda, guiándose de representaciones gráficas simples. El diseño editorial es la rama que se dedica a la composición y maquetación de productos editoriales, es necesaria para la organización de textos e imágenes en la página.

En Venezuela existen instituciones de educación superior que ofertan la carrera de diseño de modas. Dentro de estas instituciones se encuentra la Escuela de Diseño

Smodas, ubicada en la localidad de Puerto Ordaz, estado Bolívar. Fue fundada en el 2009 por el arquitecto y diseñador de modas Luis Guzmán y es la única institución que ofrece la carrera en todo el oriente del país. Esta, como cualquier otra casa de estudio, implementa el uso de guías de estudio digitales e impresas que han sido creadas por el personal docente, quienes no tienen formación profesional en el diseño gráfico, lo que conlleva a una carencia estética y funcional del material. Las guías de estudios no cumplen con su objetivo más importante, que es el aprendizaje eficiente de los estudiantes de la institución.

Hasta ahora, en la Escuela de Diseño Smodas, han ingresado bachilleres, técnicos medios o licenciados que están entre los 17 y 26 años. Los estudiantes, por lo general, no tienen conocimientos previos de costura y han hecho saber al personal docente que no logran asimilar del todo el material educativo. Sus edades se encuentran en la generación millennials y, en mayor parte, la generación centennials; ambas se caracterizan por haber crecido en la era digital, por lo tanto, están íntimamente apegados a los recursos digitales y, además, prefieren que la información sea inmediata y eficaz. En este punto cabe destacar que una parte de las guías de estudio no están digitalizadas. Este factor, además de no ser satisfactorio para los estudiantes, ha sido un obstáculo que se ha agravado con las clases a distancia que la institución ha tenido que impartir de manera obligatoria por motivos de la pandemia del COVID-19, que provocó el cierre obligatorio de las instalaciones el mes de marzo del año 2020. Además, el sistema educativo ha cambiado a nivel mundial gracias a los avances tecnológicos y a las preferencias del público receptor por los medios digitales, por lo que muchas instituciones de distintos niveles de educación se han

visto en la obligación de actualizar sus métodos de enseñanza-aprendizaje. En la actualidad, la institución tiene planificado abrir la modalidad de clases a distancia e ir a la par con los nuevos tiempos y cambiar sus métodos de enseñanza, por lo que se ha visto en la urgencia de actualizar y digitalizar su material educativo.

Por todos estos factores, la Escuela de Diseño Smodas se ve en la necesidad del diseño de una guía digital con el material de estudio más importante del primer trimestre de la carrera, en específico las materias Diseño estructural I e Introducción a la confección. Requieren de una propuesta de diseño que cumpla con el objetivo de satisfacer las necesidades de aprendizaje de los estudiantes de nuevo ingreso y que además se adapte a los nuevos tiempos. Con esto último se hace referencia a la digitalización de documentos que forma parte de la realidad universal actual (la era digital), y, más allá de eso, digitalizar documentos “permite el control y la seguridad de la información, pero el factor más determinante está enfocado en su acceso. Cuando un documento está en físico [...] no puedes acceder a él a todo momento y desde cualquier parte”. (ATS Gestión Documental, 2018). Por lo tanto, la digitalización del material de estudio físico traerá consigo muchas ventajas, estas incluyen: distribución y acceso eficaz del material a distancia, actualización y adaptabilidad a los nuevos tiempos, rápida modificación de la información y ahorro de costos en impresiones que se volverán obsoletas en poco tiempo. Aunado a esto, la propuesta de diseño de la guía de estudio abrirá la oportunidad para crear un diseño profesional y acorde a la imagen de la institución, ya que las guías actuales carecen de armonía y concordancia estética y visual, a pesar de que la institución tiene una identidad visual corporativa resumida en un brand board corporativo.

Las universidades a nivel internacional se han visto en la obligación de adaptarse a las nuevas épocas, para así ofrecerles a sus estudiantes educación de alto nivel que los ayudará a entrar en la industria de la moda sin dificultad. “Los formatos y contenidos de cualquier propuesta formativa deben ser flexibles, vivos y adaptables a las rápidas transformaciones del sector” (Manetti, 2019), solo así se puede asegurar una educación actualizada y que evoluciona al acelerado paso de la cuarta revolución industrial, y esto trae como resultado que los nuevos diseñadores tengan las capacidades necesarias para comprender el nuevo mercado global y los cambios en las preferencias de los consumidores. “En el ámbito de la moda es especialmente importante preguntarse qué puede hacer uno para mejorar el sistema actual” (Manetti, 2019). Al diseñar la propuesta de la nueva guía digital para el primer trimestre de la Escuela de Diseño Smodas, se busca hacer una mejora en el proceso de aprendizaje que beneficiará no solo al estudiante, sino a la institución como organismo educativo. Este paso también provocará que el organismo empiece a entrar en contacto con los nuevos sistemas y, además, conseguirá un producto que sea acorde a su identidad visual corporativa que lo hará verse más profesional.

Ahora, los argumentos expuestos nos llevan a plantear la siguiente interrogante:

¿Cómo sería el diseño editorial de una guía de estudio digital que permita facilitar el proceso de aprendizaje en los estudiantes del primer trimestre de la Escuela de Diseño Smodas?

OBJETIVO GENERAL

Diseñar una guía digital que permita facilitar el proceso de enseñanza-aprendizaje en las estudiantes de nuevo ingreso de la Escuela de Diseño Smotas.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Analizar los principios del diseño editorial para determinar las fallas estéticas y funcionales que orientan a la creación de una nueva guía de estudio.
- Determinar las necesidades y aspiraciones del público objetivo en cuanto a la creación de una nueva guía de estudio.
- Establecer los elementos compositivos que conformarán el diseño de la nueva guía digital.
- Proponer el diseño de una guía digital con el material de estudio seleccionado para las estudiantes de nuevo ingreso de la carrera.

JUSTIFICACIÓN

El diseño de una guía de estudio digital nace de la ausencia de un medio actualizado y eficiente para impartir los conocimientos claves de la carrera de diseño de modas en la Escuela de Diseño Smodas. Los conocimientos adquiridos en el primer trimestre son llamados claves porque sentarán las bases del patronaje y la confección, los cuales son estrictamente necesarios para los trimestres que siguen hasta el final de la carrera. Debido a las múltiples dificultades que existen actualmente dentro de las instituciones venezolanas de educación superior, es más que necesario implementar recursos que hagan un aporte beneficioso a los organismos educativos, y, consecuentemente, a la sociedad. La educación ayuda en el desarrollo de las capacidades de innovación en una persona, facilitando, en el mejor de los casos, en la comprensión y procesamiento de la información que permita la implementación de nuevas tecnologías y procesos en la industria; teniendo así, un impacto positivo en la economía de un país (World Bank, 2007).

Smodas es una institución privada de alto costo que, a pesar de impartir conocimiento valioso y de alta calidad, no ha logrado crear guías educativas acordes a su nivel educativo. Es necesaria una correlación entre el costo de un organismo educativo y su calidad educativa, si bien Smodas es una institución de buena calidad educativa, no lo demuestra con el material que les ofrece a sus estudiantes. En entrevistas previas, estudiantes del primer trimestre expresaron su disconformidad ante el material que les era entregado, alegando que no era fácil de asimilar o era complejo

de comprender. Esto podría suponer un problema para el nombre e ingresos nuevos de la escuela, ya que, legalmente, el nivel económico de la mayoría de los ciudadanos venezolanos no es lo suficiente alto para pagar educación superior privada y al mismo tiempo permitirse otras necesidades básicas; lo que lleva al ciudadano a escoger las instituciones públicas sobre las privadas. Un material educativo deficiente también podría suponer un problema para los futuros profesionales con vista a entrar en el campo laboral de la industria, además de ser un obstáculo para la industria como tal, ya que “los conocimientos y el desarrollo de capacidades en una persona, fomentan el aumento en la productividad laboral, lo cual, conlleva a mejores resultados dentro de las industrias o áreas económicas donde son aplicados” (Taller Moda, Desarrollo y Proyecto, 2020).

El diseño gráfico es un factor importante en la creación de productos editoriales con contenido educativo. El diseño editorial es la rama del diseño gráfico que se dedica al diseño y maquetación de publicaciones como revistas, libros, entre otros; estas publicaciones pueden ser impresas o digitales. Su objetivo principal es ordenar correctamente los elementos compositivos en una página para que esta pueda informar, educar o comunicar de manera óptima. Las publicaciones editoriales son un instrumento de gran importancia dentro de las instituciones educativas, ya que estas permiten transmitir los conocimientos necesarios para el crecimiento profesional de un estudiante y, además, el acto de plasmar información en un papel permite su conservación a largo plazo. Son muchas las instituciones que poseen material valioso, publicado por ellos mismos o por terceros, conservado dentro de sus bibliotecas. El avance de la tecnología y el auge de los medios digitales han provocado el

traspaso del material impreso a documentos electrónicos, por esta razón el concepto de diseño editorial se ha ampliado para adoptar nuevos criterios para el diseño de publicaciones digitales. Esto ha conllevado a la creación y aplicación de nuevas normas dentro del área que se evidenciarán en el desarrollo de este trabajo.

Por todo lo expuesto anteriormente, este trabajo de grado es una investigación proyectiva que propone el diseño de una guía digital para las estudiantes de nuevo ingreso de Smotas. Esta guía será un gran aporte y beneficio para los estudiantes y la institución como tal, que en la crisis nacional y en plena pandemia han buscado estrategias para continuar con sus funciones y propósitos.

Como diseñadora gráfica interesada en la rama del diseño editorial y antigua estudiante de la Escuela de Diseño Smotas, me parece emocionante poder contribuir, con los conocimientos adquiridos a lo largo de mis estudios en la Facultad de Arte, en la creación de un libro digital que transmita conocimientos sobre el diseño de modas, una profesión a la que también le he dedicado con gusto parte de mi vida.

PROPÓSITO

Esta investigación tiene como propósito la definición de una propuesta de diseño para la guía digital de estudio del primer trimestre de la carrera de diseño de modas, impartida por la Escuela de Diseño Smodas. Esta propuesta ha de contener guías previamente seleccionadas del material educativo de las materias **diseño estructural I** e **introducción a la confección** y será construida tomando en cuenta los principios del diseño editorial. El objetivo de este proyecto es crear una propuesta estética y funcional, que transmita la información de manera eficaz y sea de mejor comprensión para los estudiantes de nuevo ingreso de la carrera. Esta propuesta deberá ser el punto de partida para la reforma completa del material educativo.



www.bdigital.ula.ve

capítulo II
MARCO TEÓRICO

BASES TEÓRICAS

Para el rediseño y digitalización del material educativo seleccionado de la Escuela de Diseño Smotas, es necesario hacer el estudio y análisis de definiciones y principios que abarcan el diseño gráfico y diseño editorial.

DISEÑO GRÁFICO Y DISEÑO DIGITAL

El **diseño gráfico** “es el oficio de construir y seleccionar signos y colocarlos adecuadamente en una superficie con el fin de transmitir una idea” (Hollis, 2000, p. 9). Tomando en cuenta esta definición, se podría decir que el diseño gráfico apunta a la composición lógica de elementos en un formato. Más allá de la parte artística, tiene como principal objetivo transmitir un mensaje o una idea de manera clara y efectiva. La funcionalidad es el objetivo clave en cualquier diseño, por lo tanto, un diseñador gráfico debe tener la capacidad de ordenar de manera lógica los elementos en una composición, estableciendo una jerarquía entre estos, de modo que el mensaje llegue al emisor sin ambigüedad, confusión o vaguedad. Así mismo expone, William Addison Dwiggins, el padre del término “diseño gráfico”:

El deber básico de cualquier diseñador que trabaje con el papel es conseguir una presentación clara del mensaje: resaltar los enunciados importantes y colocar los elementos secundarios de forma que no sean desestimados por el lector. Ello requiere de un ejercicio de sentido co-

mún y de una capacidad de análisis más que de unas habilidades artísticas (Dwiggins, 1992, como se citó en Newark, 2002, p. 10).

Por su parte, el **diseño editorial**, es considerado una rama del diseño gráfico, y este hace referencia a todo tipo de publicaciones editoriales, tales como: revistas, libros, folletos, entre otros. En esta disciplina el diseñador se encarga de armar la parte visual de la publicación, haciendo uso de textos, fotografías, ilustraciones y más; tomando en cuenta elementos constructivos del área, tales como: columnas, márgenes, mancha tipográfica, etc. Según Zanón (2006):

El Diseño Editorial es el área del diseño gráfico especializada en la maquetación y composición de diferentes publicaciones tales como revistas, periódicos, libros, catálogos y folletos. Se encarga de organizar en un espacio, texto, imágenes y, en algunos casos, multimedia; tanto en soportes tradicionales como electrónicos. Es la búsqueda del equilibrio estético y funcional entre el contenido escrito, visual y los espacios (p. 1).

El diseño editorial hace uso de los principios del diseño gráfico para lograr ese equilibrio entre lo estético y funcional. Uno de los objetivos de las publicaciones editoriales es transmitir información a un público específico, por lo tanto, el diseñador debe armar la información de manera que capte la atención del público y este la interprete de manera clara. Todo producto editorial tiene el propósito de ser útil e informativo. El público meta y el contenido informativo son factores clave al momento de plantear el diseño de una publicación, ya que de ambos depende la personalidad o

estilo de dicha publicación. En palabras de Álvarez Fernández: “El diseño editorial debe moldearse de acuerdo al mercado y a lo que se quiere comunicar; no es lo mismo entregarle una revista especializada para niños a un adulto mayor, el cual quiere leer su periódico o una revista de temas políticos” (2016, p. 3).

Zanón señala brevemente en su definición que el diseño editorial abarca soportes tradicionales (físicos) y electrónicos. En este proyecto factible se busca la realización de un material educativo que conlleva a la maquetación de gráficos y textos que es compatible con un libro, y que, además, será diseñado para el medio digital.

DISEÑO DIGITAL

Los avances tecnológicos en los últimos años han traído nuevas herramientas y dispositivos que han resultado en la evolución del diseño gráfico al **diseño digital**. La plataforma del Centro Universitario de Tecnología y Arte Digital (2023) expresa que el “diseño digital consiste en crear un lenguaje que planifica nuestro comportamiento en un medio digital, entendiendo como medio digital una pantalla”. A su vez, la misma plataforma, establece dos niveles para dicho lenguaje:

Conceptual: tiene que ver con la forma de organizar la experiencia que vamos a tener con determinadas interfaces o encuentros delante de esa pantalla.

Visual: consiste en planificar cómo se articulan los elementos visuales para que ese lenguaje funcione, es decir, decidir qué aspecto van a te-

ner las cosas. Aquí se incluyen los colores, la tipografía, la composición, la estructura, etc.

Tomando en cuenta este concepto, podemos decir que el diseño digital abarca varios campos, como lo son: El diseño web, diseño de experiencia de usuario, animación y efectos visuales, diseño de productos digitales, etc.

La **diferencia entre diseño digital y el diseño gráfico**, es que el primero busca la interacción del usuario. La persona interactúa con el medio de manera activa haciendo clicks, descargando información, accediendo a links, recorriendo páginas web, etc. Todo esto con la ayuda del diseño gráfico, ya que, en la construcción de esa interacción, se requiere la aplicación de los principios visuales que se manejan en esta disciplina.

Por su parte, Alberich (2007) establece que la diferencia entre el diseño tradicional (análogo) y el digital radica en lo material e inmaterial, lo tangible e intangible. El autor explica que si bien las nuevas tecnologías introdujeron nuevos conceptos a “la traducción de lo analógico a lo digital”, la producción digital simula en su mayor parte la producción de gráficos tradicionales. En sus propias palabras:

En los mismos programas de producción y tratamiento de gráficos por ordenador, la mayor parte de las distintas herramientas y filtros que se ofrecen al usuario consisten, de hecho, en una síntesis digital que simula efectos tradicionales propios de la producción visual anterior. La ausencia de materialidad de la imagen digital se oculta mediante

la simulación habitual del estilo gráfico y de la estética propias de los medios gráficos tradicionales (Alberich, 2007, p. 17 y 18).

Una de las diferencias que hay entre ambos tipos de producción gráfica, destaca que la producción digital presenta un producto abierto a modificaciones más radicales y, en su mayoría, ilimitado. Dice:

Frente al carácter acabado, cerrado, que presenta la producción gráfica y visual tradicional, la imagen de síntesis se ofrece al autor y al usuario como un “work in progress” abierto siempre a la intervención, el retoque, la reutilización y la metamorfosis más radical. La tecnología digital facilita exponencialmente la manipulación de las imágenes, y así da lugar a un material gráfico inestable, frágil, indefinido, extremadamente adaptable y transformable (Alberich, 2007, p. 18).

El concepto de diseño digital o producción digital que presenta el autor abarca todas las áreas donde se diagrama y estructura el espacio visual, y se traduce o se crea desde el pixel. Esto incluye el diseño que será impreso y el que se queda en la pantalla. Actualmente la palabra digital se usa para todo lo que se visualiza únicamente desde una pantalla o proyector, por lo tanto, para llegar a la definición que se busca exponer, hay que excavar en la definición de diseño digital, seccionarlo en todos sus campos y dar con la terminología adecuada para definir el producto de este proyecto factible.

Dentro de la definición ofrecida por el Centro Universitario de Tecnología y Arte Digital se nombra el “diseño de productos digitales” como campo del diseño digital. Un **producto digital**, de acuerdo a Ordoñez (2016), es:

Un bien no físico elaborado mediante tecnologías de la información y que sólo puede comprarse, adquirirse o descargarse a través de Internet. El ejemplo clásico de producto digital es una publicación digital o eBook, pero hay muchos más ejemplos de productos digitales. Por ejemplo, los archivos para descarga, para consumir en streaming o los servicios online son, todos ellos, productos digitales.

LIBRO Y LIBRO ELECTRÓNICO

Dentro de la definición anterior encontramos los términos “**publicación digital**” y “**eBook**”. “El «e-book» o «libro electrónico» es el nombre con el que se conoce a un libro en formato digital, exista o no su versión en papel” (Cano, 2004, p. 69). Mientras que “una publicación digital es un producto editorial que podemos visualizar a través de la pantalla de un dispositivo como teléfonos inteligentes, computadoras, tabletas, etc. (De la O Cordero, 2021, p. 77). Además de esto, cabe destacar que ambos términos también incluyen publicaciones interactivas que poseen elementos multimedia como audio, video, animaciones, etc.

Volviendo a la plataforma del Centro Universitario de Tecnología y Arte Digital, dentro de lo que constituye la definición de diseño digital, se nombran dos tipos de **lenguaje gráfico**: el unidireccional y el bidireccional. Estos son establecidos por la

manera en la que el usuario consumirá el producto. El lenguaje gráfico **unidireccional** se da cuando el usuario es una persona pasiva, es decir, no interactúa de manera activa con el producto, como, por ejemplo: lee una revista, mira la televisión, etc. Mientras que el lenguaje gráfico **bidireccional** es interactivo, el usuario tiene una relación activa con el producto o contenido, accede a links, hace clicks, navega en una web, sube información, etc. (U-Tad, 2022).

Tomando en cuenta estas definiciones podemos clasificar el producto de este proyecto factible como una publicación editorial digital (ebook) cuyo lenguaje gráfico será unidireccional, es decir, no será interactivo.

Anteriormente mencionamos que del contenido informativo y del público meta depende el diseño del producto editorial. Para esto hay que tomar en cuenta qué es un **libro** y qué tipos existen. Actualmente hay muchas definiciones que parten de la palabra libro. De acuerdo a la Unesco “debe reputarse como libro una publicación no periódica que consta como mínimo de 49 páginas, sin contar la cubierta”, con esta definición se establece que un libro tiene un mínimo de páginas impresas y que puede tener solo una edición publicada sin importar la fecha o año de este.

De acuerdo al artículo de Cano (2004) un libro:

Es cualquier porción, pequeña o grande, del pensamiento humano, transmitida por escrito o por los símbolos de una especialidad, difundida por procedimientos mecánicos, fotomecánicos o audióparlantes,

y comunicado al prójimo usando materiales de cualquier clase y adoptando cualquier forma o extensión (Aguayo, como se citó en Cano, 2004, p. 69).

Por su parte, Manjarrez (2006) explica que “es un impreso encuadernado que desarrolla extensamente un tema acorde con su título, un ensayo grande, una novela u obra literaria larga o una compilación de cuentos, ensayos u obras más pequeñas” (p. 72).

Por lo general, la mayoría de las definiciones apuntan al libro como un objeto físico compuesto de páginas encuadernadas que contienen información. A diferencia de lo expuesto por Cano, que intenta definir el libro más allá de lo físico, determinando como más importante el contenido a transmitir. Tomando en cuenta las terminologías expuestas anteriormente, el diseño digital es la traducción en pixeles del diseño análogo, por lo tanto, revisar las definiciones y términos del libro físico es relevante al momento de maquetar una publicación editorial digital.

TIPOS DE LIBROS SEGÚN SU TEMÁTICA

Los libros son clasificados según su contenido o temática, hay distintas clasificaciones, dentro de estas revisaremos la clasificación de Guerrero (2016):

Libros narrativos o expresivos: Es de un contenido extenso donde narra situaciones sobre un determinado tema, aunque algunos puedan ser reales o no, además de ser de lectura prolongada.

Libros informativos o de divulgación: Tiene un contenido orientado a informar un tema específico de cualquier asignatura, es de carácter formador, dentro de esta clasificación estarían los libros científicos, de referencia, los escolares y los de proyectos. Estos tratan de cualquier ámbito sea, académico, económico, social, etc., lo que resulta muy útil cuando se necesita realizar investigaciones (p. 40 y 41).

Newark (2002) expone la clasificación de Hans Peter Willberg, esta clasificación la hace en base a las tipografías:

Tipografía para una lectura lineal (novelas -no así las obras de teatro, los libros de poesía ni los libros de cuentos con ilustraciones, que generalmente siguen también una secuencia lineal, pero requieren de procedimientos más sofisticados-).

Tipografía para dar información (libros científicos y manuales de instrucciones).

Tipografía para la consulta y la selección de lecturas (libros de referencias, enciclopedias, la Biblia).

Tipografía para unidades de significado (libros de formación con lecciones individuales, acompañado de comentarios y ejercicios) (p. 132).

Los **eBook** también son clasificados, pero de manera distinta a los libros. Mas allá del contenido informativo, se suelen clasificar en interactivos (con elementos multimedia) y no interactivos (solo lectura y visualización). Además de esto, están los libros que son llevados del papel a la pantalla, es decir, libros físicos ya existentes que son digitalizados para vender o distribuir vía online; y están los libros que son diseñados únicamente para la pantalla sin tomar en cuenta consideraciones técnicas para ser impresos (Manjarrez, 2006, p. 6).

MEDIO EDUCATIVO

Para este proyecto también debemos tomar en cuenta qué es un **medio educativo**. Con la evolución de la tecnología las instituciones educativas se han visto en la obligación de actualizar sus medios de enseñanza-aprendizaje, “una escuela en los entornos del año 2000 no puede ignorar el ordenador ni el vídeo” (Rodríguez, 1995, como se citó en Bravo, 1998, p. 3).

Los medios educativos son “aquellos elementos materiales cuya función estriba en facilitar la comunicación que se establece entre educadores y educandos” (Colom, Salinas y Sureda, 1988, p. 16). Actualmente estos medios han pasado de ser físicos a ser digitales, por lo tanto, cualquier material (físico o digital) que estimule el aprendizaje puede ser considerado un medio educativo. Según Bravo (1998):

La definición de medios didácticos abarca todos aquellos recursos que el profesor puede utilizar para facilitar la comunicación con sus alumnos. Nos referimos, fundamentalmente, a las tecnologías de la infor-

mación y de la comunicación, visuales y audiovisuales, que se pueden emplear en cualquier situación docente: clase presencial, laboratorio, enseñanza a distancia, tutoría, complemento, entrenamiento intelectual o de habilidades manuales, etc. (p. 6).

La enseñanza a distancia, en la mayoría de los casos, implica la ausencia del profesor; por lo que podríamos hablar del **aprendizaje autónomo** o autodidacta.

Suelen considerarse que son autónomas aquellas tareas del aprendizaje consistentes en resolver ejercicios por sí mismo, plantear nuevos problemas, discutir en un grupo sobre algún tema, realizar investigaciones y cualquier actividad realizada fuera de las horas de clase o sin el concurso del profesor (Moreno y Martínez, 2009, p. 52).

La ausencia misma del profesor obliga a la creación de medios educativos, en este caso: una guía educativa, tomando en cuenta los principios del diseño para crear un producto funcional que haga el proceso de enseñanza-aprendizaje exitoso.

La guía digital para la escuela de diseño Smodas, que se puede definir como publicación editorial digital (eBook), es un medio educativo; por lo tanto, se sitúa en la clasificación tradicional de libro informativo o “tipografía para dar información”, según Willberg. Este tipo de material es cada vez más usado en instituciones universitarias en formato digital por sus bajos costos y por su facilidad de acceso. Para crear un medio educativo hay que saber qué se espera que interprete el estudiante,

además, se debe tener en cuenta el efecto novedad para motivarlo, pero sin perder el objetivo pedagógico (Bravo, 1998, p.4).

Para el objeto de este trabajo se ha determinado que la guía a realizar encaja en la definición de ebook no interactivo. Esto se debe a que todo su contenido será una compilación de guías educativas ya existentes, y, como ya habíamos expuesto anteriormente, un libro puede ser “una compilación de cuentos, ensayos u obras más pequeñas” (Manjarrez, 2006, p. 72). El uso de las palabras “**guía de estudio**” se hace muy común, no solo en la institución de la unidad de estudio, sino en muchas instituciones de educación superior a nivel nacional. Una guía de estudio es “el documento que orienta el estudio, acercando a los procesos cognitivos del alumno, con el fin de que pueda trabajarlo de manera autónoma” (García, 2001, p. 242).

