



Creatividad Visual

Imagina, diseña, impacta





GOBIERNO BOLIVARIANO DE VENEZUELA
Ministerio del Poder Popular para Ciencia y Tecnología

Nicolas Maduro Moros

Presidente de la República Bolivariana de Venezuela

Gabriela Jiménez Ramírez

Ministra del Poder Popular para Ciencia y Tecnología
Vicepresidenta de Ciencia, Tecnología, Educación Salud

Carmen Virginia Liendo

Viceministra de Investigación y Generación del Conocimiento Científico

Raúl Hernández

Viceministro para el Desarrollo de las Tecnologías de la Información y Comunicación

Danmarys Hernández

Viceministra para la Comunalización de la Ciencia

Alberto Quintero

Viceministro para la Aplicación y Generación del Conocimiento Científico

Fundación Infocentro

Luis La Rosa
Presidente

Carmen Orellana
Director(a) Ejecutiva

Edward Valera
Gerente de la Red
Nacional

Oriana Moreno
Gerente de Formación

Miriam Araguzo
Gerente de Tecnología

Noelys Medina
Gerente de
Infraestructura

Oneida Chávez
Directora de la Oficina de
Talento Humano

Guadalupe Martínez
Director(a) de la Oficina de
Gestión Administrativa y
Financiera

Luis Cerezo
Director(a) de la Oficina de
Gestión y Medición de
Impacto

Trinidad Ramírez
Director(a) de la Oficina de
Atención al Soberano

CRÉDITOS

Oriana Moreno P.
Laura Díaz
Contenido y Diseño
Instruccional

Oriana Moreno P.
Diseño Gráfico

Oriana Moreno
José Julian Brusco.
Ana Gabriela Perico
Lisbeth Medina
Jannett Requena
Elaboración del
contenido y Revisión de
contenido

Ficha Resumen

Unidad Curricular:	Curso de Creatividad Visual		
Área de Conocimiento:	Tecnología		
Código:	FIGF-C-CCV-01		
Propósito de la Unidad:	Brindar a los participantes los conocimientos y habilidades necesarios para afrontar diferentes aspectos del diseño visual, digital, promoviendo la creatividad, la coherencia, la efectividad en la comunicación visual. A través de la comprensión de conceptos fundamentales como la teoría-psicología del color, la tipografía, el manejo de herramientas digitales como Canva, el diseño de materiales gráficos como flyers, la formación busca fortalecer la capacidad de los participantes para crear, gestionar y comunicar de manera efectiva en diferentes plataformas.		
Logros del Participante:	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar en los participantes una comprensión integral de la teoría y psicología del color, así como de los fundamentos básicos de la tipografía, con el objetivo de que puedan aplicar estos conocimientos de manera efectiva en diferentes áreas del diseño, promoviendo la creatividad, la armonía y la comunicación visual. • Brindar a los participantes los conocimientos y habilidades fundamentales para familiarizarse con la plataforma Canva, comprender sus funciones básicas; aplicar sus herramientas en la creación, configuración de diseños efectivos. • Desarrollar las habilidades y competencias necesarias para utilizar de manera efectiva herramientas avanzadas de diseño y gestión de marca, con el fin de crear, mantener, potenciar una identidad visual coherente y atractiva. • Capacitar a los participantes en la comprensión, diseño y utilización efectiva de diferentes tipos de flyers, desarrollando habilidades para crear materiales gráficos adecuados a diversas plataformas y necesidades. 		
Conocimientos previos:	No requiere ningún conocimiento previo		
Perfil del Participante:	Dirigido a cualquier persona interesada en ampliar sus conocimientos, especialmente facilitadores, coordinadores y miembros de las comunidades.		
Duración:	36 horas	Modalidad:	Presencial