TERMINOLOGÍAS IMPORTANTES DENTRO DE LAS GUÍAS DE DISEÑO DE MODAS

El material educativo para instituciones de diseño de modas profesional consta principalmente de libros o guías didácticas de patronaje profesional y conocimiento teórico, ambos necesarios para la creación de prendas y el desenvolvimiento capacitado en el mercado. A continuación, se presentan brevemente terminologías importantes dentro del material educativo de esta profesión:

La **Moda**, según Lipovetsky, se define como una búsqueda frenética de la novedad, y una forma de venerar el presente. Estos conceptos se en-

cuentran relacionados entre sí y acordes a una sociedad abierta en una cultura en la cual los valores primordiales son el placer, la búsqueda permanente de pertenecer a un grupo y al mismo tiempo ser diferente, y único (Doria, 2012, p. 101).

Por su parte, O'Hara (1989) dice: "es un reflejo cambiante de nuestra forma de ser y de los tiempos en que vivimos" (p. 9). Tomando en cuenta ambos conceptos la definición de moda va más allá de usar cualquier prenda de ropa, esta tiene un trasfondo social, cultural, innovador, etc. Representa la evolución de las sociedades a través de la historia, establece jerarquía económica, define cargos de trabajo, refleja nacionalidades y más.

El **diseño de modas** es la disciplina que se encarga de la creación de prendas y accesorios aplicando principios del arte y el diseño, tomando en cuenta el contexto cultural, social y temporal. Un **diseñador de moda** conceptualiza y crea piezas de acuerdo a las tendencias estéticas actuales y suele estar capacitado para conocer futuras tendencias. Por tal razón las piezas diseñadas son transitorias y destinadas a quedar obsoletas, por lo cual el diseñador está en constante trabajo de innovación, conceptualización y creación.

"El **patronaje** es a la moda lo que la arquitectura es a la construcción. Se trata de desarrollar los 'planos' de lo que será una prenda" (Elizalde, 2013, p. 21). Es el proceso que consiste en el trazado de un molde bidimensional, este será usado como plantilla en el corte de la tela con la que se creará la prenda. Para la realización del

molde se requiere el uso de medidas estándar o medidas personalizadas y se puede realizar de manera manual o digital con el uso de softwares.

El **corte** y la **confección** son actividades de carácter manual y técnico dentro del diseño de modas o diseño de vestuario. Estos términos hacen referencia al proceso de fabricación de la prenda desde la idea hasta el final de su producción física.

La **Manufactura** es el proceso de convertir materia prima en un producto con las manos o con la asistencia de máquinas

El **figurín** es el boceto o dibujo de una prenda sobre la representación gráfica estilizada del cuerpo humano o modelo. Forma parte del proceso creativo en la ideación y boceto de una prenda de vestir.

Para la realización de un producto editorial digital es necesario la revisión de las herramientas del diseño editorial para el medio digital. A continuación, se expondrán terminologías sobre el color, la ilustración, la tipografía y la retícula.

COLOR

El **color** ha sido estudiado por muchos profesionales de distintos campos, por lo tanto, podremos encontrar varias definiciones sobre este. De acuerdo a Guzmán Galarza (2011), profesor universitario de artes, el color es:

La sensación resultante de la estimulación visual, por parte de determinadas longitudes de onda de la luz.

Cuando nos referimos al color se puede hacer alusión a diversas maneras de interpretación: color como sensación, color como elemento pictórico, y otros (p. 15 y 16).

El diccionario de la RAE (2001) nos da una definición parecida: "Sensación producida por los rayos luminosos que impresionan los órganos visuales y que depende de la longitud de onda". También nos propone una definición a partir de la física: "Propiedad de la luz transmitida, reflejada o emitida por un objeto, que depende de su longitud de onda".

RGB Y SRGB

Dentro de los sistemas de colores hablaremos de los tres colores primarios de luz, **RGB**. "Los monitores de televisión y de ordenador usan RGB para representar el color, por lo que trabajar en modo RGB es la opción más adecuada para conseguir color de calidad en gráficos que deben ser vistos en pantalla" (Alberich, Gómez y Alba, 2013, p. 35). Al superponer los tres colores (rojo, verde y azul) crean la luz blanca, por esta razón el modelo de color recibe el nombre "color luz" o "síntesis aditiva" (Guzmán, 2011, p. 18).

Al mezclar cada color luz en distintas cantidades se obtienen todos los colores del espectro luminoso, y estos pueden ser millones y millones de colores. Actualmente

existe una gran variedad de modelos y marcas de dispositivos y ordenadores, con pantallas calibradas de manera distinta, lo que hace lógico que los colores se vean distintos de pantalla en pantalla (Mariño, 2005, p. 31).

Otra de las razones por la que varias pantallas representan de manera distinta el mismo color es el **espacio de color**. Este se puede definir como la gama de colores que puede mostrar el archivo de una imagen digital según su codificación. Dependiendo del espacio de color que se seleccione, una imagen podrá contener un número determinado de colores. Los espacios de colores más populares son Adobe RGB y sRGB.

sRGB o Standard RGB: Fue creado por Microsoft y HP con el objetivo de estandarizar los colores que se muestran en distintas pantallas. Tiene la gama de color más reducida, pero es universal y como tal una imagen en este espacio de color se verá con los mismos colores prácticamente en todos los navegadores, razón por la que se recomienda su uso para la web. También se recomienda para el consumo digital en general sin el objetivo de imprimir, ya que produce imágenes más livianas por la reducida información que almacena en comparación a otros espacios de color. Cabe destacar que también se utiliza para la mayoría de las consolas, juegos de PC y Windows.

Adobe RGB (1998): Fue creado y lanzado por Adobe. Tiene una gama de colores más amplia que la anterior. No es recomendado para la web, ya que el navegador convierte automáticamente a sRGB. Es el más usado por profesionales en fotografía y artes gráficas, ya que sus colores son más saturados y es adecuado para imprimir

si se desea. Permite convertir en espacios de color más reducido, como el sRGB; es decir, se puede trabajar en RGB y exportar en sRGB, lo que es recomendable antes de subir a la web y evitar que el navegador haga la conversión automática.

| | | |
|-------------|--------------------|--|
| sRGB | Ventajas | <ul style="list-style-type: none"> •Formato más universal, casi todo en una computadora se basa en sRGB. •Imagen ligera. |
| | Desventajas | <ul style="list-style-type: none"> •Gama de color reducida. •No puede convertirse a RGB. |
| RGB | Ventajas | <ul style="list-style-type: none"> •Gama de color más amplia, con colores más saturados. •Mejor para imprimir. •Se puede convertir en cualquier otro espacio de color |
| | Desventajas | <ul style="list-style-type: none"> •Se distorsionan los colores si no se convierte en sRGB antes de subir a una web. •Imagen más pesada. |

Si bien “se recomienda utilizar sRGB al preparar imágenes para Internet, ya que define el espacio de color del monitor estándar que se utiliza para ver imágenes en Internet” (Villalobos, 2023), la guía digital no necesariamente se visualizará desde un navegador, se podrá almacenar en la memoria permitiendo su acceso sin la nece-

sidad del internet. Pero “Casi todo en una computadora se basa en sRGB [...] Si la fotografía será publicada en alguna página de internet, blog o será visualizada en algún dispositivo electrónico, entonces debes elegir el sistema sRGB” (BenQ, 2021), por lo tanto, la mejor opción es trabajar en RGB y después convertir en sRGB para que los colores sean representados fielmente desde cualquier dispositivo o monitor. Además, sRGB no se puede convertir a RGB, por lo tanto, es mejor trabajar en un espacio de color más flexible que permita ambas opciones.

Al momento de seleccionar y usar colores para el diseño digital, Mariño (2005) recomienda ciertas medidas, entre las más pertinentes encontramos:

- Evitar el uso de muchos colores distintos entre sí.
- Tener cuidado al momento de usar colores debajo del texto, el alto contraste es importante para asegurar la legibilidad. Si los textos son muy largos, lo mejor es usar texto negro sobre fondo blanco.
- Respetar los colores corporativos de las marcas a trabajar.

IMAGEN E ILUSTRACIÓN

La **imagen**, como representación gráfica, ha sido un elemento importante dentro del diseño editorial, y el diseño gráfico en general. Moles (1991), expone una definición de la imagen como comunicación:

La imagen es un soporte de la comunicación visual que materializa un fragmento del entorno óptico (universo perceptivo), susceptible de subsistir a través de la duración y que constituye uno de los componentes principales de los medios masivos de comunicación (fotografía, pintura, ilustraciones, esculturas, cine, televisión) (p. 24).

El uso de imágenes es bastante común en libros informativos e incluso obligatorio en las guías de patronaje, corte y confección de la carrera de diseño de modas. Esto se debe a que el texto y la imagen se complementan para ayudar a aclarar la información, describir procesos técnicos y manuales, motivar al estudiante a leer, etc.

La imagen siempre ha reforzado el texto en este tipo de libro informativo, el uso de este elemento visual constituye una simulación de la realidad, una aproximación a lo que se debe lograr en el papel, en la tela o en la prenda.

Las imágenes desempeñan varias funciones en los medios educativos como apoyo en el proceso de enseñanza-aprendizaje. Algunas de estas, según Rodríguez (1995), son las siguientes:

Representativa: Son imágenes que representan la realidad. La realidad se sustituye por una representación a la que equivale en su origen.

De alusión: Se busca una imagen que vaya a tono con el texto y que no desdiga del discurso verbal. No tiene una función directa, sólo alegra la página. La imagen completa el texto de una manera inespecífica.

De atribución: La imagen representa una información que adjetiva a una realidad a través de imágenes. Son las ilustraciones que aparecen en los libros con temas como el ciclo del agua o explicaciones de fenómenos complejos mediante gráficos de flujo u otros.

Catalizadora de experiencias: No añaden informaciones nuevas, sino aspectos ya conocidos con la intención de facilitar una sistematización de la realidad.

Función de operación: Informa del modo de llevar a cabo una determinada actividad, frecuentemente orientada al desarrollo de habilidades. (Rodríguez, 1995, como se citó en Bravo, 1998, p. 13)

Las imágenes se pueden clasificar de distintas formas, dentro de este proyecto interesan los tipos de imágenes que se pueden observar en una pantalla. Rojas (2010), señala que “podemos distinguir dos grandes grupos de imágenes digitalizadas: aquellas que están descritas en base a fórmulas matemáticas que definen su relleno y contorno, llamadas **vectoriales** y las que se encuentran descompuestas en píxeles [...] Éstas se denominan imágenes en **mapa de bits**” (Rojas, 2010, p. 2).

Los gráficos para la sección de patronaje en los libros de diseño de modas se realizan con vectores. Por lo tanto, para este proyecto, se realizarán ilustraciones de figurines con prendas representativas y patrones a escala de manera esquemática, ambos con vectores; además, se hará uso de algunas fotografías.

La **ilustración** es un dibujo u obra gráfica que puede tener carácter informativo o decorativo. La RAE define la ilustración como “estampa, grabado o dibujo que adorna o documenta un libro”. Actualmente una ilustración puede estar plasmada fuera de los límites de un libro y puede ser una obra manual o digital, suele ser bidimensional y representa de manera figurativa o abstracta una idea. Dentro de un texto o libro informativo tienen el objetivo de explicar, aclarar o demostrar un tema. Según Di Mascio (2022): “Engloba a las imágenes capaces de transmitir un mensaje, normalmente acompaña textos, historias o conceptos, aunque no siempre tiene por qué hacerlo. A diferencia de la escultura u otras artes, la ilustración hace uso de imágenes bidimensionales que comunican y transmiten una idea”.

Por su parte, la **ilustración de moda** se enfoca en la representación de indumentaria. Se puede decir que existe desde los inicios de la ilustración, de acuerdo a Peralta (2020): “nace de la necesidad de estampar en la historia el arte y la evolución de las indumentarias que se han utilizado para vestir en diversas culturas, de la misma forma en que han plasmado sus costumbres”. Por lo tanto, la podemos apreciar en los libros de historia del arte, en las fotografías de las pinturas antiguas de Egipto, China, India, etc. Las antiguas civilizaciones representaban personajes importantes con su respectiva vestimenta. En la actualidad la ilustración de moda la podemos observar también en revistas, anuncios, boutiques (como obra de arte independientes) o en el portafolio de un diseñador de modas. Karman, ilustradora de moda, nos dice que existe el **boceto de moda** y la **ilustración de moda**. El primero se refiere al boceto o dibujo que hace el diseñador para transmitir la idea de la prenda, mientras que la segunda transmite la personalidad de la figura que lleva la prenda. En

sus propias palabras: “Los bocetos de diseño técnico en el sector de la moda normalmente siguen directrices estrictas, pero la belleza de la ilustración consiste en que los artistas de moda sean libres a la hora de crear dibujos de figuras y arte digital que sean mucho más creativos” (Karman, 2022).

Murales en la tumba de Nefertari, dinastía XIX, antiguo Egipto.



Imagen disponible en: <https://www.travesiasdigital.com/destinos/tumba-de-nefertari-en-egipto/>

Los patrones en las guías de estudio de diseño de modas se vectorizarán de manera esquemática, de acuerdo a Raviolo (2015):

Los **dibujos esquemáticos**, también llamados diagramas, son imágenes simplificadas que combinan distintos niveles de representación (niveles de organización, entidades microscópicas, secciones transversales, signos, símbolos, etc.) [...] Actualmente, los libros de texto tienen más de un 50% de la superficie cubierta por imágenes (fotos, dibujos, esquemas, gráficos). Muchas de estas imágenes cumplen una función del tipo motivadora (promueven la curiosidad y el interés), hacen más atractivo el texto. De otras ilustraciones se espera, en cambio, que favorezcan la comunicación de la información y el aprendizaje (p. 1).

Los patrones se harán de manera bastante simplificada, ya que suelen ser complejos de entender. En estos se representan varias medidas de un punto a otro punto, se representan cortes, dobleces (o pinzas), puntadas y costuras, por lo que prescindir de detalles facilitará el proceso de enseñanza-aprendizaje. Más adelante, en los antecedentes visuales, se demostrará cómo otros autores realizan ilustraciones simples de patrones para facilitar el entendimiento del público.

Otro punto importante dentro del patronaje es el uso de signos, es necesario el uso de signos para interpretar las distintas líneas (punteada, delgada, de colores) y siluetas en el esquema. Sobre esto Raviolo (2015) también nos dice: "Los dibujos esquemáticos pueden estar acompañados con signos (palabras, números, flechas...). Incorporan a las representaciones de objetos (por ejemplo, las partes de una máqui-

na) conceptos abstractos como las fuerzas que actúan. El uso de símbolos es interpretado por convención..." (p. 3).

TIPOGRAFÍA

La **tipografía** es el elemento compositivo que transmite la información escrita en los libros educativos y suele tener una función estética más allá de solo plasmar el lenguaje verbal. "En los trabajos de diseño la tipografía tiene un doble papel: es texto y es imagen. Se establece un compromiso entre su presencia gráfica con relación a otros elementos visuales y sus necesidades de legibilidad. También está en juego la sintonía entre forma y contenido (Alberich, Gómez y Ferrer, 2013, p. 49).

La tipografía suele clasificarse por las formas intrínsecas de los tipos, existen varias clasificaciones, pero generalmente los autores la clasifican en dos grandes grupos: Tipografías con serif o sans-serif. Las **serif** o con remate "presentan pequeños trazos en sus astas verticales y horizontales, ello facilita su lectura puesto que nos ayudan a reconocer los caracteres, sobre todo en material impreso (libros)" (Alberich, Gómez y Ferrer, 2013, p. 56). Las **sans-serif** o sin remate no tienen este pequeño trazo, por esto también son llamadas palo seco. Estas se recomiendan para la lectura en pantalla ya que es muy legible a distintos tamaños (Mariño, 2005, p.10). Además de esto, las tipografías serif suelen "perder" el remate en el monitor, esto se debe a que los pixeles se distribuyen de manera distinta dependiendo del tamaño de visualización y la resolución, lo que ocasiona la distorsión de letras en el texto.

Francis Thibaudeau, tipógrafo francés, ideó una **clasificación** más extensa tomando en cuenta las características formales de las letras:

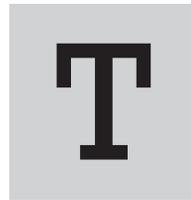
Tipografías serifadas



Romanas Antiguas
o Elzevirianas



Romana moderna
o Didot



Egipcias

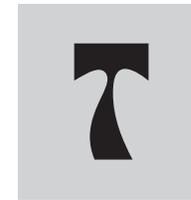
Tipografías sin serifas



Manuscritas



De palo seco
o grotescas



Decorativas
o de fantasía

Al hacer un producto editorial cuya función es informativa y educativa, es importante la selección y maquetación correcta de la tipografía. Esto con el objetivo de que el estudiante tenga la motivación de leer y lo haga de manera fluida. Para esto hay que tomar en cuenta la legibilidad y amenidad del texto. “Por **legibilidad** entendemos la facilidad con la que las palabras pueden leerse cómodamente, a una velocidad normal de lectura” (Perfect, 1992, p. 90).

Son varios los aspectos que influyen en la legibilidad de un texto, según Alberich (2013) estos son algunos:

El diseño del tipo: las familias que consiguen mayor diferenciación entre caracteres parecen ser más legibles. Si el diseño de letras es muy homogéneo dificulta la lectura.

Caja alta o baja: la caja alta tiene una alineación horizontal homogénea que uniformiza las letras. La caja baja, con caracteres más individualizados, ofrece menor dificultad de lectura.

El estilo o peso: un peso medio es más legible que una fuente fina o negrita (aunque la negrita dentro de un texto normal llame la atención por su peso). Las fuentes cursivas pierden legibilidad por su inclinación.

Anchura de la fuente: una fuente demasiado ancha o demasiado condensada pierde en legibilidad.

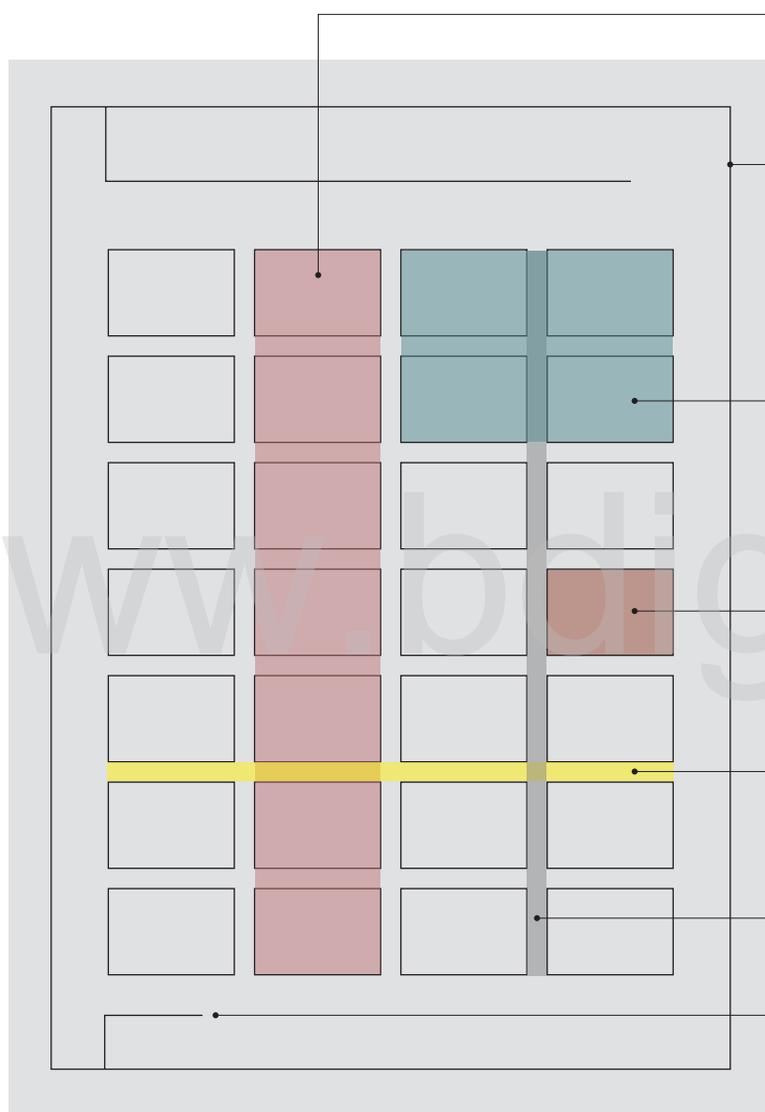
El soporte: la baja resolución de las pantallas baja la legibilidad de las tipografías con remate (p. 91 y 92).

En cambio, la **amenidad** “es la calidad de lectura proporcionada por una obra tipográfica en la que lo apretado del texto, el interlineado y otros factores tienen una influencia decisiva en la función del tipo” (Blackwell, 1998, p. 90). Hay distintos aspectos que influyen en la amenidad de la lectura, como, por ejemplo: el espaciado entre letras y palabras, tamaño de la tipografía, ancho de la columna, interlineado, alineación, contraste de color, etc.

RETÍCULA

Para repasar las definiciones de los aspectos en la amenidad anteriormente nombrados, se hace necesario repasar primero la definición de retícula. “El layout o **maqueta** hace referencia a la disposición de los elementos de texto e imagen en un diseño” (Ambrose y Harris, 2007, p. 6), para disponer estos elementos de una manera armónica y organizada se hace uso de la retícula o grilla. La **retícula** es un sistema de ordenación basada en líneas y/o curvas; también es conocida como grilla o cuadrícula, aunque este último termino es, a veces, usado en retículas basadas en cuadros o rectángulos sin líneas de flujo. “Con la retícula, una superficie bidimensional o un espacio tridimensional se subdivide en campos o espacios más reducidos a modo de reja. Los campos o espacios pueden tener las mismas dimensiones o no” (Müller-Brockmann, 1982, p. 10). Los sistemas de organización son usados siempre dentro del diseño editorial, ya que la organización planificada de los elementos aporta coherencia al diseño. “Una información con títulos, subtítulos, imágenes y textos de las imágenes dispuestos con claridad y lógica no solo se lee con más rapidez y menor esfuerzo: también se entiende mejor y se retiene con más facilidad en la memoria” (Müller-Brockmann, 1982, p. 12).

Existen varios tipos de retículas realizadas con distintas cantidades de líneas dispuestas en cualquier dirección, cualquier tipo de proyecto de diseño (diseño de logotipos, empaques, publicidad, etc.) requiere una en específico. A continuación, se expondrán las partes de la retícula y los tipos utilizados dentro del diseño editorial.



• **Columnas:** la división en zonas verticales de la página.

• **Márgenes:** marcan los límites de la composición. Es posible colocar información secundaria fuera de estos.

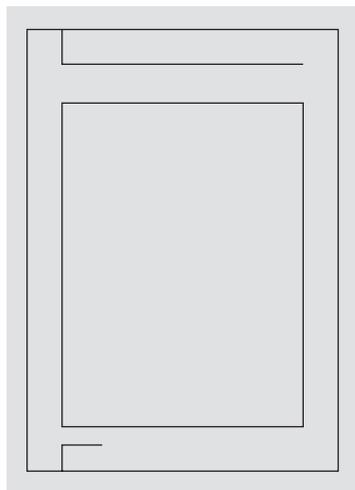
• **Zonas espaciales:** el conjunto de módulos que puede ocupar un elemento de la composición.

• **Módulos:** es el espacio individual que se forma por las líneas verticales y las líneas de flujo.

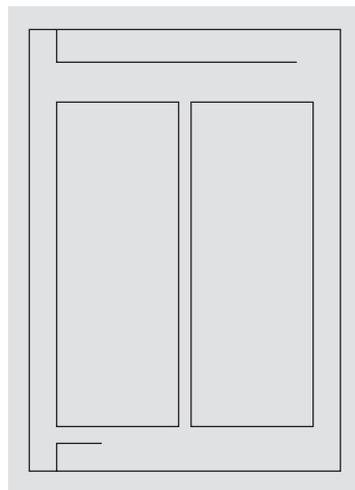
• **Líneas de flujo:** son las líneas horizontales que separan el espacio en filas.

• **Corondel:** línea vertical que separa las columnas de texto.

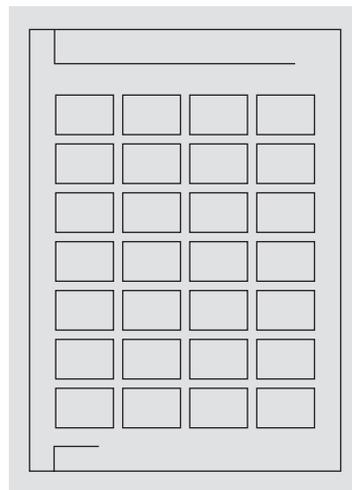
• **Marcadores:** el espacio donde se coloca la información secundaria, como el número de la página o el nombre de la sección.



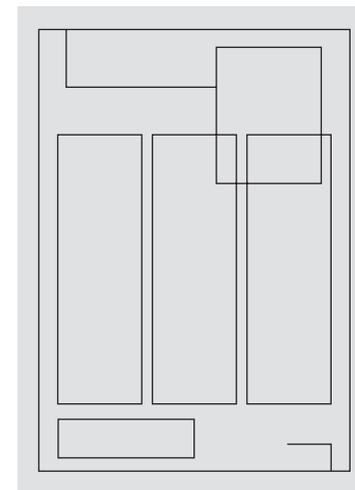
Manuscrito



Columnas



Modular



Jerárquica

Manuscrito: Es el modelo más simple que existe. Se utiliza para grandes bloques de texto, como los que hay en libros de literatura o novelas, por ejemplo. Está compuesta por las delimitaciones para el bloque de texto, la numeración, títulos de capítulos y las notas al pie de página. En este modelo se hace crucial una lectura cómoda y fluida, por lo que se deben tomar buenas decisiones al momento de seleccionar la tipografía, establecer el interlineado y cuidar el espaciado entre palabras. Además, son recomendable los márgenes amplios para evitar el exceso de palabras por línea.