Creatividad Visual

Armonía del Color	3
Teoría del Color	3
¿Qué es la teoría del color?	3
Armonía del color	4
Psicología del Color	5
Significado de los colores:	5
Tipografía	6
¿Qué es la tipografía?	6
Clasificación de fuentes	6
Principios de legibilidad y jerarquía	7
Diseño Creativo	11
Diseño a través de herramientas digitales	11
¿Qué es Canva?	11
Diferencias entre la versión gratuita y la versión Pro	12
Tipos de diseños que se pueden crear	13
Configuración de la cuenta	13
Creación de una cuenta en Canva	13
Exploración de la interfaz	13
Creación de un diseño básico	14
Diseño Básico en Canva	14
Herramientas básicas de edición	14
Uso de la biblioteca multimedia de Canva	15
Personalización de texto	15
Inserción de imágenes	15
Uso de formas y colores	15
Diseño Avanzado y Herramientas Profesionales	19
Uso de la herramienta de marca (Brand Kit)	19
Concepto de Uso de la Herramienta de Marca (Brand Kit)	19
Beneficios Clave	19
Subir un Logo y Seleccionar Colores Corporativos	20
Subida del Logo:	20

Selección de Colores de la imagen de marca:.....	20
Guardar Fuentes Personalizadas	20
Animación de Elementos en Diseños	21
Seleccionar un Elemento y Aplicar una Animación	21
Previsualización Del Diseño Animado	21
Eliminación de Fondos en Imágenes	21
Seleccionar una Imagen y Usar la Herramienta de Eliminación de Fondo.....	22
Ajustar los Detalles Manualmente si es Necesario	22
Flyers que Comunican El poder del Color y Diseño	26
Flyer	26
Tipos	26
Beneficios.....	26
Tres ingredientes de un buen diseño.....	27
Paso a paso para la creación de un flyer.....	28
Diseño Modular y Escalable	29
Integración con Estrategias Digitales.....	29
Referencia Bibliográfica	30

Armonía del Color

Teoría del Color

¿Qué es la teoría del color?

- **Definición:** La teoría del color es un conjunto de principios y reglas que explican cómo los colores interactúan entre sí, cómo se combinan y cómo afectan la percepción visual. Es fundamental en campos como el diseño gráfico, el arte, la moda y la publicidad.
- **Historia:** Desde los estudios de Isaac Newton con el prisma y la descomposición de la luz, hasta las aportaciones de Goethe y Johannes Itten, la teoría del color ha evolucionado para convertirse en una herramienta esencial en la creación visual.



Fundamentos del color

Los fundamentos del color se basan en principios que explican cómo percibimos, combinamos y utilizamos los colores en distintos contextos, como el diseño, la informática, el arte o la comunicación visual.

- **Tono:** Es la cualidad que distingue un color de otro (rojo, azul, verde, etc.). Es lo que comúnmente llamamos "color".

- **Saturación:** Indica la pureza o intensidad del color. Un color muy saturado es vibrante; uno con baja saturación tiende al gris.

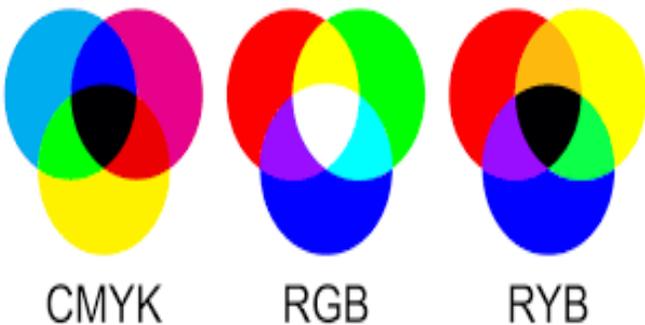
- **Luminosidad (Brillo o Valor):** Se refiere a qué tan claro u oscuro es un color. Afecta la percepción de profundidad y jerarquía visual.

- **Círculo cromático:** Es una representación visual de los colores organizados por su relación entre sí.

- **Colores primarios:** En el modelo tradicional (RYB), los colores primarios son el rojo, el azul y el amarillo. Estos colores no pueden crearse mezclando otros colores.

- Colores secundarios: Se obtienen mezclando dos colores primarios. Por ejemplo, el verde (azul + amarillo), el naranja (rojo + amarillo) y el morado (rojo + azul).
- Colores terciarios: Son el resultado de mezclar un color primario con un color secundario adyacente en el círculo cromático. Por ejemplo, el rojo-anaranjado o el azul-verdoso.

Modelos de color:



- RGB (Red, Green, Blue): Utilizado en pantallas digitales. Se basa en la luz y es aditivo (los colores se suman para crear el blanco).