Columnas: En este modelo se usan dos o más columnas para distribuir la información. Es bastante útil al momento de colocar información continua o discontinua. Es común en la maquetación de periódicos y revistas, ya que permite la colocación de imágenes y textos por igual. La cantidad de columnas es prácticamente ilimitada,

estas pueden trabajarse por separado o pueden combinarse para crear columnas más anchas. El ancho de las columnas depende del tamaño de la tipografía y de la cantidad de palabras por línea.

Modular: Está compuesta por columnas y filas que forman varias celdas llamadas módulos. Se usa para proyectos más complejos. La cantidad de filas y columnas son variables, cada módulo puede ser cuadrado o rectangular en dirección vertical u horizontal. Al igual que la retícula anterior, la cantidad y tamaño de los módulos depende de la cantidad de imágenes e información.

Jerárquica: Se basa en la proporción de los elementos. Es bastante espontánea en comparación a las demás, ya que sigue la fluidez de la información. “El desarrollo de este tipo de retículas comienza con el análisis de la interacción óptica que provocan los distintos elementos de la composición. A partir de estos se crea la estructura que los coordina” (Romero, 2019).

Para este proyecto se hará uso del sistema de columnas y módulos, explicado por Müller-Brockmann en su libro “Sistema de retículas, un manual para diseñadores gráficos”. En casos excepcionales, se hará uso de la retícula jerárquica, con el fin de crear un diseño diferente en páginas que lo requieran. Este método que es normal en caso de páginas “especiales” donde la información se debe jerarquizar de manera distinta. “La mayor parte de los libros se diseñan de acuerdo a sistemas, retículas base preconcebidas y esquemas tipográficos; solo en raras ocasiones se diseñan pequeñas maravillas página a página” (Newark, 2002, p.132).

Volviendo al libro de sistemas de retícula de Müller-Brockmann, el autor explica cómo realizar las divisiones de columnas tomando en cuenta la cantidad de información y la legibilidad y amenidad del texto. “El número de divisiones reticulares es prácticamente ilimitado. En general puede decirse que a cada problema estudiado con rigor debiera corresponder una red de divisiones específica” (Müller-Brockmann, 1982, p. 11). Anteriormente se expuso que hay varios aspectos importantes a tener en cuenta para la **amenidad** del texto, estos son los siguientes:

Interlineado: es el espacio que hay entre dos líneas de texto. Un interlineado muy estrecho o muy amplio dificultan la lectura. De acuerdo a Müller-Brockmann (1982):

Para una lectura fácil y agradable de textos es fundamental un interlineado suficientemente amplio [...] Las líneas demasiado próximas entre sí perjudican la velocidad de lectura puesto que entran al mismo tiempo en el campo óptico el renglón superior y el inferior. El ojo no es capaz de ajustarse a las líneas muy apretadas con una precisión tal que solo se lea la línea en cuestión y no se lean las de las inmediaciones. La vista se desvía, el lector gasta energía donde no debe y se cansa antes de lo preciso. Lo mismo puede decirse del interlineado excesivo. Al lector le cuesta encontrar la unión con la línea siguiente, la inseguridad crece y el cansancio llega con mayor rapidez (p. 34).

Espacio entre letras y palabras: esto hace referencia al tracking (la modificación temporal del espacio que hay entre, al menos, dos caracteres de la tipografía) y los

ríos que se generan en la justificación del texto. “Un espaciado reducido puede percibirse como un amontonamiento de letras; si es demasiado amplio, puede fragmentar el texto” (Alberich, Gómez y Ferrer, 2013, p. 92).

Tamaño de la tipografía: se valora dependiendo de la familia tipográfica escogida. “Generalizando de 9 a 12 puntos sería lo óptimo; 8 estaría en el límite y por debajo sería difícil de leer. Menos de 5 es casi ilegible. 14 es tolerable y por encima se acepta para titulares, pero es engorroso de leer en texto continuo” (Alberich, Gómez y Ferrer, 2013, p. 92). Cabe destacar que lo expuesto no vale para los títulos y subtítulos, ya que deben llamar la atención con respecto al bloque de texto continuo.

Ancho de la columna: depende del tamaño de la tipografía y la cantidad de palabras por línea. Müller-Brockmann propone entre 8 y 10 palabras por línea; Alberich, Gómez y Ferrer proponen entre 60 y 65 caracteres por línea. “Las columnas demasiado anchas cansan el ojo y resultan psicológicamente negativas. Así mismo perturbadoras pueden ser las columnas demasiado estrechas al interrumpir el flujo de la lectura, puesto que el ojo debe cambiar con excesiva rapidez de línea” (Müller-Brockmann, 1982, p. 31). Unna propone un mínimo de 34 caracteres, óptimo serían 45 caracteres y el máximo 68 caracteres (Buen Unna, 2005, p. 156).

Alineación: hace referencia a la dirección vertical donde se alinea el texto. “La alineación a la izquierda y la justificada son las más legibles. Para textos cortos se puede usar la centrada o la alineada a la derecha. La justificada dificulta la amenidad de lectura si provoca demasiado espacio entre palabras o un espacio muy variable” (Alberich, Gómez y Ferrer, 2013, p. 92).

Contraste de color: el contraste que hay entre el color de la tipografía y el color del fondo del texto. “Hay que buscar un contraste fuerte: colores claros con oscuros, colores muy saturados con pocos saturados” (Alberich, Gómez y Ferrer, 2013, p. 93). Cabe destacar que en muchos libros de texto se suele colocar tipografía o pequeños bloques de texto sobre cuadros de colores (ejemplo más adelante en antecedentes visuales, p. 69), estos cuadros también van en la retícula. Tanto el texto como el cuadro de color tienen la misma delimitación en los lados, esto quiere decir que los caracteres y el cuadro empezarán y terminarían exactamente en la misma línea sin ningún margen que evite esta tensión. Para evitar esto Müller-Brockmann (1982) nos ofrece dos soluciones:

La superficie cromática coincide con la retícula, el bloque tipográfico no se emplea en su anchura completa sino que retrocede algunos puntos, según el tamaño de la letra, del límite de la superficie cromática. De este modo el campo tipográfico se encuentra dentro de la misma.

La superficie cromática se extiende hacia ambos lados más allá del campo tipográfico. Así, este cae de nuevo dentro de la retícula. (p. 101)

Textura y color del texto: más allá del color de la tipografía, se refiere al color global que forma el bloque de texto. “La interacción entre el color de las letras y el del fondo produce un efecto de mezcla partitiva percibiéndose como un nuevo color” (Alberich, Gómez y Ferrer, 2013, p. 89). Este depende de la familia tipográfica, el tamaño de la letra, el interlineado, el espaciado y otros factores. Cuando la

tipografía es negra sobre superficie blanca se le llama mancha de gris. El bloque de texto debería tener una mancha de gris equilibrada, se debe evitar un gris muy claro o muy oscuro.

ERRORES TIPOGRÁFICOS A EVITAR

Otatem id mod quam, ipicium faccab ilia.

Xerorio. Et reicab iusdam et latqui que dunt volor modit int doluptaquia et, omniat. Tur? Qui autaque nosa vendignat dem nos-ti omnimolora con cusandebit, sunt voluptas nitas eliquod qui dolore ium apitas ame sequam es pla dolorum enditissim eiusa nonsequ iandipsam velluptatem que nobis sinis experci temquist, qui autate volectu reicia et molorpo rporpos ex eic tendae. It-tem estio. Nequo quiae magni te sam sit, odi cus.

Con eicillo rrorerum et es estion net harum cupatam aut quo erepudic tem unt aut venimusam et quatusto vere vid ut aut quid ut quid mi-

litati reprovi delesequia perunt, elliquid que volupta ea volum que sequiaspeles el et volum eic tota que por aut intotaqui sim numene quid ulla-bo. Nam sunt auta sendam, idunt, volo excess-citatum sequis nis abor aut quiam explab utent adicime dolorporerunto oditibus. Enimustrestet odis seque nobit el electisque pre auda volupta nestes ne qui occae serat officium id mincita alicustibeatio dest et veliquos quos alit, reseque-evelente simpor aut simusam eaquis ut omniquatur aliti non rehenia sitis volorer epudae-rrum quis eum volupta custrumque pratem aut aspelig niscilita velleseque volorepe alignatio-rrro dollam, ullor sum de dolores evero quat ad qui quamus.

Enis il in reseque evelente simpor aut

adistia net de simpore nestium denist, tem fa- cea doluptae que non num illabore inihilis et, quatate cus auditorio ommos dolesequam voluptate exerchita nulparc ipsunt reped quunt-blabori ilitatures ipsaepu ditati alique veribunem autatus aectus a eribus molore nissim etusum, nusciti sitia nonectia dollab is escit perr-cum voluptatur magnisqui dolo dolore eatem dem raeperatium, tem nusa seque explabo re-perciam facepernam sae. Ibus ut laborumquia pre prat.

Da ni sapicimus etuscia nonseque restis solore paritatatem repra que vel excerae la volupta speruptiam, sitaerio. Quodica-tum qui blaccatios mostis quantius, asitium vel.

Ríos: es exclusivo en textos justificados. Pasa cuando el justificado automático crea espacios exagerados entre palabras de una línea. Se deben evitar porque rompe la uniformidad de la mancha gris del bloque del texto y crea tensión.

Viuda: es la última línea de un párrafo que queda aislada al inicio de la siguiente página o columna. Dejar dos líneas en las composiciones normales es más que suficiente, lo mismo aplica para las huérfanas (Buen Unna, 2005, p. 190).

Línea ladrona: “Cuando la última línea de un párrafo tiene menos de cinco letras, en las medidas cortas, o menos de siete, en las medidas normales, a este renglón se le llama línea ladrona, y es inaceptable en las composiciones bien cuidadas” (Buen Unna, 2005, p. 190).

Huérfana: es la primera línea de un párrafo que queda aislada al final de la página o columna. “Ambos defectos deben evitarse, aunque los huérfanos pueden considerarse un poco menos perjudiciales que las viudas” (Buen Unna, 2005, p. 190).

Repetición de guiones: con respecto a este punto, Buen Unna (2005) explica:

Cuando la medida sea suficientemente larga como para albergar unas nueve palabras o más, debe impedirse que más de tres renglones consecutivos terminen con guion. De manera similar, es necesario evitar que dos renglones seguidos comiencen o terminen con la misma sílaba, o que en cualquiera de los extremos se repita tres veces el mismo signo. En las medidas cortas se admiten hasta cuatro guiones consecutivos. A veces es mejor admitir un número mayor de guiones que dejar pasar una línea demasiado abierta (p. 233).

Punto y seguido: esto se refiere a la última palabra de la línea que queda después de un punto y seguido, “esta deberá tener tres letras o más. En caso contrario, será mejor recorrer la sílaba al siguiente renglón que dejar una o dos letras aisladas en seguida del punto” (Buena Unna, 2005, p. 232).

FORMATO

Este término suele englobar varias definiciones dentro el diseño gráfico y el diseño digital. Según Buen Unna (2005):

La palabra formato se ha ido colando poco a poco en los glosarios de los sistemas de comunicación, como los impresos, la televisión y el internet. Cuando nos referimos a las dimensiones de un libro, en cuanto a su ancho y su largo, estamos hablando de su formato o, más propiamente, de su forma. La medida queda establecida según se dobla el pliego: mientras más dobleces, menor es la forma (p. 135).

De acuerdo a Oxford Languages “Forma, tamaño y modo de presentación de una cosa, especialmente de un libro o publicación semejante”, por lo tanto, la palabra **formato** la definiremos como el tamaño del soporte donde irá el diseño; es decir, el tamaño de la página “digital” o impresa. Existen sistemas estandarizados para los tamaños del papel, en cambio, para las publicaciones digitales, se toma en cuenta el medio de visualización del archivo. “Con la introducción de la Tablet a la vida cotidiana, las publicaciones digitales trajeron consigo nuevas oportunidades de diseño, gestándose una nueva familia de formatos, conformados por computadoras, dispositivos móviles, ipad, etc.” (De la O Cordero, 2021, p. 50). Las medidas se expresan en pixeles y dependen de la resolución de la pantalla. Para este trabajo se entiende que el ebook se visualizará en diversos dispositivos que tienen distintas resoluciones entre sí. Algunos con formatos principalmente vertical (smartphones y tablets) y

otros con formatos obligatoriamente horizontal (laptops o computadoras de escritorio). Como medida del formato las autoridades de la institución tomaron la decisión de que la publicación deberá ser tamaño carta (21.59 cm x 27.94 cm), ya que es el tamaño de papel que siempre disponen las imprentas y fotocopisterías locales; esto en el caso común de que algún estudiante o profesor desee imprimir alguna página.

TIPO DE ARCHIVO

A esto también se le llama **formato** en el diseño digital e informática. Se refiere a la extensión en la que se codificó o guardó la información. Existen distintos formatos para la visualización de libros digitales, el objetivo al escoger uno es que todos los usuarios puedan leerlo desde su dispositivo sin ningún problema de compatibilidad de software ni problemas de tarifas añadidas por el uso de aplicaciones específicas. Dentro de los formatos más comunes están: ePUB y PDF.

ePUB: “Electronic Publication”, es un formato popular para la lectura de ebooks. Tiene la ventaja de que el diseño se adapta automáticamente a la pantalla del dispositivo usado. Puede abrirse en navegadores (PC) y con aplicaciones gratuitas (móvil). En comparación a PDF su creación es más compleja, se necesitan conocimientos previos (básicos, al menos) de algún lenguaje de programación asociado.

PDF: “Portable Document Format”. Es un formato muy difundido y conocido, gracias a esto se puede abrir desde cualquier dispositivo con la instalación de cualquier lector gratuito legal. En comparación a ePUB, el diseño permanece estático al abrir

desde cualquier dispositivo, es decir, el diseño no se adapta a la pantalla. Una ventaja de esto es que conserva el tamaño con el que fue diseñado para impresión.

Para este proyecto se hará uso del formato PDF, que es conocido y utilizado por todos los estudiantes y personal educativo de la institución. Además, como requerimiento de las autoridades, se necesita que sea accesible para impresión sin ninguna dificultad de lectura o tamaño.

www.bdigital.ula.ve

ANTECEDENTES TEÓRICOS

TRABAJOS DE GRADO

Cruz y Paz (2015) presentan un trabajo de investigación titulado “**Guía de patronaje digital infantil como herramienta didáctica**”, cuyo objetivo es optimizar el aprendizaje de dicha área en los estudiantes de Diseño de modas de la Fundación Universitaria del Área Andina (Bogotá, Colombia).

Previo a la realización de este proyecto se observó que las guías de estudio existentes en la institución eran deficientes, ya que reunían las siguientes características: información desactualizada, gráficas baja calidad, gráficas de difícil entendimiento, poca disponibilidad de la información, entre otros. Gracias a esto surge la idea de crear una nueva herramienta digital de patronaje infantil con información nueva y actualizada, y que transmita el conocimiento de manera precisa. La investigación hace énfasis en las guías de estudio como complemento importante en el proceso de enseñanza-aprendizaje de las materias teóricas-prácticas en las instituciones de educación superior. Aunado a esto, señala que la educación virtual exige la aplicación de nuevas herramientas digitales efectivas que guíen al estudiante sin la presencia estricta del profesor.

Para llegar al resultado hicieron uso del método inductivo, que es un método que se basa en la observación y experimentación. Realizaron el estudio determinando las

cualidades y fallas de las guías de estudios previas, mediante los siguientes instrumentos de recolección de datos: entrevistas y observación no estructurada. Esta última consiste en reconocer y anotar hechos en un momento determinado sin poseer datos previos especiales o un plan de lo que se va a observar.

Al finalizar este trabajo se presentó la nueva guía sobre patronaje infantil de la Fundación Universitaria del Área Andina. Se hizo una selección cuidadosa del contenido y se construyeron nuevas gráficas para el paso a paso de aplicación práctica de la materia. Además, se descartó información y métodos desactualizados que ya no se impartían en la institución. Se creó nuevo contenido con la participación del personal docente, haciendo un análisis de las tendencias de diseños en los últimos 10 años. El resultado fue un material digital didáctico que promovió el aprendizaje autónomo del estudiante y la modernización de las guías dispersas y desactualizadas que se ofrecían anteriormente.

La selección de este trabajo como parte de los antecedentes se debe a la similitud que hay con los objetivos, el evento a transformar y la unidad de estudio. Dentro del método de investigación que escogieron hacen uso de las entrevistas como parte esencial de la investigación, determinaron las aspiraciones y deseos de la unidad de estudio antes de realizar el diseño del producto. Este es un paso que se desea realizar previo al diseño de la nueva guía de estudio para la escuela de diseño Smodas, y se tomarán en cuenta las entrevistas minuciosas que se llevaron a cabo en este antecedente. Cabe destacar que también realizaron una selección rigurosa del contenido educativo para el producto, esto también forma parte de los objetivos específicos de la nueva guía de estudio a realizar.

Este antecedente difiere en el hecho de que se hizo una investigación exhaustiva del contenido de las guías de estudios. Se estudió cada tema con el fin de seleccionar información relevante y actualizada, se amplió el contenido gracias a este estudio y se solicitó la ayuda del personal docente para crear nuevos contenidos. Pero no se hizo un estudio previo de la parte visual del producto. En el caso de la guía de estudio para la Escuela de Diseño Smodas, se pretende diseñar y digitalizar contenido educativo ya existente, aplicando reglas y conceptos básicos del diseño editorial para lograr una propuesta efectiva, que sea visualmente agradable y de fácil entendimiento.

Henriquez (2018) presentó su trabajo especial de grado llamado “**Diseño de una revista electrónica para la Facultad de Arte de la Universidad de Los Andes**”.

Su objetivo principal fue el diseño de una revista electrónica que diera a conocer la producción teórica-artística que se realizaba en las disciplinas del arte y el diseño gráfico de la Facultad de Arte de la Universidad de Los Andes.

Este trabajo expone lo importante que son los medios de difusión para publicar los nuevos conocimientos que resultan de las investigaciones realizadas en instituciones universitarias. Al ver que la Facultad de Arte de la Universidad de Los Andes no cuenta con un medio para publicar investigaciones, conocimientos, nuevas obras artísticas, etc., nace la idea de crear una revista electrónica. Para la creación de dicha revista hace uso de los criterios del diseño gráfico y explica que esta disciplina permite la difusión del conocimiento de manera eficaz.

Para lograr el diseño de la revista hizo uso del método Design Thinking, que comprende cinco etapas: empatía, definición, ideación, prototipado y testeo. Contó con

el aporte de un equipo interdisciplinario conformado por programadores, un comité con personal académico de las distintas escuelas de la Facultad de Arte, el personal del repositorio institucional y los ingenieros de sistema de dicha plataforma. Las etapas de definición, ideación y prototipado corresponden a algunas etapas que comprende la metodología de Harris y Ambrose, metodología que se implementará en el desarrollo de la guía digital de la Escuela de Diseño Smodas. En estas etapas Henríquez hace la selección y organización de la información; elaboró toda la parte creativa, es decir, definió el concepto generador, realizó bocetos, hizo pruebas visuales, etc.; e hizo real la propuesta de diseño.

La selección de este antecedente se basa en el amplio estudio realizado en el diseño editorial para medios digitales. Este proyecto factible hizo un aporte significativo a la Facultad de Arte de la Universidad de los Andes. Gracias a la aplicación de criterios del diseño gráfico pudo resolver problemas en la visibilidad de la información que dio como resultado un producto estético, innovador y funcional. Demostró que el diseño está íntimamente relacionado a publicaciones académicas, ya que estas necesitan transmitir ideas y conocimientos de manera eficaz y fluida.

Márquez (2022), presentó su proyecto de grado llamado **“Guía Básica de Diseño para la Producción de Productos Textiles para la Fundación Marie Poussepin”**. El objetivo principal de este proyecto fue realizar una guía básica que recopilara información que introdujera al equipo de producción de la Fundación Marie Poussepin (Bucaramanga, Colombia) a la creación de nuevas prendas. La idea nace al ver que esta Fundación se dedica al diseño de prendas institucionales, lo que provocaba que

solo tuvieran encargos por temporadas; fuera de estos tiempos su producción caía bastante, lo que resultaba en ingresos significativamente bajos. Para llenar estos vacíos sin producción se planteó la realización de una guía que transmitiera conocimientos sobre nuevas tendencias en la moda, y, más que todo, sobre cómo trazar y confeccionar nuevos tipos de prenda; como, por ejemplo: ropa casual y deportiva, para tener ventas en las temporadas donde no se encargaran prendas institucionales.

Al igual que el antecedente anterior, este proyecto hace uso del design thinking para el desarrollo del producto. Comenzaron el proyecto recolectando información sobre la Fundación y, con el apoyo de un profesional en el diseño de modas, recolectaron información nueva pertinente a la producción de modas. Se llevaron a cabo entrevistas minuciosas al equipo de producción de la Fundación para conocer la extensión de sus conocimientos y habilidades fuera de la vestimenta institucional, y así determinar qué contenido necesitaba la guía para introducir a dicho equipo en la confección de nuevas prendas. En la parte creativa se hizo un estudio básico de los principios del diseño editorial y en la parte compositiva se tomó en cuenta la identidad visual corporativa de la Fundación: tipografía, colores, etc.

Después de cuatro propuestas de diseño se presentó la guía final, esta resultó ser el punto de partida para la planificación y desarrollo de nuevas líneas de prendas casuales y deportivas. Gracias a esta guía la Fundación puede abrirse camino a un nuevo mercado y lograr corregir las bajas económicas que ocasionan las temporadas bajas en los encargos de trajes institucionales.

La selección de este antecedente radica en el trabajo realizado en la recolección de datos mediante entrevistas exhaustivas y el contacto con profesionales en la materia. A pesar del estudio básico de los criterios del diseño editorial, toman en cuenta las aspiraciones y deseos del público meta y los consejos de los profesionales en las disciplinas del diseño para lograr un producto que transmita conocimientos de manera efectiva. Cada cambio hecho en los tres prototipos fue gracias al feedback realizado constantemente en la unidad de estudio, dentro de sus conclusiones hacen énfasis en la importancia de la participación del público meta y de una figura profesional para lograr los objetivos de un proyecto creativo. Se tomará en cuenta la etapa de investigación de este antecedente en la metodología escogida para realizar la guía digital ilustrada para la Escuela de Diseño Smotas. Además, se tomarán en cuenta los gráficos minimalistas realizados para la sección de patronaje.

www.bdigital.ula.ve

ANTECEDENTES VISUALES

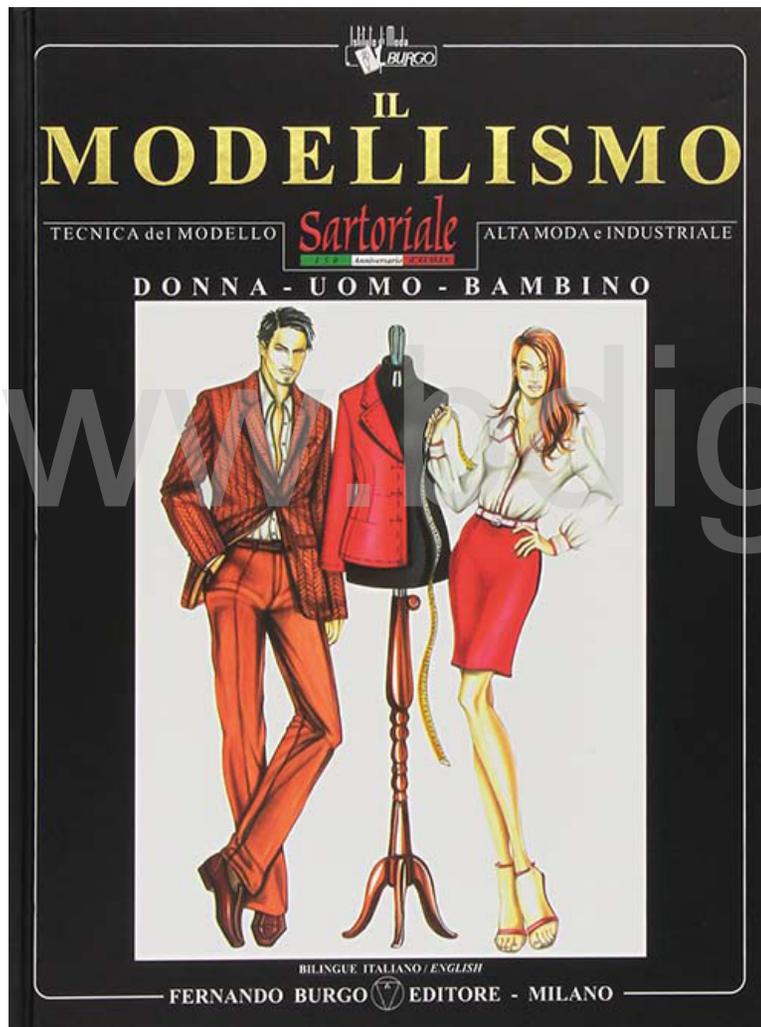
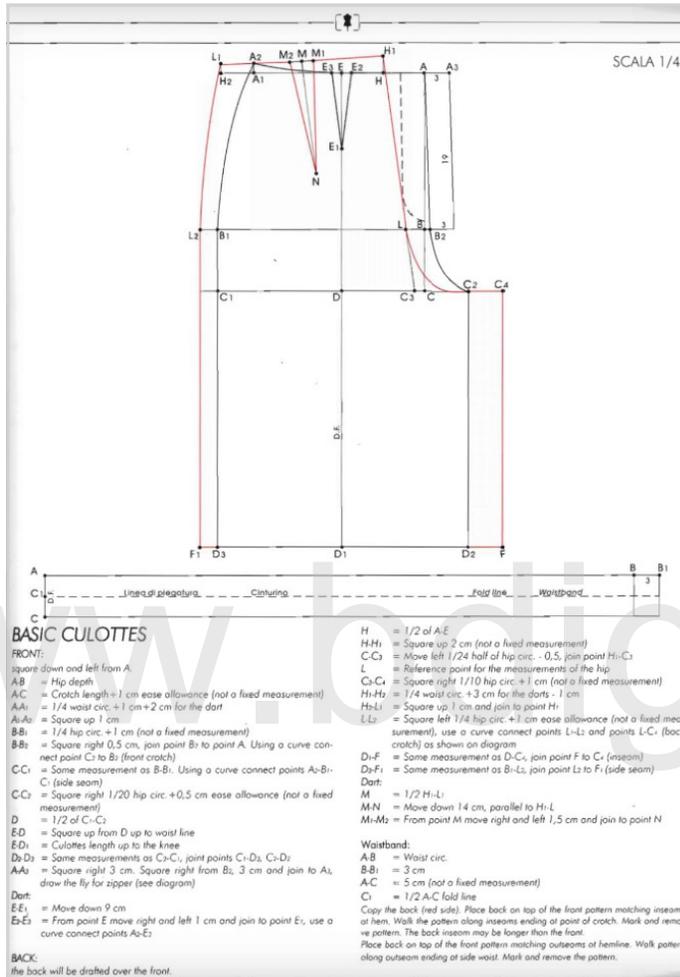


Imagen disponible en: https://issuu.com/melissaviarengo/docs/1.il_modellismo_istituto_burgo_mila

IL MODELLISMO:

El Instituto di Moda Burgo patentó sus propios libros compuestos del material didáctico impartido en sus clases. Para la presente propuesta editorial tomaremos como referencia "Il Modellismo", cuya primera edición salió en 1992 bajo el nombre de Fernando Burgo, fundador de la institución. Es un libro extenso de lenguaje claro y estética simple que puede ser usado en costura o sectores industriales. Su contenido, en mayor parte, es sobre creación y modificación de patrones o moldes. Es distribuido gratuitamente entre los estudiantes de su institución, pero está disponible a la venta para el público en general.



GONNA PANTALONE con FONDO PIEGA

Per realizzare questo modello disegnare la gonna pantalone base.

DAVANTI:

B₂-O = Perpendicolare a D₂-D₃

Tagliare sulla linea tratteggiata in rosso dal punto O al punto B₂

B₂-B₃ = Spostare a destra di 10 cm (fondo piega)

O-O₁ = Spostare a destra di 12 cm di cui 2 cm per la svasatura e 10 cm per il fondo piega. Unire la parte tagliata al fondo piega (come da grafico)

A-A₃ = Spostare a sinistra di 1,5 cm e unire al punto B₂

D₃-D₄ = Spostare a sinistra di 2 cm (per la svasatura)

Tasca:

A₂-I = Spostare a destra di 4 cm

I-I₁ = Abbassare di 2 cm in squadra con la linea della vita

I₁-I₂ = Misura della tasca (15 cm)

I₃ = Dal punto I spostare a destra di 4 cm e disegnare la mostra del profilo tasca (come da grafico)

B₁-D = Disegnare il sacco tasca (come da grafico)

DIETRO:

F₁-F₂ = Dal punto F₁ aggiungere 2 cm e unire al punto L₂ (per la svasatura). Ricopiare il dietro (parte in rosso)

Cinturino:

vedere gonna pantalone base a pag. 90.

Tessuto occorrente: h.140 x 140

PLEATED CULOTTES

Tracce basic culottes.

FRONT:

B₂-O = Perpendicolare a D₂-D₃ slash line. Cut through the slash line and separate the pattern

B₂-B₃ = Move right 10 cm (pleat depth)

O-O₁ = Move right 12 cm, 2 cm for the gore line and 10 cm for the pleat depth. Place the other part of pattern (see diagram)

A-A₃ = Move left 1,5 cm and join to point B₂

D₃-D₄ = Square left 2 cm

Pocket:

A₂-I = Move right 4 cm

I-I₁ = Square down 2 cm

I₁-I₂ = Pocket measurement 15 cm

I₃ = From point I move right 4 cm and draw the facing as shown on diagram

B₁-D = Draw the pocket bag as shown on diagram

BACK:

F₁-F₂ = Square left 2 cm and join to point L₂

Waistband:
 see the basic culottes page 90.

Required fabric length cm 140 x 140

Imagen disponible en: https://issuu.com/melissaviarengo/docs/1.il_modellismo_istituto_burgo_mila

Imagen representativa de la prenda a realizar. Todos los figurines son realizados de manera esquematizada. La prenda es la más detallada mientras la modelo queda en su mayoría plana.

Títulos en caja alta.

Patrón a escala que representa los puntos a trazar. Las líneas negras representan el patrón base y las líneas rojas la modificación del patrón base.

Nomenclatura explicada de manera directa y simple. Se explica la medida que se debe aplicar de un punto a otro punto.

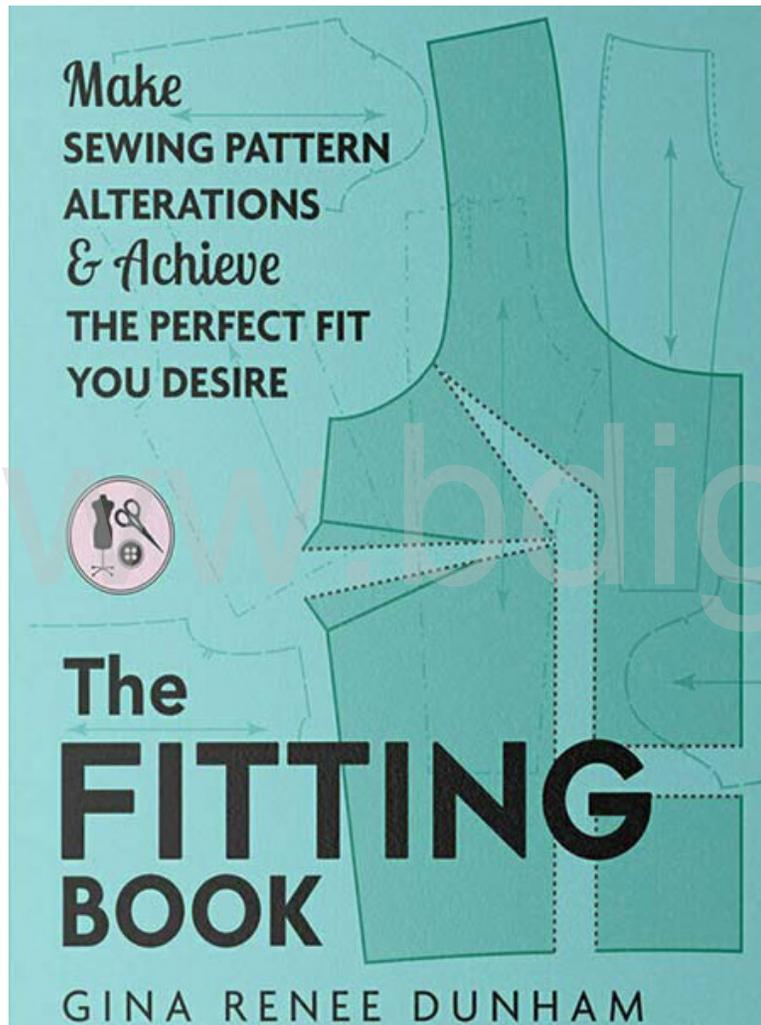


Imagen disponible en: www.ginareneedesigns.com/product/the-fitting-book/

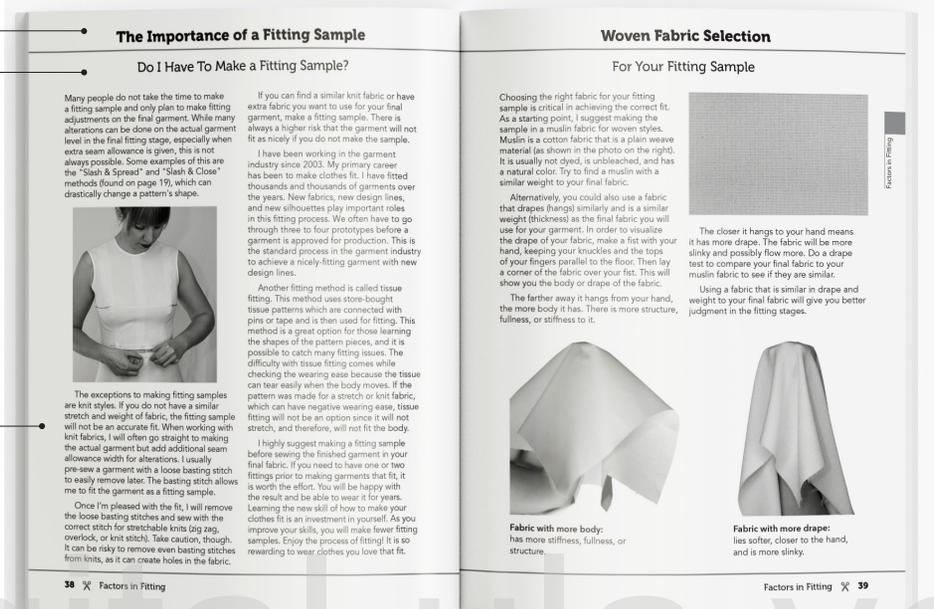
THE FITTING BOOK

Gina Renee (2021) presenta su libro “The fitting book” en formato físico y digital. La autora recolecta 19 años de conocimientos dentro de la industria de la confección. No es un libro que muestre cómo hacer patrones desde cero, en su mayoría enseña al público a modificar patrones y ropa para que se amolde mejor al cuerpo. Presenta la información de manera directa con gráficos vectoriales simples y planos. Es uno de los libros más famosos dentro del público que se dedica a la confección, puesto que se dirige a personas con conocimientos básicos y avanzados.

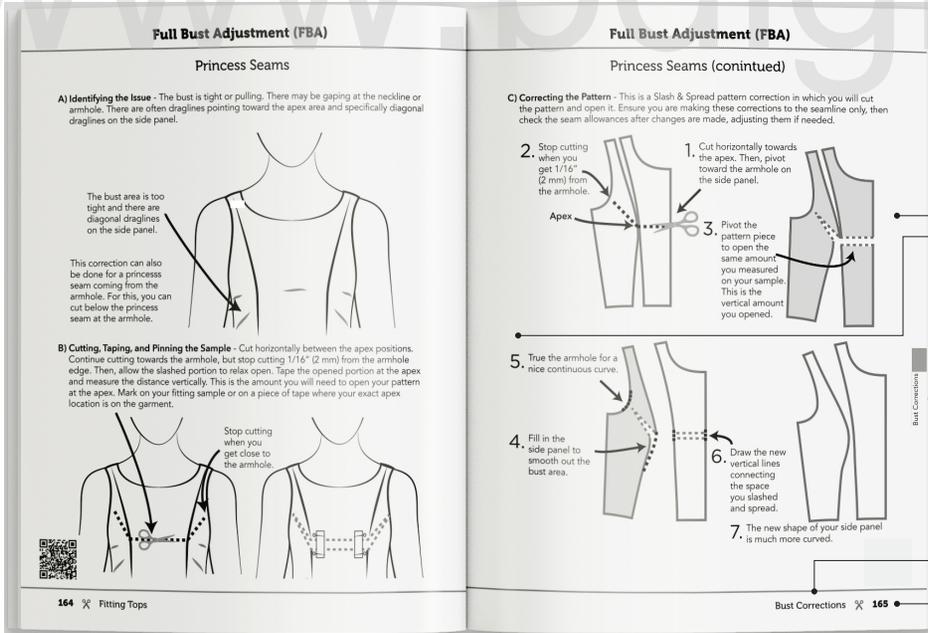
Títulos centrados en bold. Puede confundirse con el nombre del capítulo al estar ubicado sobre la línea.

Subtítulos centrados en regular.

Columnas de texto alineadas a la izquierda. Esto ayuda al lector a ubicarse fácilmente al pasar de una línea a otra durante la lectura.



www.bodigata.ve



Gráficos planos y simples. En general las ilustraciones son en escala de grises.

Jerarquía del número en los pasos a seguir.

Sección. Este es colocado dos veces en la página derecha. No se considera imprescindible colocarlo dos veces en una página.

Número de página.



Imagen disponible en: <https://palmerpletsch.com/product/palmer-pletsch-complete-guide-fitting-sewing-book/>

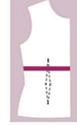
THE PALMER/PLETSCH COMPLETE GUIDE TO FITTING

Pati Palmer y Marta Alto (2018) publican este libro que pretende enseñar ajustes personalizados para cualquier patrón. Las instrucciones paso a paso van acompañadas de gráficos vectoriales planos más detallados y coloridos. Subtítulos breves explican cada ilustración. A diferencia de los libros expuestos anteriormente, este hace uso del color en todas sus páginas.

Esta publicación fue ganadora del premio de plata Benjamin Franklin de la Asociación de Editores de Libros Independientes en la categoría de libros “Artesanía y pasatiempos, hogar y jardín” de 2019.

VERTICAL DART TIPS

Raise or lower point. Redraw legs to new point.



If you have a very erect back, you may not need back darts. Or you may make them narrower.

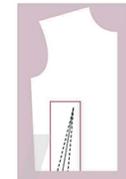
If you have prominent shoulder blades, you may need to deepen the back darts and lengthen or shorten them depending on where your shoulder blades are. See page 170 for more options.

Stripes and Plaids

If a vertical dart is slanted, plaids and stripes won't match after the dart is stitched.



Unadjusted, slanted vertical dart on stripes.



Draw a box around the tissue dart and cut it out.



Shift the box until the dart is straight.



Now the stripes chevron.

DART DESIGN IDEAS

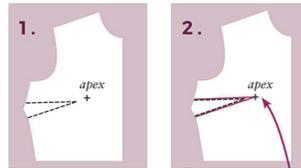
You too can be a designer in the simplest of all drafting techniques—relocating dart position.

Front darts can come from anywhere as long as they point to the bust point (apex).

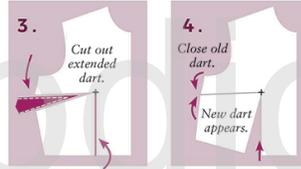
Moving darts is like magic! Knowing how to move darts is wonderful, particularly if you are full busted! Practice on old patterns by altering, moving the dart, and tissue-fitting to see the results.

HOW TO MOVE A DART

If you want to move a dart that is already on the pattern tissue, **extend the existing dart lines to the apex.**



Draw lines to extend the dart to the apex.



At new dart position, draw a line and cut up to apex.



After moving the dart, place tissue under the new dart opening and tape in place. Then draw the dart stitching lines so the dart ends approximately 1" from the apex.

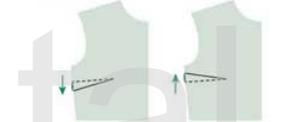


- Slowly sew toward the folded edge of the fabric.
- Stitches should be right on the edge for the last 1/4", 1/2". **Don't backstitch at the end.** Once off the edge, raise the presser foot and pull the dart toward you. Stitch in place in the dart seam allowance about 1" from the point to secure threads.

NOTE: In our video *It's in the Details* (page 255) Marta demonstrates dart sewing and more.

DART DIRECTION

- Press vertical darts toward the center.
- Press horizontal bust darts upward. This is opposite from most instructions. We do it for a more youthful look. It works especially well for very full-busted figures.
- Pressed down, you look "into" the dart. Those two extra layers of fabric over the fullest part of the bust can cause a ridge.
- Pressed up, the dart is less noticeable. The extra fabric layer is tucked up under the armhole.



An advantage of pressing darts up that we mentioned in the dart chapter is that you don't need an extension at the end of the dart. This saves time for those needing a bust adjustment. See page 173.

PRO TIP: Since we are talking about direction, what direction do you press serged seams? If you press the shoulder seams toward the front, you won't look into the seam from the front. It is the same with the side seams. Press them toward the front! Try this and take a look.

PRESSING DARTS

- Press the dart stitches flat first to eliminate puckers and to flatten the fold line.



- Place the dart over the appropriate curve of a ham. Bust darts will be closer to the curved edge and skirt darts will be on the flatter top of the ham. If the fabric is bulky, tuck paper under the fold of the dart to prevent an indentation from showing on the right side of the fabric. Steam. Flatten with a clapper or pounding block.



FIT TIP:

If you are very full busted, you will end up with darts with very large dart seam allowances.

Trim the seam allowance narrower. Then press it open. Do not trim until you've tried on the sewn darts.

Or serge the dart to 1/4" and press up.

Test first to ensure the threads do not imprint on the right side.

DARTS IN KNITS

During the 1960s when sewing knits was new, we were told that darts were not necessary in knits because knits would stretch over whatever size "bumps" we had. The fit of clothing was very loose and boxy. When garments are more fitted, darts improve the fit of knits.

Imagen disponible en: <https://palmerpletsch.com/product/palmer-pletsch-complete-guide-fitting-sewing-book/>

Número del capítulo sobre barra de color. Cada capítulo se identifica con un color distinto. La **paleta de color** de cada capítulo se crea desaturando el mismo color.

En los tres libros escogidos se utilizan dos columnas de textos. En este, en particular, las **columnas se dividen en cuatro** para distribuir los pasos.

Títulos en caja alta alineados a la izquierda, **subtítulos** en caja baja centrados y descripción de los pasos centrados en **italic**.

Uso de **tipografía blanca** sobre fondos oscuros.

Número de página centrado en el inferior de la página y con el mismo puntaje tipográfico del texto.



Imágenes disponibles en: <https://www.alessandradegregorio.com/>

ALESSANDRA DE GREGORIO

Es una diseñadora de modas. En sus bocetos de diseño la modelo es realizada de manera esquemática con simples trazos de lápiz. Deja los trazos de algunas líneas guías en la modelo como parte de la estética. Esta manera de

ilustrar la modelo es lo que tomaremos en cuenta. Cabe destacar que los detalles y el color los aplica en la prenda dibujada sobre el figurín.

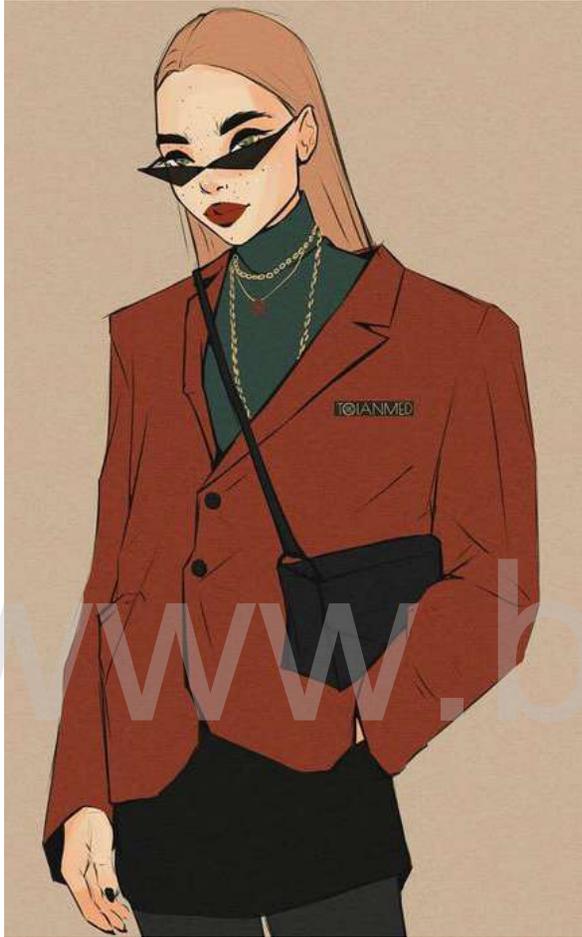


Imágenes disponibles en: <https://www.behance.net/masakimizuno>

MASAKI MIZUNO

Es un ilustrador de moda y director de arte japonés. La mayoría de sus trabajos están realizados con medios analógicos: pintura acrílica, aerógrafo y grafito. Dibuja modelos femeninas en escala de grises usando prendas

a color. Lo que se tomará en cuenta en este antecedente es su manera de valorizar la piel, hace difuminados suaves y minuciosos que van del gris más oscuro al blanco.



Imágenes disponibles en: <https://www.instagram.com/toianmed/?hl=es>

ANARKAN MEDETBEK

Conocida como Toianmed, es una diseñadora de modas e ilustradora de Kirguistán. Sus ilustraciones son digitales y coloridas, su estilo es bastante libre y flexible en comparación a los ilustradores anteriores. Lo que se tomará en

cuenta en este antecedente es el uso de colores planos en algunas de sus piezas, delimitados por trazos oscuros a modo de lápiz. De esto se hará uso solo en las prendas de ropa a ilustrar (para hacer énfasis) y no en la modelo.



www.bdigital.ula.ve

capítulo III

MARCO

METODOLÓGICO

TIPO DE INVESTIGACIÓN

Esta investigación plantea realizar un proyecto factible, por lo tanto, entra en la definición de **investigación proyectiva**. Esta última “consiste en la elaboración de una propuesta, un plan, un programa, un procedimiento, un aparato..., como solución a un problema o necesidad de tipo práctico” (Hurtado, 2000, p. 567). Según la autora la investigación proyectiva abarca también la creación de propuestas de diseño, como se plantea en esta investigación, para cubrir determinadas necesidades dentro de una comunidad, esta puede ser una institución. La creación o invención de una propuesta puede venir de distintas áreas del conocimiento, los proyectos pueden ser artísticos, tecnológicos, comunitarios, etc. Su objetivo es solucionar problemas que requieran una propuesta de acción.

Como se mencionó anteriormente, los proyectos factibles entran dentro de lo que es una investigación proyectiva. El **proyecto factible** es “una propuesta de acción para resolver un problema práctico o satisfacer una necesidad. Es indispensable que dicha propuesta se acompañe de una investigación, que demuestre su factibilidad o posibilidad de realización” (Arias, 2006, p. 134). La definición de investigación proyectiva y proyecto factible pueden parecer la misma, pero difieren en sus estadios. El primero pasa por los estadios descriptivo, analítico, comparativo, explicativo, predictivo y proyectivo; el segundo “solo pasa por el estadio descriptivo y no cubren los estadios analítico, comparativo, explicativo y predictivo, es decir, pasan del diagnóstico directamente a la propuesta” (Hurtado, 2000, p. 568). A continuación, se exponen los **estadios de la investigación** de acuerdo a Hurtado (2000):

Descriptivo: identifica que tan necesaria es la propuesta y qué necesidades va a resolver, se describen los deseos de los involucrados con respecto al resultado final y se identifican los recursos disponibles para realizar la propuesta.

Analítico: se analiza la situación a modificar tomando en cuenta la distancia que hay entre la realidad y el “debe ser”, y tomando en cuenta la distancia que hay entre la realidad y las aspiraciones y expectativas de los involucrados. También se analizan las propuestas ya existentes para detectar las fallas y aciertos con el fin de crear una nueva propuesta que supere la anterior (Hurtado, 2000, p. 588).

Comparativo: esto abarca la comparación de propuestas existentes para determinar sus semejanzas, diferencias, aciertos y fallas.

Explicativo: abarca la configuración interna y la configuración externa. La primera describe los pasos o procedimientos que se llevan a cabo para la realización del diseño, la segunda hace la relación entre esos procesos y el evento a modificar.

Predictivo: se anticipan situaciones determinando las tendencias dentro del estado descriptivo.

Proyectivo: se realiza la propuesta de diseño en base a la información recolectada en los estadios anteriores.

Por lo tanto, la propuesta de diseño realizada es un proyecto factible que nace de una investigación proyectiva. Esta investigación se ocupa de cómo debe ser la nue-

va guía digital con el material educativo de la Escuela de Diseño Smodas, para que cumpla con el objetivo de satisfacer las necesidades de enseñanza-aprendizaje que tiene la institución. Dentro de estas necesidades están: La necesidad del personal docente de tener medios educativos que transmitan eficientemente el conocimiento y la necesidad del estudiantado de recibir y aplicar ese conocimiento correctamente de manera independiente, en caso de la ausencia del profesor.

DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

El diseño de la investigación es la estrategia a desarrollar para reunir la información necesaria en la investigación, gracias a esta se responde la pregunta de investigación y se logran los objetivos de estudio. Una manera de definir el diseño de la investigación es tomando en cuenta el uso de las variables, en este caso se dividen en **experimentales** (las variables se someten a experimentos) y **no experimentales** (las variables no se someten a experimentos). En lo que respecta al diseño de esta investigación, esta se clasifica como no experimental. Para definirlo mejor, El diseño no experimental según Hernández, Fernández y Baptista (2006):

Podría definirse como la investigación que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Es decir, se trata de estudios donde no hacemos variar en forma intencional las variables independientes para ver su efecto sobre otras variables. Lo que hacemos en la investigación no experimental es observar fenómenos tal como se dan en su contexto natural, para después analizarlos (p. 205).

En la investigación realizada se ha detectado la carencia de un medio de estudio efectivo, no se manipuló ni se experimentó con la muestra o la variable. Solo se identificó un problema y se recolectó la información necesaria para crear la propuesta que lleva a la solución; pasando, por supuesto, por los distintos estadios de la investigación proyectiva sin la ejecución de experimentos.

Los diseños no experimentales se dividen en dos: los **transversales** y **longitudinales**. El primer término hace referencia al análisis de la situación basados en los datos recolectados en un único periodo de tiempo, y en el segundo término los datos se recolectan en distintos puntos del tiempo para observar o analizar los cambios ocurridos a lo largo de ese periodo de tiempo. Tomando en cuenta esto, el tipo de diseño no experimental aplicado en esta investigación es transversal, ya que los datos se recolectaron una vez en un punto determinado del tiempo. Para ser más específicos, la recolección de datos se dio en el segundo trimestre del año 2022 dentro de la unidad de estudio.

NIVEL O ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN

De acuerdo a Arias (2012): “El **nivel de investigación** se refiere al grado de profundidad con que se aborda un fenómeno u objeto de estudio” (p. 23). Los niveles de la investigación se clasifican en: exploratoria, descriptiva y explicativa. Para efectos de esta investigación el nivel es descriptivo. Según Arias (2012):

La **investigación descriptiva** consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su estruc-

tura o comportamiento. Los resultados de este tipo de investigación se ubican en un nivel intermedio en cuanto a la profundidad de los conocimientos se refiere (p. 24).

Esta investigación se encuentra dentro del nivel descriptivo porque dentro de la recolección de datos que se realiza se exponen las definiciones, propiedades y características del tema de estudio, que hasta el día de hoy ha sido estudiado ampliamente. Además, se describe y se estudia las características del objeto de estudio como parte de la investigación.

El nivel descriptivo se clasifica en: **estudios de medición de variables independientes** e **investigación correlacional**. Esta investigación entra en la primera de la clasificación. Según Arias:

Su misión es observar y cuantificar la modificación de una o más características en un grupo, sin establecer relaciones entre éstas. Es decir, cada característica o variable se analiza de forma autónoma o independiente. Por consiguiente, en este tipo de estudio no se formulan hipótesis, sin embargo, es obvia la presencia de variables (p. 25).

La variable de esta investigación se estudia de forma independiente, es decir, no se busca evidenciar una relación de causa-efecto entre dos o más variables. Cabe destacar que dentro del estudio no se plantean hipótesis, por lo que no se lleva a cabo una prueba de esta.

ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN

Hace referencia al modo de recolección de datos y su análisis posterior. Esta propuesta tendrá un enfoque **cualitativo**. Este “Utiliza la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación” (Hernández, Fernández y Baptista, 2006, p. 8).

Para este proyecto se harán encuestas sin el análisis estadístico de números. “La recolección de los datos consiste en obtener las perspectivas y puntos de vista de los participantes (sus emociones, experiencias, significados y otros aspectos subjetivos)” (Hernández, Fernández y Baptista, 2006, p. 8). Siendo la muestra el público meta de la propuesta, se tomarán en cuenta sus vivencias y experiencias con el material educativo a rediseñar. Con las encuestas se pretende determinar la relación que existe entre el estudiante y el material, y se evidenciarán los deseos y aspiraciones de las estudiantes con respecto al nuevo material de estudio. La observación también hará parte del proceso de recolección de datos. Mediante la observación se hará una descripción detallada de la interacción que tiene el estudiante con el material. Todos los datos obtenidos mediante estas herramientas se analizarán uno por uno y se llegará a una conclusión general.

Es necesario mencionar que en el enfoque cualitativo no se manipula ni se interviene en el contexto de los acontecimientos, la evaluación se da en el desarrollo natural de esos acontecimientos. Por lo tanto, el enfoque cualitativo es “naturalista (porque estudia a los objetos y seres vivos en sus contextos o ambientes naturales) e inter-

pretativo (pues intenta encontrar sentido a los fenómenos en términos de los significados que las personas les otorgan)” (Hernández, Fernández y Baptista, 2006, p. 9).

POBLACIÓN Y MUESTRA

En toda investigación es necesario determinar el contexto y la unidad de estudio, que en este caso sería la institución escogida y las personas que pertenecen a esa institución. Para llegar al objetivo propuesto en esta investigación se hace imprescindible la voz de este grupo de individuos, a este grupo de individuos se le llama población. Según Arias (2012): “La **población**, o en términos más precisos población objetivo, es un conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para los cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación. Ésta queda delimitada por el problema y por los objetivos del estudio” (p. 81). Tomando en cuenta esto, la población de esta investigación son las estudiantes del primer trimestre de la escuela de diseño Smodas.

Estas estudiantes se pueden clasificar como **población finita**, ya que el número de estudiantes está contabilizado en documentos pertenecientes al personal administrativo. La población está dividida en 4 secciones, cada una con distintos horarios. Toda esta población es accesible, pero no se podrá abarcar en su totalidad, por lo tanto, se tomará una muestra. Según Arias (2012): “La **muestra** es un subconjunto representativo y finito que se extrae de la población accesible” (p.83). La muestra seleccionada son las estudiantes de la sección 1 y 2. En términos básicos son una muestra representativa, ya que la población en general presenta semejanzas entre sí. De acuerdo a Arias (2012): “una **muestra representativa** es aquella que por su

tamaño y características similares a las del conjunto, permite hacer inferencias o generalizar los resultados al resto de la población con un margen de error conocido” (p. 83).

TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Ya determinada la muestra a partir de la población de estudio, se procedió a la selección de las técnicas e instrumentos para la recolección de datos, estos datos serán fundamentales para responder la pregunta de investigación. “Se entenderá por **técnica de investigación**, el procedimiento o forma particular de obtener datos o información” (Arias, 2012, p. 67). Al aplicar la técnica, que en este caso sería la observación y encuesta, se necesita un soporte para registrar la información obtenida y esta pueda ser interpretada posteriormente, a este soporte se le llama instrumento. Un **instrumento de recolección de datos** es cualquier recurso, dispositivo o formato (en papel o digital), que se utiliza para obtener, registrar o almacenar información” (Arias, 2012, p. 68). Para motivos de este proyecto, estas serán las técnicas e instrumentos utilizados:

| Técnicas | Intrumentos |
|---------------------------------------|------------------------------|
| Observación no estructurada | Libreta de notas |
| Encuesta escrita (estudiantes) | Cuestionario |
| Entrevista no estructurada (director) | Grabadora y libreta de notas |

La observación será del tipo participante y no estructurada. Como investigadora, formé parte de la clase donde se impartía la materia diseño estructural y observé cómo interactuaban las estudiantes con el material ya existente. Se habla de **observación no estructurada** cuando “se ejecuta en función de un objetivo, pero sin una guía prediseñada que especifique cada uno de los aspectos que deben ser observados” (Arias, 2012, p. 70). Por lo tanto, el objetivo fue ir a clases y observar cómo se desenvolvían las estudiantes durante el tiempo de práctica.

Aunado a esto se hará una entrevista no estructurada al director de la institución, para conocer si existen o no requerimientos obligatorios a nivel técnico y estético con respecto a la propuesta de diseño que se espera. En una **entrevista no estructurada** “no se dispone de una guía de preguntas elaboradas previamente. Sin embargo, se orienta por unos objetivos preestablecidos que permiten definir el tema de la entrevista” (Arias, 2012, p. 73).

PROCEDIMIENTO

“No puedes sostener un diseño en tu mano.
No es una cosa. **Es un proceso.** Un sistema.
Un modo de pensar”.

(Gill, 2003, como se citó en Ambrose y Harris, 2013, p. 6).

En esta sección se describirá paso a paso el procedimiento que se desarrolló para la ejecución del proyecto factible. La creación de una propuesta de diseño viene precedida por una serie de pasos planificados. Existen varios autores que proponen métodos para llegar a un resultado exitoso, dentro de esta investigación se hará uso del **método de Ambrose y Harris** (2013). En este el proceso de diseño se realiza en 7 fases: definición, investigación, ideación, prototipo, selección, implementación y aprendizaje.

FASE 1 • DEFINICIÓN

El primer paso es establecer cuál es el problema. “Esta es la primera fase de cualquier proceso de diseño y casi siempre implica generar o recibir un encargo de diseño” (Ambrose y Harris, 2013, p. 14). El personal de la Escuela de Diseño Smotas realizó el encargo de una nueva guía educativa al recibir numerosas dudas y mensajes de disconformidad durante las clases a distancia que se implementaron en la pandemia. Previa a esta también existía tal disconformidad de parte de las estudiantes con respecto al material, pero contaban con la presencia del profesor. Ahora con el objetivo de crear un medio efectivo para clases tanto presenciales como a distancia (modalidad que siguió incluso después de la pandemia); el Lic. Luis Guzmán, fundador, director y profesor de dicha institución; hace el encargo del diseño y para dar a conocer sus expectativas y deseos llena un **briefing**. “Un encargo de diseño o briefing presenta los requerimientos de un cliente para un trabajo. Estos pueden ser verbales o escritos, sencillos o complejos. Un encargo o briefing posee un objetivo específico que debe ser cumplido por el diseño...” (Ambrose y Harris, 2013, p. 14).

En este briefing se realizaron preguntas pertinentes para conocer la visión y las formalidades innegociables del cliente. A continuación, se muestra el resultado del cuestionario escrito del briefing:

INFORMACIÓN DEL CLIENTE

Nombre: Lic. Luis Guzmán. Fundador, director y profesor de la Escuela de Diseño Smodas.

Producto o servicio: institución educativa (educación superior).

Dirección: C.C. Trébol I, piso 1, local 7. Puerto Ordaz, ciudad Guayana, estado Bolívar, Venezuela.

DATOS PARA EL DISEÑO

¿A quién va dirigido el diseño?

Estudiantes de nuevo ingreso o primer trimestre de la carrera.

¿Qué desea?

Ejemplo: rediseño de logo, diseño de un folleto, etc.

Cambiar el diseño de las guías de Smodas, las actuales se ven muy mal.

¿Cómo quiere el diseño?

Ejemplo: digital o impreso, en power point o PDF, et.

Digital, no se va a imprimir. Aquí la costumbre es distribuir material a las estudiantes de manera digital y por correo.

¿Qué espera conseguir? ¿Cómo se imagina el diseño?

Ejemplo: moderno, colorido, etc. Escriba todo lo que se imagina.

Quiero algo nuevo y renovado, que se pueda leer bien. Espero que tenga los colores de la institución y se vea profesional.

¿Algún requerimiento obligatorio?

Ejemplo: es importante decir si la institución tiene algún tipo de manual con la identidad visual corporativa.

Te enviaré al correo un PDF con el logo de la institución, ahí se muestran los colores que debería tener el diseño.

Dentro de esta fase fueron recibidas las guías físicas para ser analizadas con respecto a la información obtenida dentro de las bases teóricas.

Para tener un briefing más sustancioso se decidió hacer una pequeña entrevista oral al cliente para prevenir que se haya omitido algo importante. A continuación, se muestra la entrevista oral tipeada:

ENTREVISTA A LUIS GUZMÁN

¿Cómo imagina el diseño?

Quiero que se vea profesional, las guías que tenemos me parecen un poco infantiles, jaja. Cada profesor suele “diseñar” su material y claramente no somos profesionales en esa área, no hay como... no sé cómo llamarlo... ¿unidad? Todo se ve muy disperso, muy distinto entre sí. La mayoría de las imágenes están muy borrosas y en baja resolución y eso me da un tic en el ojo [...] Hay guías que se ven mal, muy mal, hay que poner esfuerzo para leerlas; esto creo se debe a que se han perdido archivos y estas guías fueron fotocopiadas y fotocopiadas por máquinas gastadas, deduzco yo, se ven errores y manchas de impresión que a veces tapan ciertos textos. Es bastante fatal. También está eso de recuperar los archivos, muchos se perdieron y solo se tienen impresos, y si los impresos se pierden... no, quiero prevenir.

Hay algo que... Hay un libro que me gusta mucho, se llama “Il modellismo”. Lo usé mucho cuando estudié diseño de modas, me gusta mucho los dibujos de los patrones, eran bastantes simples, no había manera de equivocarse.

¿Tiene algún requisito obligatorio?

Sí. Para mí es muy importante que tenga los colores de la institución y también que tenga el logo. También me gustaría que nada se pueda editar.

¿Tiene intenciones de imprimir?

No, yo no. Todo eso ya está en mi cabeza, jajaja. Quiero algo profesional para entregar a las estudiantes. Otra cosa es que quiero que las estudiantes puedan interpretar bien lo que ven, y con esto me refiero a la parte del diseño estructural. Durante la pandemia fue un caos, fue muy difícil explicar los procedimientos a distancia. Otra profesora y yo tuvimos que hacer varias clases en videollamadas, la mayoría individual: un profesor y un estudiante; todo porque no entendían el material. También he notado que en las clases prácticas se pierde mucho tiempo por esto mismo.

Después de la pandemia pensamos en abrir una modalidad a distancia, pero para evitar el caos pasado queremos hacer los cambios que se deben. Otro punto importante es que estas chicas están pagando por educación privada y me gustaría que vieran el material y dijeran que vale la pena la inversión; como dije, el material que ya está se ve infantil y eso ya no debe ser.

Ok, gracias por eso, bueno saberlo. Pero me gustaría tener bien claro si puedo quitar la parte de impresión de la mesa. Está 100% seguro de que nada será impreso en un futuro?

Cierto, me fui del carril, jaja. A ver, yo no imprimo. Hasta donde sé, los profesores tampoco imprimen. Algunas de las chicas suelen imprimir que si solo una página donde salen las instrucciones de cómo hacer la camisa básica, por ejemplo; pero nada más es eso. Nunca he visto que alguien imprima todas las guías, lo cual tiene lógica, no es necesario. Todas traen sus equipos y revisan todo en la pantalla.

¡Genial, muchas gracias! Hablando de equipos... ¿Qué dispositivos suelen usar las chicas? O usted, incluso, ¿Qué dispositivos usan usted y los demás profesores para revisar estas guías?

La profesora de la parte de confección siempre veo que trae una tableta. El profe de ilustración siempre usa su laptop, yo también uso laptop con el video beam. Con respecto a las chicas es más variado, todas traen sus teléfonos, veo a algunas con tabletas, pero en general teléfonos, no sé si usaran otra cosa en sus casas.

Bien, la razón por la que pregunto es por el formato y dirección del diseño, no sé si me entiende...

Sí, sí. De si es horizontal o vertical, grande o pequeño. Es eso, ¿cierto?...

Sí, en palabras generales sí. Es para saber si prefiere que lo adapte a la forma vertical del teléfono, con tipografía más grande y eso. Lo digo pensando en que las chicas son el usuario principal de las guías.

Mmm... No. Hagámoslo así: hoja carta. Me gustaría ese tamaño. La mayoría de la información está en horizontal, honestamente no creo que importe si lo cambias o lo dejas así, eso te lo dejo a ti. Pero el tamaño carta si debe ir. Yo sé que las chicas ven todo aquí con el teléfono, pero prefiero que se vea mejor en pantallas más grandes.

FASE 2 • INVESTIGACIÓN

El siguiente paso implica la recopilación de la información previa a la idea del diseño. “Una vez que se ha definido el briefing, el diseñador empieza a buscar información que pueda introducir en el proceso creativo de la fase de ideación” (Ambrose y Harris, 2013, p. 18). Los autores exponen dos tipos de investigación: la primaria y la secundaria. En **la investigación primaria** se recolecta información sobre el público objetivo, esto podría ser un feedback entre el investigador y el mismo público que lleve a la respuesta del porqué no es convincente el material actual. Además, se hace mención de una **investigación cualitativa y cuantitativa**; la primera se refiere al comportamiento y deseos del público objetivo; y la segunda habla de datos numéricos, como cantidad de personas, edad, etc. En la **investigación secundaria** se recolecta información de fuentes indirectas, como referentes visuales, se analizan otras propuestas de diseño fuera del lugar de estudio y más.

En la **investigación primaria** se recopiló la información sobre la cantidad de estudiantes por sección y sus edades. También se entregó una encuesta a la muestra representativa para determinar qué relación tenían con el material de estudio actual. Cabe destacar que también se recopiló información sobre la institución. A continuación, se muestran los datos recolectados de la institución:

La **Escuela de Diseño Smodas** está activa desde el 2009. Registrada en el Ministerio del Poder Popular para la Educación bajo el número R0027-18-01. Institución privada y pequeña con un único núcleo. Es la única institución de diseño de modas en el estado Bolívar y todo el oriente del país.

Título otorgado: Técnico superior en diseño de modas (8 trimestres). Tienen la opción de hacer dos años más.

Ubicación: Puerto Ordaz, ciudad Guayana, estado Bolívar, Venezuela.

Materias del primer trimestre: diseño estructural I (patronaje), introducción a la confección e ilustración de modas. Cada una tiene guías de teoría y práctica.

El primer trimestre se divide en 4 secciones:

| | Nro de estudiantes | Rango de edad | Características generales |
|-----------|--------------------|---------------|--|
| Sección 1 | 12 | 18 - 26 años | Todas son mujeres. Todas son bachilleres. |
| Sección 2 | 11 | 19 - 23 años | |
| Sección 3 | 12 | 17 - 21 años | |
| Sección 4 | 12 | 17 - 24 años | |

Se llevó a cabo la entrega de la encuesta de manera física. Ese mismo día se hizo la observación no estructurada en la hora de diseño estructural I. Se observó que las estudiantes prescindían del material y le pedían al profesor la explicación de cada paso a modo de dictado mientras procedían a realizar los trazos en el papel.

A continuación, se muestra el modelo de la encuesta realizada a la sección 1 y 2.

ENCUESTA

El objetivo de esta encuesta es recolectar datos para la creación de una nueva guía de estudio. **Lee bien antes de contestar.**

Nombre: _____ Edad: _____ Sección: _____

Antes de estudiar en Smotas, ¿tenías conocimientos sobre costura?

Nada Poco Regular Avanzado

¿Qué piensas de las guías de estudio de las siguientes materias?

Diseño estructural (guías prácticas) Buenas Regulares Malas

¿Por qué? _____

Diseño estructural (guías de teoría) Buenas Regulares Malas

¿Por qué? _____

Introducción a la confección (guías de teoría) Buenas Regulares Malas

¿Por qué? _____

Puedes desarrollar la parte práctica de diseño estructural sin la ayuda del profesor?

Sí A veces No

¿Qué dispositivos usas para leer las guías?

Teléfono Tabla PC/laptop Otro _____

¿Sueles imprimir las guías?

Sí Algunas páginas No.

Si tu respuesta es "sí" o "algunas páginas", ¿qué páginas sueles imprimir?

Diseño estructural (guías prácticas)

Diseño estructural (guías de teoría)

Introducción a la confección (guías de teoría)

¡Muchas gracias por tu colaboración!

El resultado de esta encuesta fue el siguiente: La sección 1 y 2 cuentan con 23 estudiantes en conjunto. Todas son mujeres y están entre los 19 y 26 años de edad.

| Antes de estudiar en Smotas, ¿tenías conocimientos sobre costura? | |
|--|----------------|
| Nro. de estudiantes | Opción marcada |
| 19 | Nada |
| 3 | Poco |
| 1 | Medio |
| - | Avanzado |

| ¿Qué piensas de las guías de estudio de las siguientes materias? | | |
|---|---------------------|----------------|
| Categoría | Nro. de estudiantes | Opción marcada |
| Diseño estructural (guías prácticas) | - | Buenas |
| | 16 | Regulares |
| | 7 | Malas |
| Diseño estructural (guías de teoría) | 18 | Buenas |
| | 5 | Regulares |
| | - | Malas |
| Intr. a la confección (guías de teoría) | 12 | Buenas |
| | 10 | Regulares |
| | 1 | Malas |

| ¿Puedes desarrollar la parte práctica de diseño estructural sin la ayuda del profesor? | |
|---|----------------|
| Nro. de estudiantes | Opción marcada |
| 1 | Sí |
| 6 | A veces |
| 14 | No |

| ¿Qué dispositivos usas para leer las guías? (En esta pregunta se pueden marcar varias opciones) | |
|--|----------------|
| Nro. de estudiantes | Opción marcada |
| 23 | Teléfonos |
| 6 | Tablas |
| 17 | PC/Laptop |

| ¿Sueles imprimir las guías? | |
|------------------------------------|-----------------|
| Nro. de estudiantes | Opción marcada |
| 7 | algunas páginas |
| 16 | no |

| ¿Qué páginas sueles imprimir? (En esta pregunta se pueden marcar varias opciones) | |
|--|--|
| Nro. de estudiantes | Opción marcada |
| 7 | Diseño estructural (guías prácticas) |
| 1 | Diseño estructural (guías de teoría) |
| 3 | Intr. a la confección (guías de teoría) |

Con estos resultados podemos concluir que, de todas las guías, las que muestran más deficiencia son las de práctica de diseño estructural. Después de estas seguirían las guías de teoría de introducción a la confección y al final las guías de teoría de diseño estructural. La gran mayoría de las estudiantes entran a la institución sin conocimientos previos de costura, por lo que les cuesta más entender el material práctico. Entonces, tomando en cuenta estos resultados se realizará el diseño de:

- 1 sección de diseño estructural I (teoría).
- 1 sección de diseño estructural I (práctica).
- 1 sección de introducción a la confección (teoría).

Una materia puede tener mínimo 20 guías, ya que hemos expuesto que estas se recopilarán para formar un ebook, ordenaremos las guías por temas y a estos temas los llamaremos secciones. La selección de estas secciones se lleva a cabo tomando en cuenta las guías que no están digitalizadas. **Estas tres secciones finalmente seleccionadas forman parte de las guías sin respaldo digital que deben ser digitalizadas de manera inmediata.**

Se selecciona la parte práctica para determinar la composición visual que debe tener para ser más entendible y la parte teórica para determinar la mancha de texto que debe tener para una lectura fluida y amena. Todo esto con el fin de resolver la interrogante planteada al inicio de esta investigación: **¿Cómo sería el diseño editorial de una guía de estudio digital que permita facilitar el proceso de aprendizaje en las estudiantes del primer trimestre de la Escuela de Diseño Smodas?**

Dentro de la **investigación secundaria** se hizo la selección de tres antecedentes visuales, ya expuestos en el capítulo II. Uno de estos es "il modellismo", antecedente propuesto por el cliente. Además, se hizo una revisión bibliográfica para las bases teóricas de esta investigación, donde se exponen los elementos que conforman el diseño editorial y las recomendaciones técnicas y visuales para un resultado estético y funcional.

FASE 3 • IDEACIÓN

A partir de aquí se comienzan a generar las posibles soluciones. “Durante la fase de ideación, el equipo de diseño recurre a los datos recopilados y a las restricciones impuestas durante la fase de definición. Esta información se utiliza para crear ideas con las que encarar el briefing de diseño” (Ambrose y Harris, 2013, p. 20). Aquí se proponen ideas, se escogen tipografías, se define el estilo, se seleccionan colores, se hacen bocetos, etc.

Esta es la fase en la que se realiza el brainstorming, este “busca generar muchas ideas diferentes que posteriormente se reducen a unas pocas posibilidades para su posible desarrollo” (Ambrose y Harris, 2013, p. 66). Para el brainstorming se analizaron los antecedentes visuales para determinar qué podría funcionar y qué no, también se revisaron diseños para inspiración en plataformas de imágenes, después de esto se decidió que se seguiría con el concepto de minimalismo y limpieza que espera el cliente. Se revisó la guía de estilo visual de la institución con el fin de tomarla en cuenta al momento de seleccionar los elementos del diseño. Posteriormente se creó la paleta de color a partir de los colores corporativos, se escogió la tipografía, se hicieron los bocetos a partir de la selección de las retículas y se bocetaron los figurines.

FASE 4 • PROTOTIPO

“La fase de ideación genera una serie de posibles soluciones para el briefing de diseño” (Ambrose y Harris, 2013, p. 22). Todas las ideas planteadas en la fase de ideación

pasan a construirse en la pantalla para proponer soluciones. El prototipo tiene el objetivo de poner a prueba los elementos visuales propuestos en la fase anterior. Esta fase es importante al momento de crear un producto que pasará al plano físico y tangible, ya que se presentan tal y como serían en las manos.

Para esta fase se procedió a digitalizar los bocetos realizados en la fase de ideación. Comenzó a construirse el diseño de la nueva guía, aplicando todos los elementos seleccionados y creando las ilustraciones, para así probar cómo se relacionan visualmente entre sí. En esta fase se intentaron las posibles soluciones: se jugó con el orden, dirección y tamaño de los elementos compositivos; se hicieron pruebas tipográficas y de mancha; y se hizo prueba de colores.

FASE 5 • SELECCIÓN

En este punto se selecciona una de las propuestas realizadas en la fase anterior, y es el punto de partida para desarrollar el resto del diseño. “El criterio fundamental de la selección es la idoneidad para el propósito: ¿el diseño cumple las necesidades y las metas del briefing, y se comunicará con eficacia con el público objetivo para conseguir esos fines? El diseño ganador suele ser el que más se acerca al briefing de diseño, o a una parte significativa de este” (Ambrose y Harris, 2013, p. 24).

En esta fase fueron presentadas las opciones al cliente para conocer su opinión y decisión. Se le presentó la mancha de texto planteada en distintos tamaños y posiciones en el formato y también las propuestas de ilustraciones. A partir de aquí se hizo la selección final de las retículas, ilustraciones, formatos, colores y tipografía;

y así continuar con el resto del diseño en base a la decisión tomada. En esta fase **la decisión del cliente fue la más importante**, ya que, según Ambrose y Harris (2013) el cliente “conoce mejor su negocio, su mercado y sus clientes, y por ello será quien tome la decisión final. Y esta puede ser otra muy distinta a la preferida por el diseñador” (p. 24).

FASE 6 • IMPLEMENTACIÓN

En esta fase se lleva a cabo el diseño completo tomando en cuenta la selección de la propuesta que se hizo en la fase anterior. Se termina el producto y se presenta al cliente, pero este puede requerir cambios si es necesario. “Durante la implementación es posible que sea necesario llevar a cabo pruebas si se trata de un trabajo de impresión [...]. Para páginas web y otros medios de comunicación electrónicos, las pruebas significan probar la funcionalidad, así como también la apariencia visual” (Ambrose y Harris, 2013, p. 26).

Aquí se terminó el ebook con las tres secciones a diseñar y se presentó al cliente. Se observó el producto final en conjunto y se llevó a cabo un debate que concluyó en una única modificación. El cliente, al darse cuenta de que solo tres secciones hacían el material muy extenso y quizá incómodo para las estudiantes, tomó la decisión de dividir el ebook por materia y por su contenido teórico-práctico. Esto resultó en tres ebooks: 1 con la sección de teoría de diseño estructural I, 1 con la sección práctica de diseño estructural I y 1 con la sección de teoría de introducción a la confección. Esta fase concluyó con la entrega final de los 3 productos terminados al cliente.

FASE 7 • APRENDIZAJE

En esta fase se hace una retroalimentación entre el cliente y el diseñador, el objetivo es determinar si el producto funcionó bien o si se debe mejorar. “El cliente puede empezar a buscar o recibir feedback de cómo el producto ha sido recibido por el público objetivo y cuan positivos han sido sus efectos en este. Así, una empresa de diseño puede averiguar cómo respondió la audiencia a su diseño” (Ambrose y Harris, 2013, p. 28).

En esta fase el cliente distribuyó la guía práctica y teórica de diseño estructural I, a sus estudiantes y, de acuerdo a él, las respuestas fueron positivas. Algunas estudiantes imprimieron ciertas páginas de la sección práctica y procedieron a realizar el patrón. En el proceso expresaron que era mucho más fácil seguir las instrucciones y expresaron gratitud.

A pesar de que la fase de aprendizaje suele parecer la última del proceso de diseño, esta se manifiesta desde el primer momento. Desde que se entrevista al cliente para llenar el briefing, luego al recolectar información para conocer los deseos y aspiraciones del público objetivo, pasando por buscar la opinión del cliente sobre el diseño en construcción y finalizando al conocer la opinión del público sobre el producto final. Desde la primera fase se realiza un proceso de retroalimentación con el objeto de estar bien direccionado durante el desarrollo del producto. Preocuparse por aprender en cada fase del diseño lleva a un resultado exitoso.



www.bodigital.ula.ve

capítulo IV
LA PROPUESTA

FASE 1 • DEFINICIÓN

OBJETIVO ESPECÍFICO

1 • Analizar los principios del diseño editorial para determinar las fallas estéticas y funcionales que orientan a la creación de una nueva guía de estudio.

Guías sin respaldo digital seleccionadas:

Diseño estructural I (teoría): **sección de tecnología textil.**

Diseño estructural I (práctica): **sección de construcción de faldas.**

Introducción a la confección (teoría): **sección del color.**

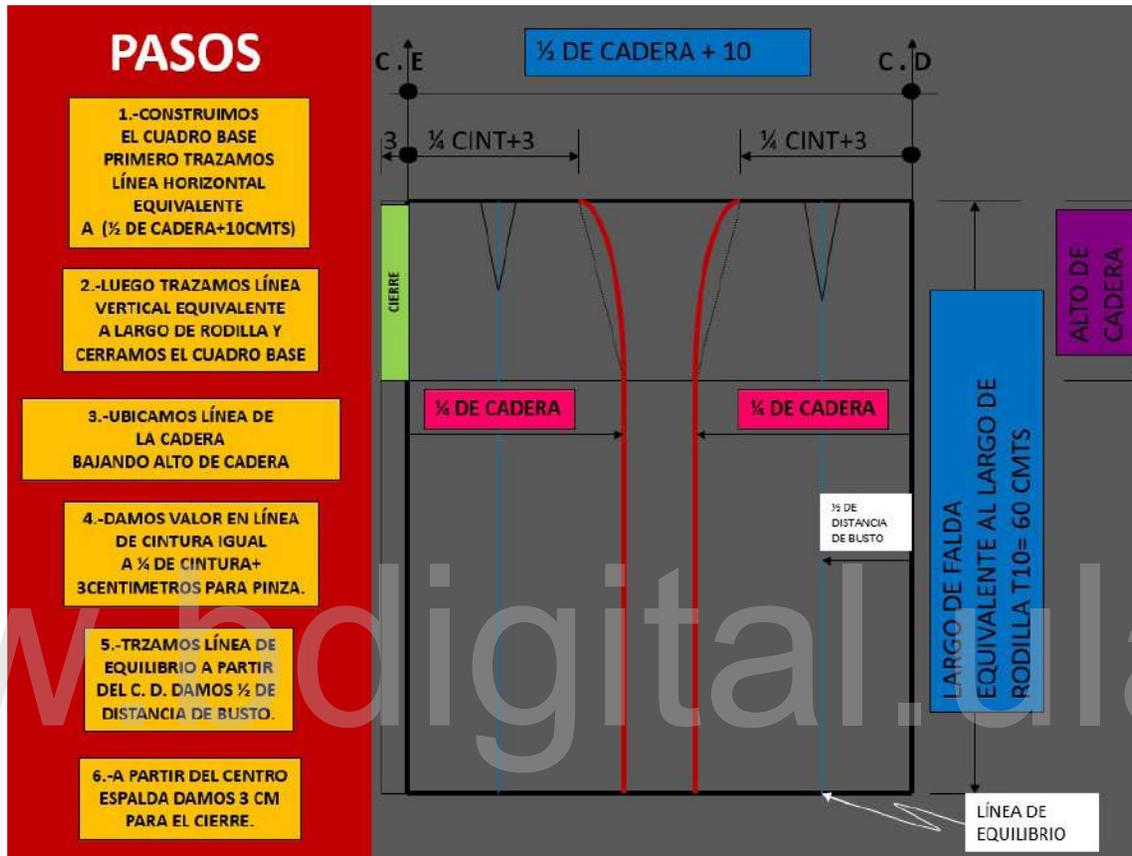
Como parte de la primera fase fue realizado el briefing de diseño y fueron recibidas las guías que usaban las estudiantes del primer trimestre. A continuación, se presentan algunas páginas de las guías a diseñar. Con estas se hará un análisis visual tomando en cuenta los elementos del diseño editorial estudiados en las bases teóricas de esta investigación, esto con el objetivo de determinar las fallas estéticas y funcionales que presentan para evitarlas en el diseño de las nuevas guías.

Diseño estructural I (práctica): Construcción de faldas. Se presentan las primeras 2 páginas de la guía **construcción de la falda base**.



Fallas:

- Tiene el logo viejo de la institución.
- Los colores no corresponden al brand board (guía del estilo visual) de la institución.
- Las imágenes de las faldas no corresponden al molde de la falda base explicada.
- No hay un sistema reticular, los elementos están desorganizados.



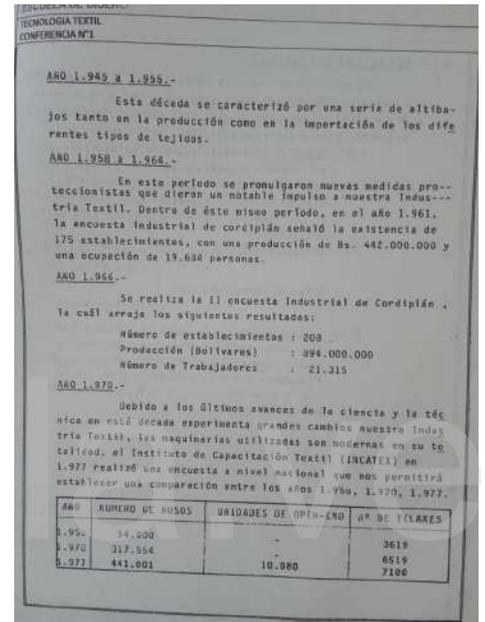
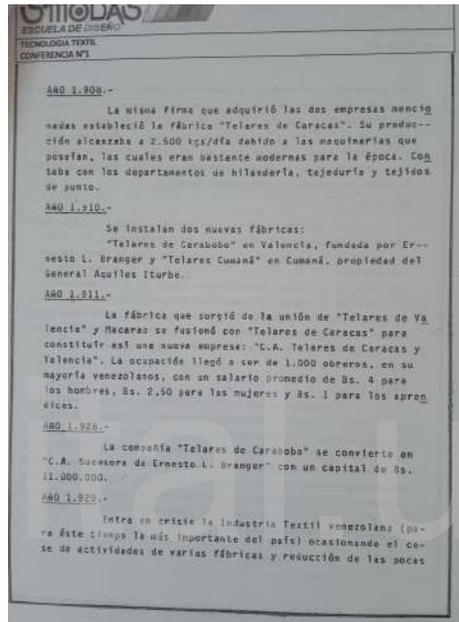
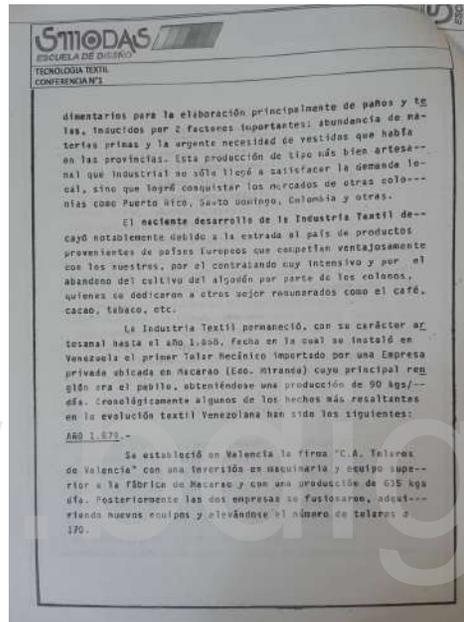
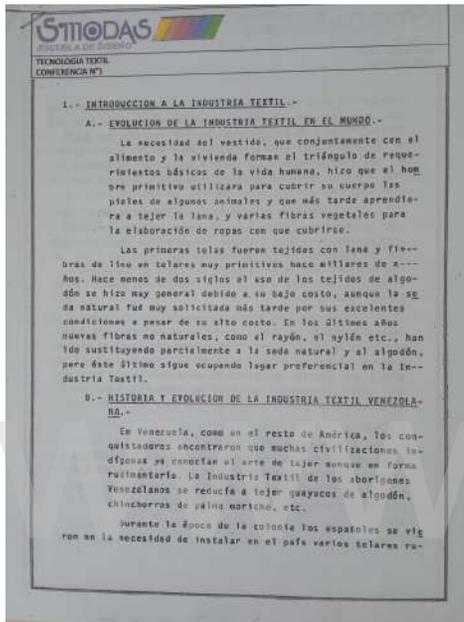
Fallas:

- Muchos colores saturados que entorpecen la lectura ordenada y lógica.
- No hay retícula, no tiene márgenes, módulos o líneas de flujo.
- Los pasos están escritos en caja alta y hay pocos caracteres por línea, según el manual de diseño

editorial de Buen Unna (2005) esto no es recomendable si se quiere una lectura fluida.

- Bajo contraste entre el fondo gris y las líneas del molde, otra falla según el mismo manual.
- Los colores no fueron seleccionados para cumplir una función.

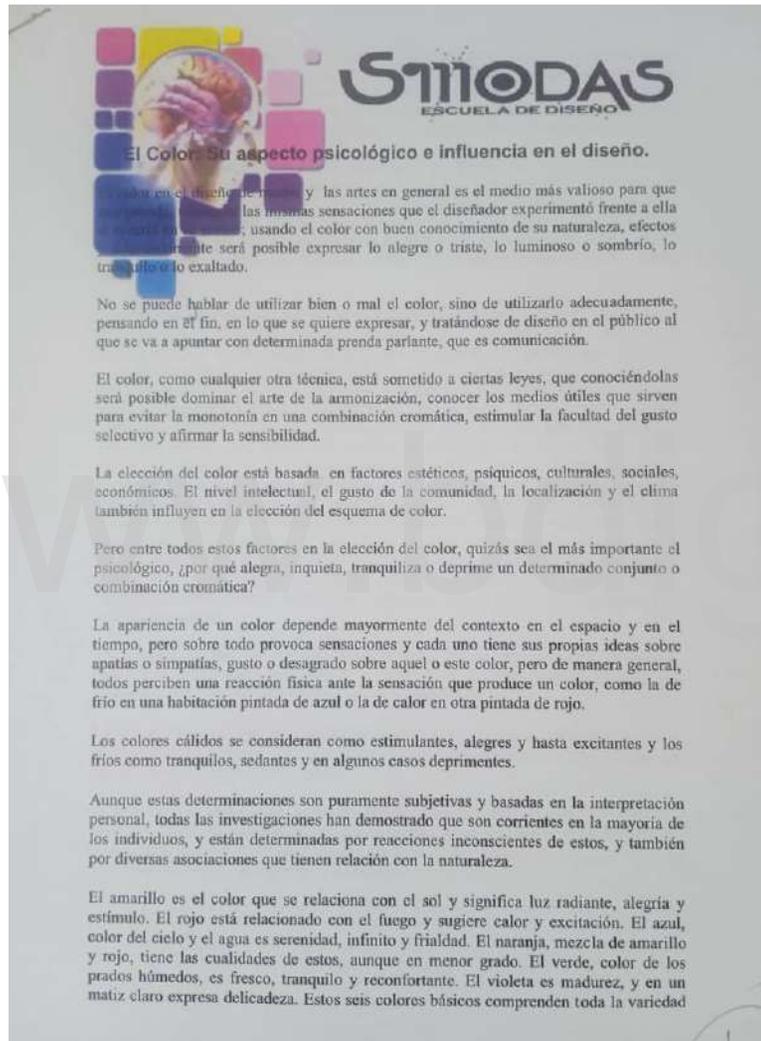
Diseño estructural I (teoría): Sección de tecnología textil. Se presentan algunas páginas de la guía **introducción a la industria textil**.



Fallas:

- Tiene el logo viejo de la institución.
- Tipografía poco legible por haber sido fotocopiada innumerables veces. Repasando el manual de diseño editorial de Buen Unna (2005), la mancha de texto presenta varios problemas: presencia de ríos, líneas ladronas, muchas repeticiones de guiones, sangrías demasiado amplias.

- Presencia de un borde decorativo no necesario que encierra el texto.
- Selección de una tipografía monoespaciada que acentúa los ríos y espacio entre letras e impiden la lectura de la lectura.
- La retícula es de manuscrito con una columna muy ancha que genera muchos caracteres por línea.



Introducción a la confección (teoría): sección del color. Se presenta una página de la guía **efectos psicológicos del color**.

Fallas:

- Imagen detrás del texto que dificulta la lectura, de acuerdo a Alberich, Gómez y Ferrer (2013) esto impide la fluidez de la lectura porque no hay un alto contraste uniforme entre el fondo y el texto.
- Según de Buen Unna (2005) hay fallas en la mancha de texto: ríos (a causa del justificado) y muchos caracteres por línea.

En general, las guías no cumplen con los alineamientos del brand board (guía del estilo visual) de la institución, no hay armonía entre ellas y no tienen el estilo limpio y profesional que pide el cliente. La dificultad que presentan las estudiantes al tratar de asimilar la información se puede deber al mal uso de los elementos del diseño.

FASE 2 • INVESTIGACIÓN

OBJETIVO ESPECÍFICO

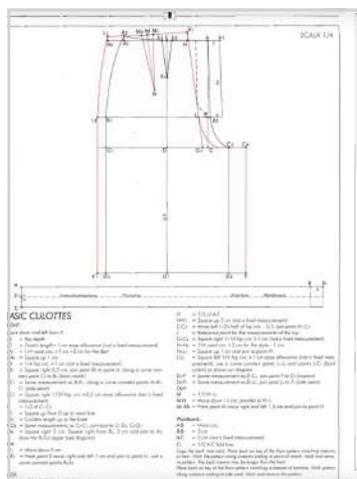
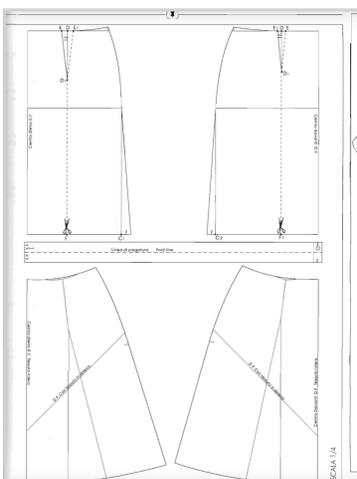
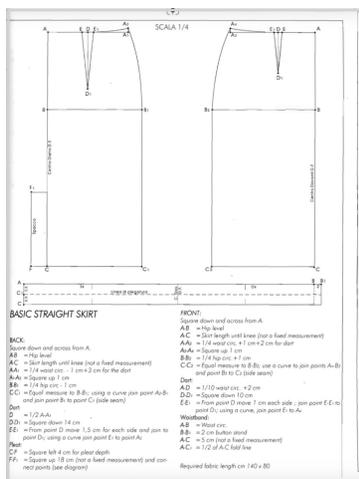
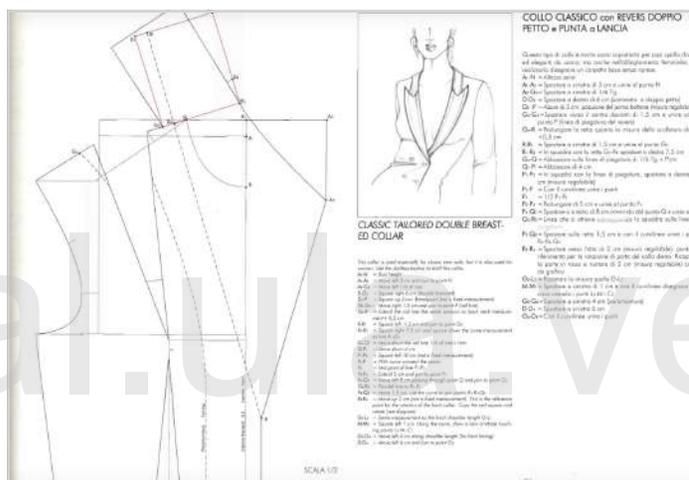
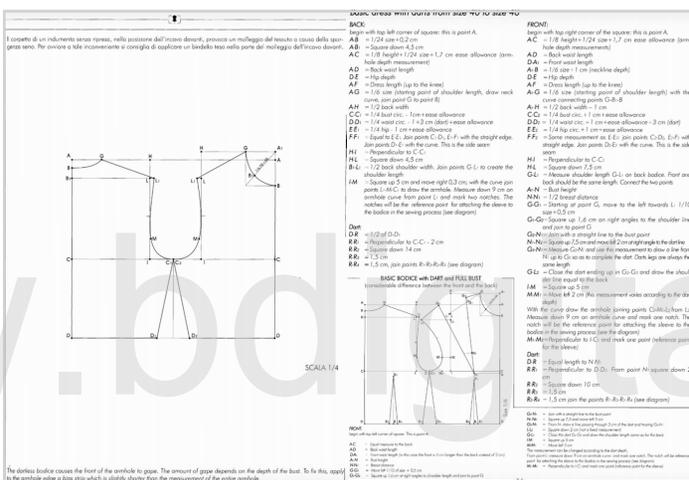
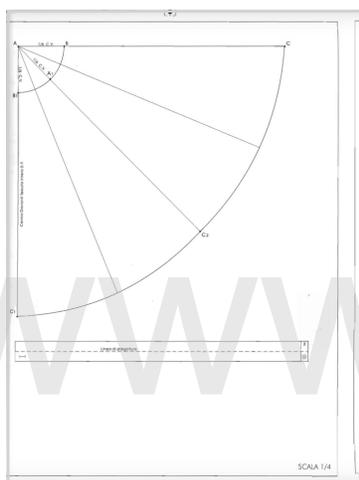
2 • Determinar las necesidades y aspiraciones del público objetivo en cuanto a la creación de una nueva guía de estudio.

Se procedió a realiza la encuesta a las estudiantes y a procesar los resultados. Como se mencionó anteriormente, las estudiantes expresaron disconformidad con el material, empezando por las guías prácticas de diseño estructural I. En la observación no estructurada, las chicas prefirieron prescindir de la guía y pedirle al profesor que dictara los pasos poco a poco mientras ellas iban trazando el molde. Se interactuó con las chicas durante la observación y expresaron verbalmente que les gustaría “guías más fáciles” que les permitiera avanzar en casa y no esperar dos veces por semana para la explicación del profesor.

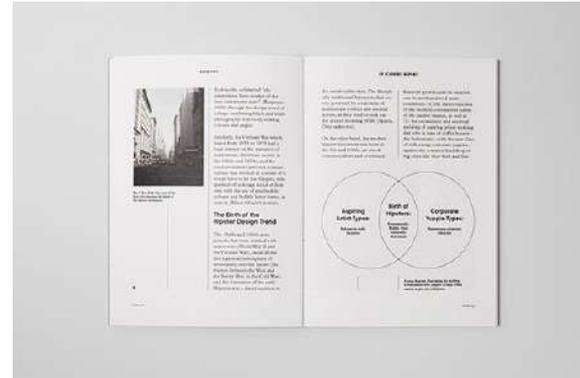
El cliente, por su parte, expresó en el desarrollo del briefing que quería algo “profesional” y propuso el libro “Il Modellismo” como un acercamiento visual a lo que quería. Para más seguridad se le pidió explicar mejor a qué se refería con “profesional” o “moderno” y sus palabras fueron “limpieza”, “fondos blancos”. En base a

eso se escogió como concepto el minimalismo, se decidió trabajar con la limpieza y sencillez en la maquetación. Se hizo la busca del libro propuesto y además de más imágenes para tener más variedad de referencias visuales.

Páginas de Il Modellismo:



Referencias visuales con el concepto minimalismo:

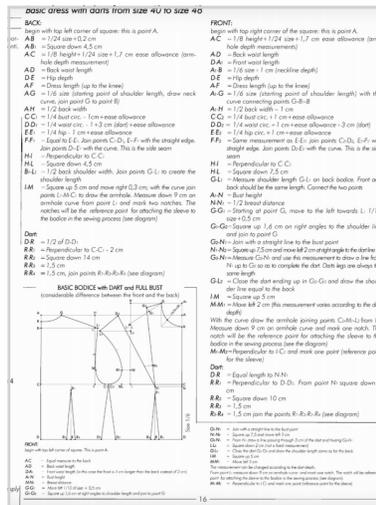


FASE 3 • IDEACIÓN

OBJETIVO ESPECÍFICO

3 • Establecer los elementos compositivos que conformarán el diseño de la nueva guía digital.

Se realizó el análisis de los referentes visuales expuestos en el capítulo II de esta investigación, estos son: Il Modellismo, The Fitting Book y The Palmer/Pletsch Complete Guide to Fitting.



Il Modellismo

Ventajas: tiene dibujos esquemáticos simples que son de mejor entendimiento. Uso de fondos blancos en su mayoría.

Desventajas: márgenes muy angostos que crean un poco de tensión y columnas muy amplias que generan muchos caracteres por línea. Interlineado mínimo que satura la mancha de texto e impide una lectura fluida.



The Fitting Book

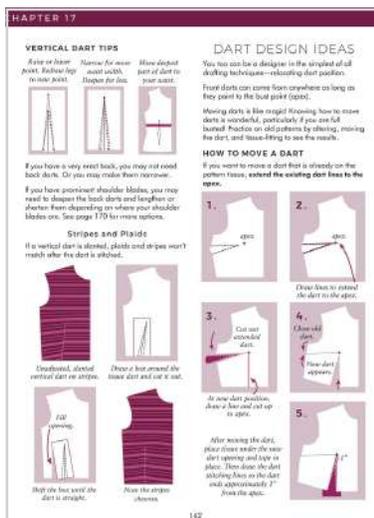
Ventajas: tiene dibujos esquemáticos simples que son de mejor entendimiento. Fondos blancos y simplicidad en la maqueta de la información.

Desventajas: en muchas páginas hay una saturación de elementos. No se respetan las líneas de flujo. Los anchos de columnas son muy variados, hay columnas muy delgadas que generan líneas muy cortas y muy anchas que generan líneas muy largas. Los títulos se encuentran sobre una línea sangrada, esto hace que se confundan con el nombre de la sección.

The Palmer/Pletsch Complete Guide to Fitting.

Ventajas: la lectura es fluida en su mayoría. Uso de color para crear énfasis y separar capítulos e información

Desventajas: hacen uso de muchos elementos decorativos que entorpecen la lectura. No se respetan las líneas de flujo, además, estas suelen tener distintos grosores. Muchos elementos no están alineados, lo que hace parecer que no hay sistema reticular.

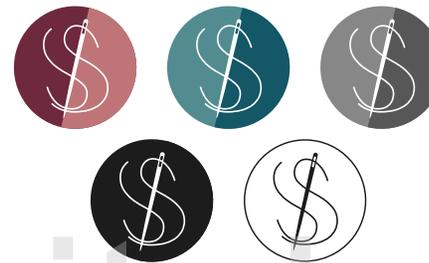


Para que la nueva guía esté alineada a la imagen visual corporativa de la institución, se hizo la revisión del brand board de la institución para la selección de colores y las tipografías. A continuación, se presentan elementos pertinentes del brand board.

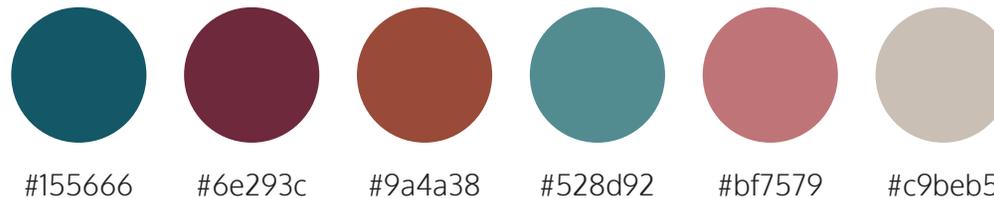
Imagotipo



Variaciones de color



Paleta de colores



Tipografías del logotipo (Imagotipo horizontal)



Tipografía seleccionada:

Se escogió **Oxygen**, una familia tipográfica con tres pesos. Fue diseñada para la lectura en pantalla y es de licencia libre. Esta funciona de manera efectiva en todas las interfaces gráficas de usuario, escritorios y dispositivos. Además tiene una buena diferenciación entre caracteres, lo que hace la lectura más fluida (Alberich, Gómez y Ferrer, 2013, p. 91).

Light para títulos y textos, con el fin de que el diseño se vea más moderno y **bold** para subtítulos, con el fin de que destaque.

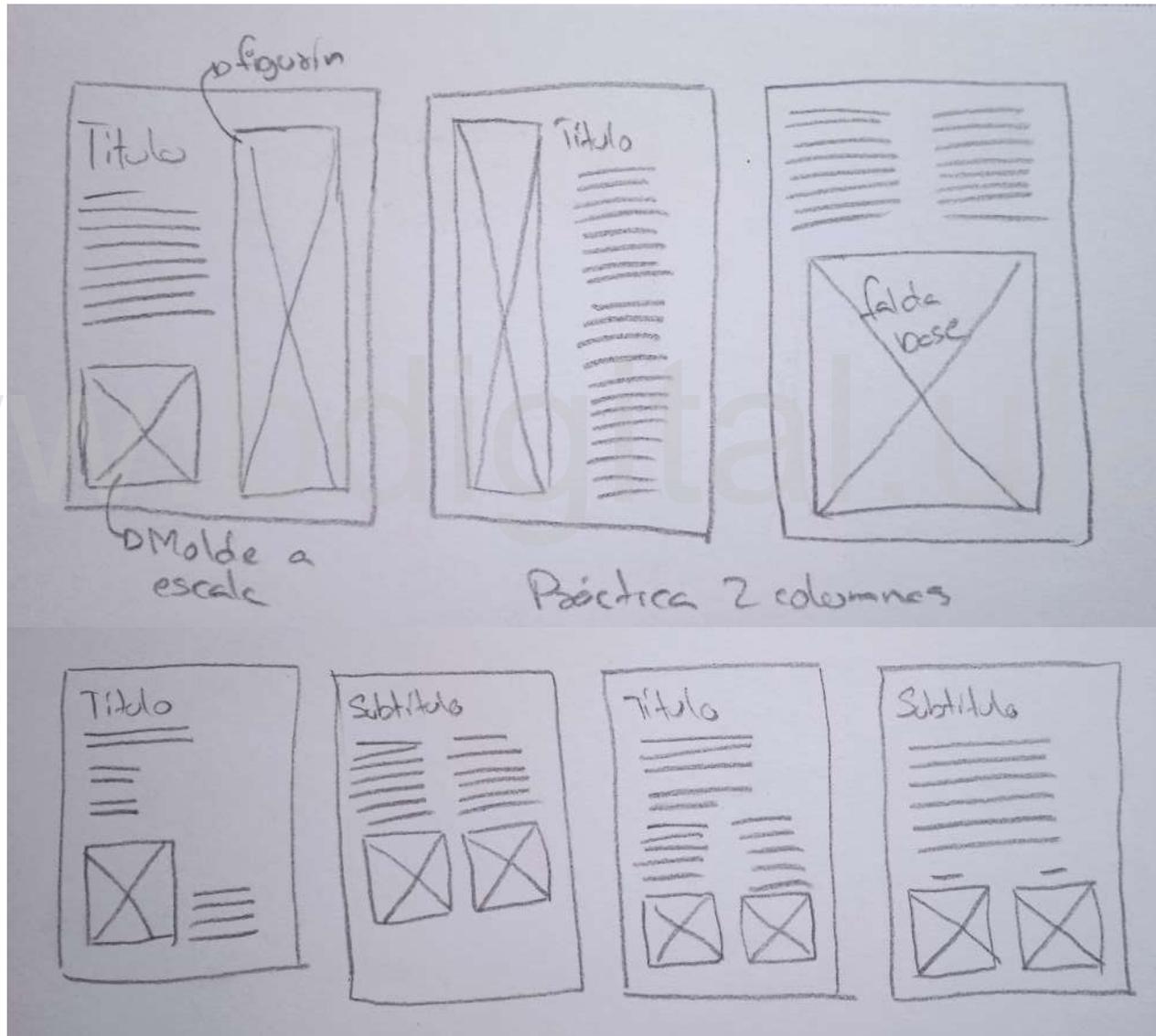
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
PQRSTUVWXYZ
1234567890

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
OPQRSTUVWXYZ
1234567890

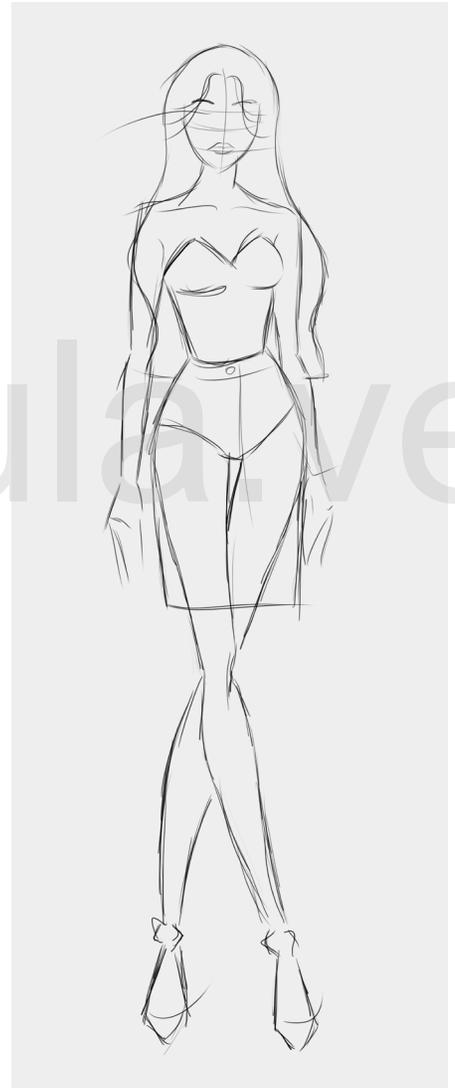
Colores seleccionados:

Se hará uso de los mismos colores del brand board, en la siguiente fase se decidirá si se agregarán detalles de color a la página. Las prendas de los figurines tendrán color, la prenda a destacar tendrá un color oscuro y el resto un color claro.

Se procedió a realizar los bocetos de la maqueta tomando en cuenta la información que contendría la guía:



Se procedió a realizar los bocetos de los figurines:



FASE 4 • PROTOTIPO

Aquí comienza la fase de digitalización. Se comenzó por la digitalización de las ilustraciones y sus pruebas de color.



En conjunto con el cliente se decidió que todos los tops tendrían el mismo color neutral y la pieza principal un color más fuerte, como la opción 1:

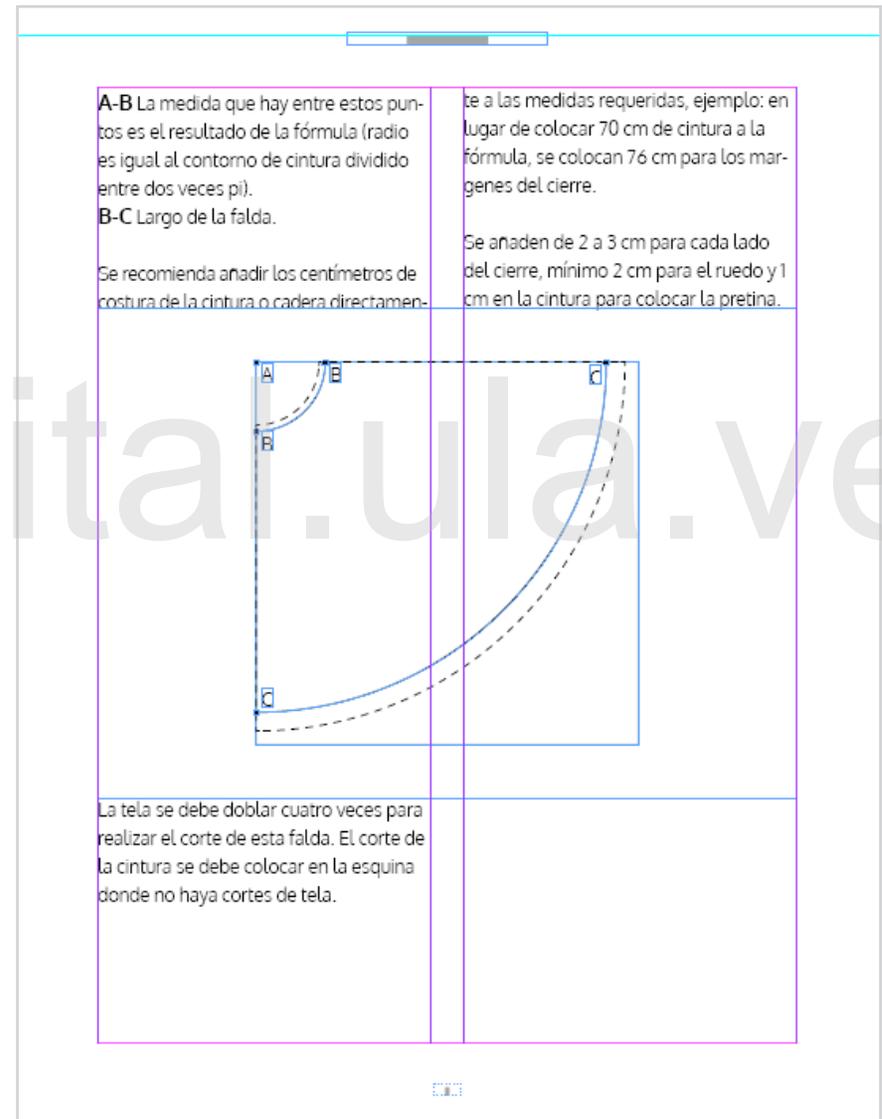


Se seleccionó el sistema de dos columnas para la maqueta de la parte práctica de diseño estructural. El corondel en todas las páginas mide 8 mm.

Cabe destacar que las medidas de las retículas y de los puntajes tipográficos se escogen en base a la sucesión de Fibonacci. Los márgenes están dentro de las medidas 13, 21 y 34 mm, y los corondeles y las líneas de flujo miden 2, 3, 5 y 8 mm.

Los títulos miden 34 pt, los subtítulos 21 pt y el texto 13 pt. Los textos más pequeños, como el nombre de la sección, número de página y las notas más pequeñas del texto miden 8 pt.

En todas las guías se coloca el nombre de la sección a 8 mm del límite superior del formato y el número de página a 8 mm del límite inferior del formato. Ambos en un gris al 50% con el propósito de que sea información que se lea de manera secundaria.



Se seleccionó el **sistema de módulos** para la maqueta de la parte teórica de diseño estructural. Hay páginas con 5 columnas y 8 filas y otras con 6 columnas y 9 filas, depende de la cantidad de información por cada página.



Se realizaron dos retículas para este ebook y para el de introducción a la confección. Para las páginas con menos información se usa la retícula de 5 columnas y 8 filas, todos sus márgenes miden 34 mm. Para las páginas con mayor cantidad de información se usa la retícula de 6 columnas y 9 filas, sus márgenes superior e inferior miden 34 mm y los laterales miden 21 mm.

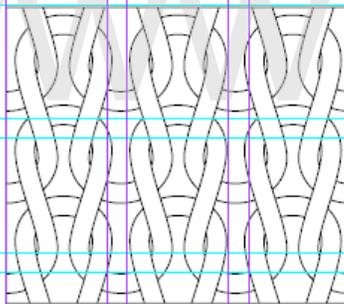
En ambas retículas los corondeles y las líneas de flujo miden 5 mm.

Tejido double knit:

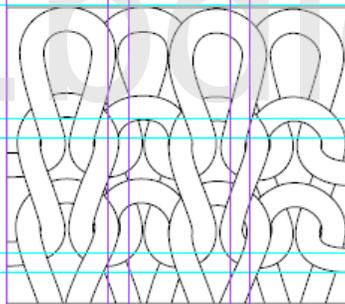
Se hace en máquinas que poseen 2 juegos de agujas, por consiguiente, estas telas tienen malla tanto por el derecho, como por el revés.

En igualdad de condiciones, una tela doublé knit, es más gruesa que una single Knit, pues el doble punto se puede considerar como san duche de dos telas single knit.

A diferencia de los tejidos sencillos, éstos solamente destejan por el último curso tejido, no se roscan en los orillos y tienen más o menos la misma elasticidad en ambos sentidos.



Single knit



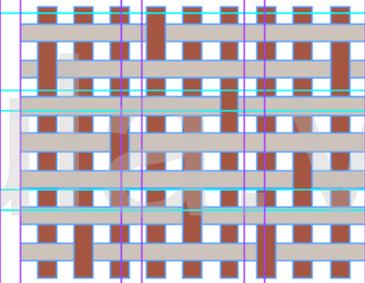
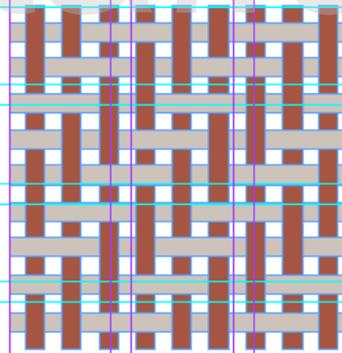
Double knit

Variaciones del tejido plano

Tafetán: Es el más sencillo de los tejidos y se dice que teje 1x1. Es igual por ambos del tejido, lo cual no tiene derecho.

Diagonal: el tejido diagonal produce líneas diagonales en la tela y éste puede ser diagonal derecho o izquierdo. En este tipo de tejido la dirección de la diagonal en el revés de la tela es contraria a la que tiene en el lado derecho, puede ser diagonal 2x1 (esto se refiere a que 2 hilos van por encima y uno por debajo), 3x1 ó 1x3.

Satén: En este tejido se trata de hacer flotar los hilos de la urdimbre o de la trama (Es decir que pasen por encima de otros hilos, formando bastas que permitan que el tejido se observe más brillante)



Se seleccionó el mismo **sistema de módulos** anterior para la maqueta de la parte teórica de introducción a la confección.

Psicología del color

Simbología del color

Desde épocas remotas se ha asociado los colores a ciertos estados de pánico, con motivos religiosos y mágicos. Pero la simbología de los colores difiere en las distintas civilizaciones. Por lo general el **amarillo** y el **rojo** son considerados colores cálidos y el **verde** y **azul** como colores fríos. El color nos ofrece un enorme vocabulario de gran utilidad en el alfabeto visual.

Los colores tienen un valor simbólico:

| | |
|-----------|--|
| amor | El rojo , el amor y la sangre, aunque también advierte un peligro inminente; el púrpura antiguamente "el color de los reyes" se emplea hoy para indicar radiactividad. El verde es el color del mal, pero también el de la esperanza. El negro es a la vez un color de gala y de luto. |
| furia | |
| luto | El rojo se asocia a la furia, peligro, amor la sangre y hasta se ha extrapolado a la capa roja con la que se agita al toro, el color rojo apenas si tiene significado para el toro que carece de sensibilidad hacia el color y solo se mueve por el hecho de que se agita ante él un trozo de tela. |
| misterio | |
| envidia | Pero veremos algunos significados que la cultura le da a algunos colores, a saber y cuales colores principales llegan al color del descrito. |
| esperanza | |
| luto | |
| gala | |

La importancia del color en la vida del hombre

Es indudable que desde que los animales aparecieron en la tierra dotados de órganos de los sentidos; es la vista uno de más relevantes ya que gracias a ella establecieron una relación con el mundo exterior que les permitió conocer el terreno, distinguir el peligro, avizorar su caza y por ende su alimento; mas es difícil saber cuales animales distinguieron el colorido del medio ambiente y no es hasta que el más racional de los animales aparece que podemos tener la convicción que los colores influyeran en su vida y decisiones. Este animal es el hombre.

los colores, muchos de los fenómenos naturales, conocieron el azul del cielo y la oscuridad de la noche, el verde de los campos, el árido amarillo de los desiertos, el blanco gélido de los glaciares y el rojo de la sangre. También estos colores debieron avisarles las estaciones del año y hasta los cambios de clima según se percibia.

Así los colores de la naturaleza deben haber influido directamente en su desarrollo, naciendo el gusto y predilección por algunos. La misma naturaleza prodiga en elementos, fue la que brindó la materia prima para que los colores fueran manipulados por los hombres, provocando se pintaran, posteriormente la necesidad de abrigo los motivó a utilizar los colores de su preferencia en las vestimentas y al paso del tiempo; del conocimiento y perfeccionamiento de esta práctica establecieron que determinadas vestimentas de color fueran utilizadas en galas, festejos, tristezas y guerras.

El color es luz, belleza, armonía y delicia de la vista, pero es sobre todo, equilibrio psíquico, confort y educación.

Podemos imaginar cómo los hombres más antiguos aprendieron por la vista de

Pruebas de color en el diseño general. Se propuso hacer una prueba con pequeños detalles en color, como en la parte de la sección y en el molde a escala.

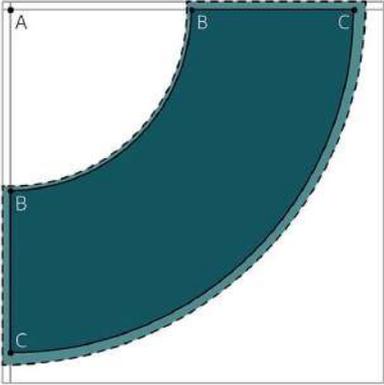
Faldas circulares

Cuarto de círculo

Fórmula $r=2C/\pi$

A-B La medida que hay entre estos puntos es el resultado de la fórmula (radio es igual a dos veces el contorno de cintura dividido entre pi).
B-C Largo de la falda.

Se añaden de 2 a 3 cm para cada lado del cierre, mínimo 2 cm para el ruedo (depende del ruedo que quieras aplicar) y 1 cm en la cintura para colocar la pretina.



5

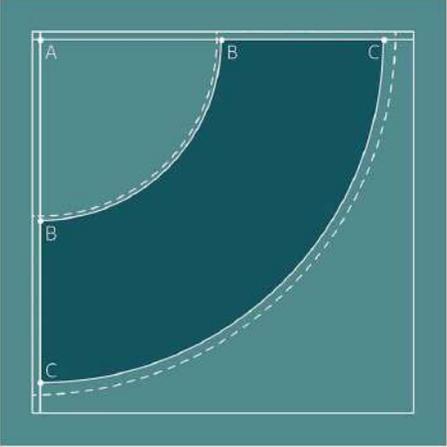
Faldas circulares

Cuarto de círculo

Fórmula $r=2C/\pi$

A-B La medida que hay entre estos puntos es el resultado de la fórmula (radio es igual a dos veces el contorno de cintura dividido entre pi).
B-C Largo de la falda.

Se añaden de 2 a 3 cm para cada lado del cierre, mínimo 2 cm para el ruedo (depende del ruedo que quieras aplicar) y 1 cm en la cintura para colocar la pretina.



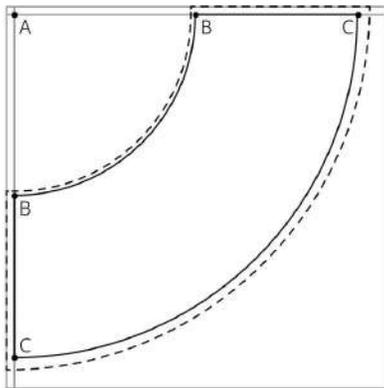
5

Cuarto de círculo

Fórmula $r=2C/\pi$

A-B La medida que hay entre estos puntos es el resultado de la fórmula (radio es igual a dos veces el contorno de cintura dividido entre pi).
B-C Largo de la falda.

Se añaden de 2 a 3 cm para cada lado del cierre, mínimo 2 cm para el ruedo (depende del ruedo que quieras aplicar) y 1 cm en la cintura para colocar la pretina.



5

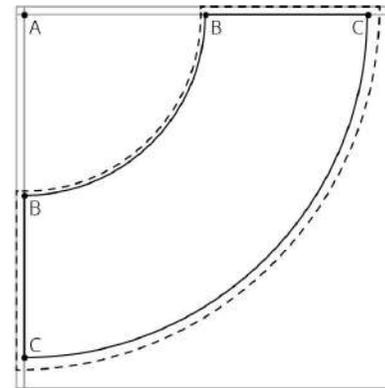


Cuarto de círculo

Fórmula $r=2C/\pi$

A-B La medida que hay entre estos puntos es el resultado de la fórmula (radio es igual a dos veces el contorno de cintura dividido entre pi).
B-C Largo de la falda.

Se añaden de 2 a 3 cm para cada lado del cierre, mínimo 2 cm para el ruedo (depende del ruedo que quieras aplicar) y 1 cm en la cintura para colocar la pretina.



5



FASE 5 • SELECCIÓN

En esta fase el cliente seleccionó la propuesta más simple y con menos color.

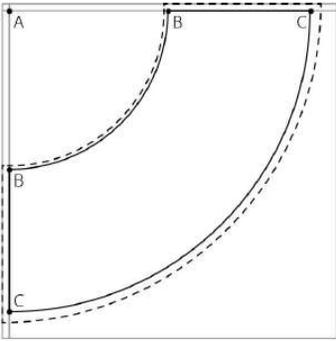
Faldas circulares

Cuarto de círculo

Fórmula $r=2C/\pi$

A-B La medida que hay entre estos puntos es el resultado de la fórmula (radio es igual a dos veces el contorno de cintura dividido entre pi).
B-C Largo de la falda.

Se añaden de 2 a 3 cm para cada lado del cierre, mínimo 2 cm para el ruedo (depende del ruedo que quieras aplicar) y 1 cm en la cintura para colocar la pretina.



5

Falda base

Posterior

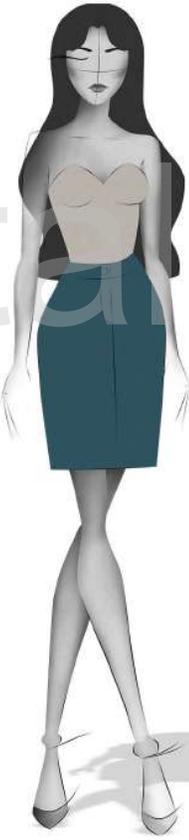
Dejar un margen superior de 2 cm para los cm de costura y un margen lateral de 3 cm para el cierre.

A-A' Es el margen para el cierre.
A-C Medida de la altura de cadera.
A-E Medida del largo de la falda.
A-B Cuarta parte del contorno de cintura más 3 cm para la pinza.
C-D Cuarta parte del contorno de cadera.
E-F Cuarta parte del contorno de cadera.
A-G Mitad de la medida de la distancia de busto.

Bajamos 9 ó 10 cm del punto G hasta el punto H. A cada lado del punto G marcar 1,5 cm y trazar las líneas diagonales hasta el punto H para formar la pinza. Estas se pueden modificar posteriormente para entallar mejor el cuerpo.

Delantero

Dejar un margen superior de 2 cm para los cm de costura y desarrollar el trazo básico del molde posterior con la modificación a continuación:



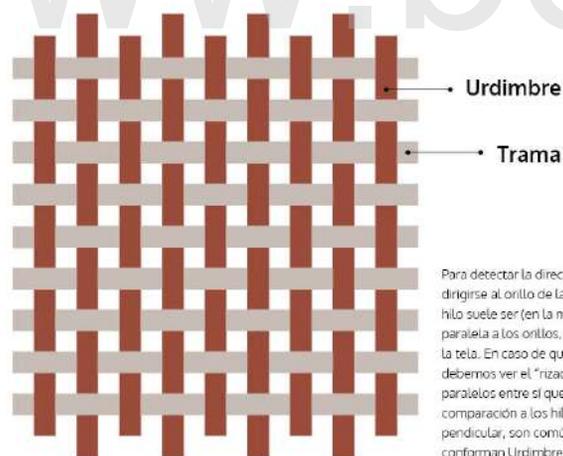
2

Generalidades del tejido plano

Las telas planas son las que se construyen entrelazando los hilos de urdimbre con los hilos de trama.

Hilos de urdimbre: son los hilos que van en el mismo sentido del **largo** de la tela.

Hilos de trama: son los hilos que van en el mismo sentido del **ancho** de la tela.



Para detectar la dirección del hilo hay que dirigirse al orillo de la tela, la dirección del hilo suele ser (en la mayoría de los casos) paralela a los orillos, es decir, a lo largo de la tela. En caso de que no tengamos orillo debemos ver el "rizado" de los hilos, los hilos paralelos entre sí que están más rizados en comparación a los hilos que están en perpendicular, son comúnmente, los hilos que conforman Urdimbre.

Además, se propuso una nueva tipografía para los títulos. **Lora** es una tipografía con serifas que se usará para los títulos y subtítulos, en un tamaño mínimo de 21 pt, con el fin de evitar la distorsión de sus serifas. La fuente se caracteriza por pinceladas irregulares que le dan un toque artístico distintivo y moderno. Sus serifas están cuidadosamente elaboradas para crear una apariencia llamativa y dinámica, lo que la hace una excelente opción para la visualización en pantalla.

Lora Regular

a b c d e f g h i j k l m n o
p q r s t u v w x y z
A B C D E F G H I J K L M N
O P Q R S T U V W X Y Z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

FASE 6 • IMPLEMENTACIÓN

OBJETIVO ESPECÍFICO

4 • Proponer el diseño de una guía digital con el material de estudio seleccionado para las estudiantes de nuevo ingreso de la carrera.

En esta fase el cliente tomó la decisión de dividir el ebook por materia y por su contenido teórico-práctico. Esto resultó en tres ebooks:



Teoría de diseño estructural I:

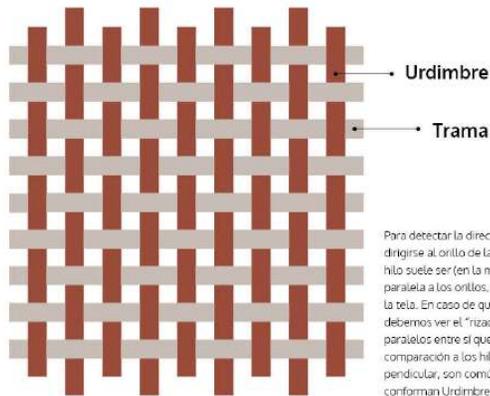
Clasificación de las fibras textiles

Generalidades del tejido plano

Las telas planas son las que se construyen entrelazando los hilos de urdimbre con los hilos de trama.

Hilos de urdimbre: son los hilos que van en el mismo sentido del **largo** de la tela.

Hilos de trama: son los hilos que van en el mismo sentido del **ancho** de la tela.



16

Clasificación de las fibras textiles

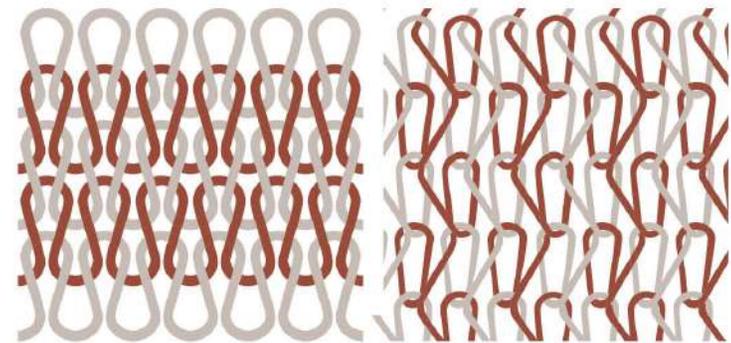
Generalidades del tejido de punto

En un principio, el tejido de punto se elaboró manualmente; se desconoce quién lo inventó. La elaboración del tejido de punto en máquina accionada manualmente fue inventada por el inglés William Lee, 1589. Su invento fue tan perfecto que los telares actuales poseen los mismos mecanismos de aquella época.

Definición: Es el entrelazamiento de varios hilos por medio de bucles, mallas o puntos.

Tricitar: en este tipo de estructuras, las mallas hechas por cada hilo de tramas se forman a lo ancho de la tela.

Tejido de punto por urdimbre: las mallas hechas por cada hilo de urdimbre se forman a lo largo de la tela.



18

Teoría de introducción a la confección:

Psicología del color

Simbología del color

Desde épocas remotas se ha asociado los colores a ciertos estados de pánico, con motivos religiosos y mágicos. Pero la simbología de los colores difiere en las distintas civilizaciones. Por lo general el **amarillo** y el **rojo** son considerados colores cálidos y el **verde** y **azul** como colores fríos. El color nos ofrece un enorme vocabulario de gran utilidad en el alfabeto visual.

Los colores tienen un valor simbólico:



El **rojo**, el amor y la sangre, aunque también advierte un peligro inminente; el **púrpura** antiguamente "el color de los reyes" se emplea hoy para indicar radiactividad. El **verde** es el color del mal, pero también el de la esperanza. El **negro** es a la vez un color de gala y de luto.



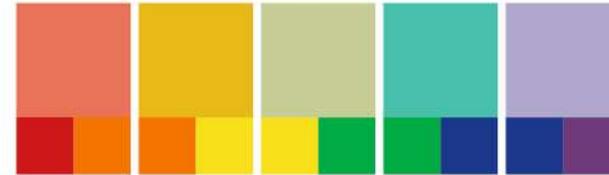
El **rojo** se asocia a la furia, peligro, amor la sangre y hasta se ha extrapolado a la capa roja con la que se agita al toro, el color rojo apenas si tiene significado para el toro que carece de sensibilidad hacia el color y solo se mueve por el hecho de que se agita ante él un trozo de tela.



Pero veremos algunos significados que la cultura le da a algunos colores, a saber y cuales colores principales llegan al color del descrito.

7

Psicología del color



Color, significado y mezcla

- **Salmón pálido:** amor incondicional (**rojo c/naranja**).
- **Amarillo dorado:** sabiduría (**naranja c/amarillo**).
- **Verde pálido:** hermandad y unidad (**amarillo c/verde**).
- **Turquesa:** claridad de pensamiento (**verde c/azul**).
- **Lavanda:** Altos ideales, devoción a Dios (**azul c/violeta**).

Los siete colores dan muchas combinaciones, mezclándolos con el negro conseguimos matices, mezclándolos con el blanco, obtenemos tonalidades.

Vivimos en un mundo de dualidad: positivo y negativo, oscuridad y luz, etc. Con los colores pasa lo mismo: tienen un aspecto caliente y uno frío, cualidades positivas y negativas. Las cualidades positivas son las tonalidades, las negativas los matices.

Colores pálidos:

se sienten libres y despreocupados.

Colores sombríos:

expresan prudencia y sobriedad.

8

CONCLUSIONES

En relación al objetivo general, en esta tesis se hizo la propuesta de diseño para una guía digital con material selecto del primer trimestre de la Escuela de Diseño Smo-das, esta propuesta permitió facilitar el proceso de enseñanza-aprendizaje en las estudiantes de nuevo ingreso de la institución.

Para responder la pregunta de investigación, se determinaron objetivos específicos que llevaron a la propuesta final del producto factible. Según el objetivo específico 1, en las bases teóricas, se hizo una recopilación bibliográfica de términos que llevaron a definir el producto a realizar, y también se hizo una recopilación de las pautas visuales que todo producto editorial debería cumplir para ser estético y funcional. Más adelante, en el objetivo específico número 2 y 3, se requirió la participación del público meta y el cliente, con el objeto de recolectar información que orientara en la selección de los elementos visuales que conformarían el producto.

Cabe destacar que el cliente tuvo una participación activa en todas las fases de la metodología de diseño aplicada. Existió una relación comunicativa con el cliente que fue de gran impacto para el producto final. Así como se explica en la fase de aprendizaje, las opiniones y observaciones del cliente se tomaron en cuenta, desde la primera hasta la última fase, para la toma de decisiones estéticas; lo que llevó a un resultado exitoso en cuanto a los objetivos de la investigación y los objetivos del briefing de diseño.

El resultado de esta investigación llevó a un producto factible que cumplió con los objetivos propuestos. La propuesta de diseño que se concretó fue aprobada por el cliente y distribuida por el mismo a las estudiantes, quienes definieron la propuesta como una mejora significativa al material previo. El cliente, al poner a prueba el material, notó la independencia de las estudiantes en el proceso de autoaprendizaje que se buscaba desde el principio de la investigación.

Con esta propuesta se hace evidente que la aplicación de los principios del diseño gráfico, para la creación de productos editoriales informativos y educativos, es de gran importancia dentro de los métodos de enseñanza-aprendizaje aplicados en el sistema educativo de cada institución. Esta propuesta se considera un aporte al sistema de educación superior nacional, ya que fue realizada para la única institución de diseño de modas existente en el oriente del país. El diseño gráfico como disciplina aporta innovación, lucidez y creatividad; más allá de ser comunicación visual, es un proceso creativo, un conjunto de pasos lógicos y ordenados que llevan a resultados exitosos que aportan significativamente a la sociedad.

REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

PÁGINAS WEB

- Alonso, R. (17 de mayo de 2021). *¿Cómo se verá mejor un monitor? sRGB vs Adobe RGB*. Hard Zone. Recuperado de: <https://hardzone.es/tutoriales/componentes/srgb-adobe-rgb-espacios-color/>
- Antúñez, S. (22 de mayo de 2019). *El papel de la mujer en el arte de la costura en la Edad Moderna*. El Reto Histórico. Recuperado de: <https://elretohistorico.com/papel-mujer-arte-costura/>
- Ascano, A. (10 de octubre de 2010). *Ingenue Fashion Sketches*. Trendhunter. Recuperado de: <https://www.trendhunter.com/trends/masaki-mizuno>
- Atelier Glez. (22 de febrero de 2022). *¿Qué es el valor en el arte y por qué es tan importante?* Recuperado de: <https://www.atelierglez.com/blog-de-noticias/que-es-el-valor-en-el-arte-y-por-que-es-tan-importante>
- ATS Gestión Documental. (31 de octubre de 2019). *La importancia de digitalizar documentos en una era virtualizada*. Recuperado de: <https://atsgestion.net/importancia-digitalizar-documentos/>
- Baltazar, L. (7 de abril de 2022). *¿Cómo emprender en el diseño de modas? Haz tu colección de moda una realidad*. Crehana. Recuperado de: <https://www.crehana.com/blog/estilo-vida/disenio-de-modas/>
- BenQ. (24 de marzo de 2021). *RGB o sRGB ¿Cómo configurar tu monitor para fotografía?* Recuperado de: <https://www.benq.com/es-mx/centro-de-conocimiento/conocimiento/rgb-o-srgb-como-configurar-tu-monitor-para-fotografia.html>
- Blog artes visuales. (2 de octubre de 2006). *Formatos en diseño editorial*. Blog artes visuales. Recuperado de: <https://www.blogartesvisuales.net/disenio-grafico/editorial/formatos-en-disenio-editorial/>
- Canal Coser fácil y más Menudo Numerito. (27 de julio de 2018). *Mis libros de costura favoritos* [Archivo de Vídeo]. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=8Gm9OV0jn40>
- Castillo, H. (4 de junio de 2010). *Qué representan los estadios y cómo se abordan éstos en la Investigación Holística*. Grupos. Recuperado de: <https://groups.google.com/g/7m3ag/c/FfIWumfL3kM>
- Cervera, A. (11 de julio de 2023). *¿Qué es un archivo EPUB? Cómo abrir, editar, comprimir, convertir y recuperarlo*. Wondershare. Recuperado de: <https://recoverit.wondershare.es/file-recovery/what-is-epub-file.html>
- Comunidad Baratz (10 de febrero de 2014). *Todos los formatos de libros electrónicos*. Recuperado de: <https://www.comunidadbaratz.com/blog/todos-los-formatos-de-libros-electronicos/>
- De Gregorio, A. (2022). *Hey! I'm Alessandra*. Alessandra De Gregorio. Recuperado de: <https://www.alessandradegregorio.com/>
- Descubierta, diseño de portadas. (13 de marzo de 2021). *Cuáles son los formatos más habituales para eBooks*. Recuperado de: <https://>

descubierta.es/cuales-son-los-formatos-mas-habituales-para-ebooks/

Di Mascio, L. (27 de mayo de 2022). *La importancia de la ilustración en el diseño gráfico*. Valor de Ley. Recuperado de: <https://valordeley.es/blog/importancia-ilustracion-diseno-grafico/>

Digital Guide Ionos. (27 de febrero de 2019). *Parte 3: los formatos de los eBooks*. Recuperado de: <https://www.ionos.es/digitalguide/online-marketing/vender-en-internet/todo-sobre-los-ebooks-formatos-de-ebook/>

El closet de Giuliana. (6 de octubre de 2012). *Prêt-à-porter y Haute Couture, ¿cuál es la diferencia?* Recuperado de: <https://www.elclosetdegiuliana.com/2012/10/06/pret-a-porter-y-haute-couture-cual-es-la-diferencia/>

Equipo Piuca Collection (25 de junio de 2020). *Breve historia del origen de la moda*. Piuca Collection. Recuperado de: <https://piucacollection.com/breve-historia-del-origen-de-la-moda/>

Fashion techniques. (11 de octubre de 2016). *Il Modellismo, modelo que hace la costura y técnica*. Recuperado de: https://www.fashiontechniques.com/libro_costura.html

Fashionunited. (27 de marzo de 2020). *La re-educación de los profesionales de la moda para una economía circular*. Recuperado de: <https://fashionunited.mx/noticias/empresas/la-re-educacion-de-los-profesionales-de-la-moda-para-una-economia-circular/2020032728696>

Geeknetic. (2012). *Los archivos: tipos, extensiones y programas para su uso*. Geeknetic. Recuperado de: <https://www.geeknetic.es/Guia/91/Los-archivos-tipos-extensiones-y-programas-para-su-uso.html>

Gerez, P. (18 de diciembre de 2019). *La tumba de Nefertari, un palacio mortuario en medio del desierto*. Travesías. Recuperado de: <https://www.travesiasdigital.com/destinos/tumba-de-nefertari-en-egipto/>

Hirald, M. (18 de julio de 2021). *Historia de la moda: origen y evolución a lo largo del tiempo*. Diario Libre. Recuperado de: <https://www.diariolibre.com/estilos/moda/historia-de-la-moda-origen-y-evolucion-a-lo-largo-del-tiempo-KG27561812>

How Fashion Works. (25 de agosto de 2022). *¿Qué es un figurín? How Fashion Works*. Recuperado de: <https://howfashionworks.com.ar/blog/que-es-un-figurin/>

Hurtado, J. (21 de febrero de 2008). *La investigación proyectiva*. Investigación holística. Recuperado de: <http://investigacionholistica.blogspot.com/2008/02/la-investigacin-proyectiva.html>

Istituto di Moda Burgo. (s/f). *Metodo Didattico*. Recuperado de: <https://www.imb.it/it/metodo-didattico/>

Jaraba, F. (1 de junio de 2023). *¿Qué es el diseño de moda y qué hace un diseñador de moda?* Escuela británica de artes creativas y tecnología. Recuperado de: <https://ebac.mx/blog/diseño-de-modas>

Karman, B. (13 de mayo de 2022). *Despierta tu pasión por la ilustración de moda*. Adobe. Recuperado de: <https://www.adobe.com/co/creativecloud/illustration/discover/fashion-illustration.html>

Lafayette Uni For Me. (28 de mayo de 2013). *¿Qué es un figurín?* Recuperado de: <https://uniformelafayette.com/que-es-un-figurin/>

Lara, R. (29 de abril de 2019). *Diseño: Grillas, retículas y cuadrículas*. Brand inteligente. Recuperado de: <https://brand-inteligente.com/dise-no/dise-no-y-composicion/>

Medetbek, A. (s/f). *Toianmed*. Instagram. Recuperado de: <https://www.instagram.com/toianmed/?hl=es>

Medetbek, A. (s/f). *List of works*. Artist Collector. Recuperado de: <https://artist-collector.com/es/brand/335-anara-aka-toianmed>

Mendoza, N. (29 de octubre de 2020). *La importancia de los diseñadores de moda, modistos, sastres y costureros en la sociedad*. Business á la mode. Recuperado de: <https://www.businessalamode.com/post/la-importancia-de-los-dise%C3%B1adores-de-moda-modistos-sastres-y-costureros-en-la-sociedad>

Mizuno, M. (8 de octubre de 2010). *Portafolio*. Behance. Recuperado de: <https://www.behance.net/masakimizuno>

Nuñez, D. (2 de febrero de 2021). *¿Cómo era la ropa en la Prehistoria? Análisis de los tejidos y tipos de prendas en el Paleolítico, Neolítico y Edad Antigua*. ImpulsaT. Recuperado de: <https://www.formacionimpulsat.com/informacion/como-era-la-ropa-en-la-prehistoria-analisis-de-los-tejidos-y-tipos-de-prendas-en-el-paleolitico-neolitico-y-edad-antigua/>

Ordoñez, L. (16 de noviembre de 2016). *¿Qué es un producto digital?* Oleoshop. Recuperado de: <https://www.oleoshop.com/blog/producto-digital-que-es>

Páez, L. (18 de agosto de 2021). *Dónde estudiar diseño de moda: las mejores del mundo*. Laurapaez. Recuperado de: <https://laurapaez.com/donde-estudiar-diseno-de-moda/>

Pérez, A. (15 de junio de 2021). *¿Qué es el kerning y el tracking? | Conceptos de tipografía*. Es Design. Recuperado de: <https://www.esdesign-barcelona.com/actualidad/dise-no-editorial/que-es-el-kerning-y-el-tracking-conceptos-de-tipografia>

Palmer, P. (11 de noviembre de 2020). *The Palmer/Pletsch Complete Guide to Fitting, Sewing Book*. Palmer/pletsch. Recuperado de: <https://palmerpletsch.com/product/palmer-pletsch-complete-guide-fitting-sewing-book/>

Peralta, D. (11 de marzo de 2020). *La Ilustración de Moda*. Alldahi Studio. Recuperado de: <https://www.alldahi.com/post/la-ilustraci%C3%B3n-de-moda>

Photography for Real Estate. (12 de noviembre de 2021). *Espacio de color Adobe RGB frente a sRGB: cuál usar*. Recuperado de: <https://photographyforrealestate.net/es/adobe-rgb-vs-srgb/>

Renee, G. (20 de junio de 2021). *The Fitting Book (ebook pdf)*. Gina Renee. Recuperado de: <https://www.ginareneedesigns.com/product/the-fitting-book/>

RGB Escuela. (14 de abril de 2023). *Espacios de color en Fotografía: sRGB, Adobe RGB y ProPhoto RGB*. Recuperado de: <https://rbgescuela.com/tutoblogs/espacios-color-en-fotografia-srgb-adobe-rgb-y-prophoto-rgb/>

Rodríguez, J. (27 de enero de 2022). *Qué espacio de color usar en fotografía para web: sRGB o AdobeRGB*. Bluekea. Recuperado de: <https://bluekea.com/blog/tecnica-digital/espacios-de-color-para-web-srgb-adobergb>

Rodríguez, M. (13 de junio de 2010). *Tipos de Investigación*. Metodología mecánica. Recuperado de: <http://metodologiamecanica.blogspot.com/2010/06/tipos-de-investigacion.html>

Rodríguez, P. (s/f). *¿Qué es una retícula en diseño gráfico?* CEI. Recuperado de: <https://cei.es/que-es-una-reticula-en-diseno-grafico/>

Romero, E. (18 de noviembre de 2019). *¿Qué es la retícula en diseño gráfico y para qué sirve?* Inesem Business School. Recuperado de: <https://www.inesem.es/revistadigital/diseño-y-artes-graficas/que-es-la-reticula-en-diseno-grafico/>

Sanchez, J. (25 de febrero de 2022). *Qué es la resolución de pantalla y cuáles son las más usadas*. JVS Informática. Recuperado de: <https://www.jvs-informatica.com/blog/que-es-la-resolucion-de-pantalla-y-cuales-son-las-mas-usadas/>

Slow Fashion Next. (2022). *¿Qué significa la cuarta revolución industrial para la industria de la moda?* Slow Fashion Next. Recuperado de: <https://slowfashionnext.com/blog/significa-la-cuarta-revolucion-industrial-la-industria-la-moda/>

SVI. (20 de mayo de 2022). *Tipos de resoluciones de pantalla*. Recuperado de: <https://www.s-vi.com/post/tipos-de-resoluciones-de-pantalla-hd-full-hd-ultra-hd-4k-8k>

Taller FPD. (11 de febrero de 2020). *Fashion in Economics: La importancia de la educación en la moda como impulsor económico*. Recuperado de: <http://taller-fdp.com/fashionineconomics-la-educacion-en-la-moda/>

Taller vertical. (16 de enero de 2011). *Metodología del diseño*. Taller vertical. Recuperado de: <http://peracascaraverde.blogspot.com/2011/01/metodologia-del-diseno.html>

Tribuna A. Manetti. (9 de octubre de 2019). *La formación en moda en la cuarta revolución industrial*. Modaes. Recuperado de: <https://www.modaes.com/back-stage/la-formacion-en-moda-en-la-cuarta-revolucion-industrial>

Tzenkova, A. (23 de octubre de 2009). *Masaki Mizuno's Illustrations for Clear Mag*. Trendland. Recuperado de: <https://trendland.com/masaki-mizunos-illustrations-for-clear-mag/>

Villalobos, J. (17 de agosto de 2023). *¿Qué es el modo de color sRGB? LA PS4*. Recuperado de: <https://www.laps4.com/preguntas-y-respuestas/que-es-el-modo-de-color-srgb>

ARCHIVOS PDF

Alberich, J. Gómez, D. Ferrer, A. (2013). *Conceptos básicos de diseño gráfico* [Archivo PDF]. Archive. <https://archive.org/details/2013ConceptosBasicosDeDisenoGrafico/page/n1/mode/1up>

Álvarez Fernández, D. (2016). *Diseño editorial. Lo que debes saber* [Archivo PDF]. Studocu. <https://www.studocu.com/es/document/uned/politica-y-sociedad/alvarez-fernandez-diego-luis-diseo-editorial-lo-que-debes-saber/18221692>

Bravo, J. (1998). *Los medios didácticos en la enseñanza universitaria* [Archivo PDF]. Ice. <http://www.ice.upm.es/wps/jlbr/documentacion/libros/tecnorec.pdf>

Cortés, M. (2021). *El uróboros de la moda* [Archivo PDF]. Docplayer. <https://docplayer.es/219490867-El-uroboros-de-la-moda-tendencias-inicios-y-repeticiones-a-traves-de-la-historia-indice-capitulo-1-los-origenes-de-la-moda.html>

Elizalde, A. (2013). *La figura vestida: concepción, desarrollo y producción de la prenda: proceso de diseño y materialización de un proyecto de vestuario* [Archivo PDF]. Universidad Pontificia Bolivariana. <https://repository.upb.edu.co/handle/20.500.11912/776>

Espinosa, S. (2013). *La vestimenta. Conceptos textiles* [Archivo PDF]. Pontificia Universidad Católica del Ecuador. <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/5798/T-PUCE-5954%281%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

García, L (2009). *La Guía Didáctica* [Archivo PDF]. Research Gate. https://www.researchgate.net/publication/235731717_La_Guia_Didactica

Guzmán, L. (2015). *No confundamos Alta Costura y Prêt à porter* [Archivo PDF]. Escuela de Diseño Smodas.

Manjarrez, J. (2006). *Diseño editorial* [Archivo PDF]. Calameo. <https://www.calameo.com/books/002769216aab0394afd98>

Moreno, R. Martínez, R. (2009). *Aprendizaje autónomo. Desarrollo de una definición* [Archivo PDF]. Revistas UNAM. <https://revistas.unam.mx/index.php/acom/article/view/14512>

Mussuto, G. (2007). *Diseño no es moda, y moda no es diseño de indumentaria: una mirada contrastiva* [Archivo PDF]. Palermo. https://www.palermo.edu/dyc/maestria_diseno/pdf/tesis.completas/26%20Mussuto.pdf

Raviolo, A. (2015). *Los dibujos esquemáticos en la enseñanza y aprendizaje de las ciencias* [Archivo PDF]. Novedades Educativas. <https://rid.unrn.edu.ar/bitstream/20.500.12049/2425/1/Dibujos%20esquemáticos%20RavioloNovEducJulio2015.pdf>

Rojas, M. (2010). *Imagen digital* [Archivo PDF]. ISSUU. https://issuu.com/milton.rojas/docs/imagen_digital

Zanón, D. (2006). *Introducción al diseño editorial* [Archivo PDF]. PDF Coffee. <https://pdfcoffee.com/01-intro-al-diseno-editorial-pdf-free.html>

TESIS

Carrillo, J. (2018). *Catálogo publicitario de moda inspirado en colibríes endémicos de Venezuela, ilustración y fotografía* [Tesis de grado, Universidad de Los Andes].

Hoyos, C. Andrea, V. Paz, D. (2015). *Guía de patronaje digital infantil como herramienta didáctica* [Tesis de grado, Fundación universitaria del Área Andina]. Repositorio Institucional Areandina.

De la O Cordero, D. (2021). *Diseño Editorial y Publicaciones Digitales para Dispositivos Móviles* [Memoria de investigación-producción, Universidad Nacional Autónoma de México]. Educación Continua, Universidad Nacional Autónoma de México.

Guerrero Reyes, L. (2016). *El Diseño Editorial. Guía para la realización de libros y revistas* [Tesis maestría, Universidad Complutense de Madrid]. Docta Complutense.

Henriquez, J. (2018). *Diseño de una revista electrónica para la facultad de Arte de la Universidad de Los Andes* [Tesis de grado, Universidad de Los Andes].

Iszoro Zak, E. (2016). *Métodos directos de patronaje creativo, didáctica y experimentación* [Tesis doctoral, Universidad Politécnica de Madrid]. Archivo Digital UPM.

Márquez Useda, S. (2022). *Guía Básica de Diseño para la Producción de Productos Textiles para la Fundación Marie Poussepin* [Tesis de grado, Universidad de Santander]. Repositorio Digital Universidad de Santander.

LIBROS

Alberich, J. (2007). *Grafismo multimedia*. Comunicación, diseño, estética. UOC. https://books.google.co.ve/books?id=hQ_g9u4SbQs-C&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

Ambrose, G. Harris, P. (2013). *Metodología del diseño*. Pad, Parramón arts and design.

Arias, F. (2012). *El proyecto de investigación*. Editorial Episteme. <https://abacoenred.com/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Arias-2012-pdf-1.pdf>

Blackwell, L. (1998). *Tipografía del siglo XX*. Remix. Barcelona: Gustavo Gili.

Burgo, F. (1992). *Il Modellismo, modelo que hace la costura y técnica*. Istituto di Moda Burgo. https://issuu.com/melissaviarengo/docs/1.il_modellismo_istituto_burgo_mila

De Buen, J. (2005). *Manual de diseño editorial*. Santillana. <https://corazon-dpapel.files.wordpress.com/2012/09/manual-de-disec3b1o-editorial-jorge-del-buen.pdf>

Guzmán, M. (2011). *Teoría y Práctica Del Color*. Cuenca Ecuador. https://mandalasdiweb.files.wordpress.com/2016/08/teoria_color.pdf

Hernandez, R. Fernandez y C. Baptista, P. (2006). *Metodología de la investigación*. Editorial Ultra. <https://seminariodemetodologiadelainvestigacion.files.wordpress.com/2012/03/metodologc3ada-de-la-investigac3b3n-roberto-hernc3alndez-sampieri.pdf>

Hollis, R. (2000). *El Diseño Gráfico*. Destino. <https://dokumen.tips/documents/el-diseno-grafico-richard-hollis.html?page=1>

Hurtado, J. (2012). *Metodología de la investigación*. Quirón Ediciones.

Mariño, R. (2005). *Diseño de páginas web y diseño gráfico*. Ideas Propias.

Moles, A. (1991). *La imagen. Comunicación funcional*. Trillas. <https://mariaiescarvajal.files.wordpress.com/2011/03/la-imagen-i.pdf>

Müller-Brockmann, J. (2005). *Sistema de retículas*. Gustavo Gili, S. A.

Newark, Q. (2002). *¿Qué es el diseño gráfico? Manual de diseño*. Ediciones G. Gili SA de CV.

Perfect, C. (1992). *Guía completa de la tipografía*. Barcelona: Blume.

Renee, G. (2021) *The Fitting Book*. Gina Renee Designs. <https://fliphtml5.com/epogn/ulun/basic>

REVISTAS

Cano, A. (2004). Libros electrónicos: digitalizando a Gutenberg. *Comunicar*, Vol. 12(23), páginas 68-75. <https://www.revistacomunicar.com/indice/articulo.php?numero=23-2004-12>

Doria, P. (2012). Consideraciones sobre moda, estilo y tendencias. *Cuadernos Del Centro De Estudios De Diseño Y Comunicación*(42), páginas 101-106. <https://dspace.palermo.edu/ojs/index.php/cdc/article/view/1428/1227>

www.bdigital.ula.ve