- CMYK (Cyan, Magenta, Yellow, Key/Black): Utilizado en impresión. Es sustractivo (los colores se restan para crear el negro).

- RYB (Red, Yellow, Blue): Modelo tradicional utilizado en arte y pintura.

Armonía del color

Es un principio fundamental del diseño visual que se refiere a la combinación equilibrada y agradable de colores dentro de una composición. Su objetivo es generar una experiencia visual coherente, estética y emocionalmente efectiva.

- *Monocromático*: Utiliza variaciones de un solo color (tonos, matices y sombras). Es una combinación segura y elegante.
- *Complementario*: Usa colores opuestos en el círculo cromático (ejemplo: rojo y verde). Crea alto contraste y dinamismo.
- *Análogo*: Emplea colores adyacentes en el círculo cromático (ejemplo: azul, azul-verdoso y verde). Es armonioso y relajante.
- *Triádico*: Combina tres colores equidistantes en el círculo cromático (ejemplo: rojo, amarillo y azul). Es vibrante y equilibrado.



Psicología del Color

La psicología del color es el estudio de cómo los colores influyen en las emociones, comportamientos y decisiones de las personas. Es una herramienta poderosa en marketing, diseño y comunicación visual.

Significado de los colores:



- **Rojo:**

Emociones: Pasión, energía, amor, peligro.

Usos: Llamadas a la acción, promociones, alertas.

Ejemplo: Coca-Cola utiliza el rojo para transmitir energía y emoción.



- **Azul:**

Emociones: Calma, confianza, profesionalismo, seriedad.

Usos: Empresas tecnológicas, instituciones financieras.

Ejemplo: Facebook y LinkedIn usan el azul para transmitir confianza.



- **Amarillo:**

Emociones: Optimismo, alegría, advertencia.

Usos: Destacar información, promociones.

Ejemplo: McDonald's combina amarillo con rojo para crear una sensación de felicidad y energía.



- **Verde:**

Emociones: Naturaleza, crecimiento, tranquilidad, salud.

Usos: Productos ecológicos, salud, finanzas.

Ejemplo: Starbucks utiliza el verde para transmitir frescura y naturalidad.



- **Negro:**

Emociones: Elegancia, misterio, luto, sofisticación.

Usos: Marcas de lujo, diseños minimalistas.

Ejemplo: Chanel y Apple usan el negro para transmitir exclusividad.



- **Blanco:**

Emociones: Pureza, limpieza, simplicidad.

Usos: Diseños minimalistas, espacios abiertos.

Ejemplo: Apple utiliza el blanco para transmitir simplicidad y modernidad.

Tipografía

¿Qué es la tipografía?

La tipografía es el arte y la técnica de organizar tipos (letras) para hacer el lenguaje visible. Es una herramienta esencial en el diseño gráfico y la comunicación visual.

Historia: Desde los tipos móviles de Gutenberg hasta las fuentes digitales modernas, la tipografía ha evolucionado para adaptarse a las necesidades de cada época.



Clasificación de fuentes

- **Serif:** Fuentes con remates (ejemplo: Times New Roman, Georgia). Son tradicionales y se usan en textos largos.
- **Sans Serif:** Fuentes sin remates (ejemplo: Arial, Helvetica). Son modernas y se usan en pantallas y diseños minimalistas.
- **Script:** Fuentes que imitan la escritura a mano (ejemplo: Brush Script, Lobster). Son elegantes y se usan en diseños creativos.
- **Display:** Fuentes decorativas y llamativas (ejemplo: Impact, Bebas Neue). Se usan en titulares y diseños gráficos.

Principios de legibilidad y jerarquía

- *Tamaño*: El tamaño de la fuente debe ser adecuado para el medio (impreso o digital).
- *Peso*: El grosor de la fuente (ligera, regular, negrita) ayuda a crear contraste.
- *Espaciado*: El interlineado y el kerning (espacio entre letras) mejoran la legibilidad.
- *Jerarquía*: Usar diferentes tamaños, pesos y estilos para guiar la lectura (título, subtítulo, cuerpo de texto).

Unidad Curricular:	Taller de Armonía Cromática		
Tipo de acción formativa:	Básica	Fecha:	24/04/2025
Modalidades:	Presencial	Tiempo Sugerido:	10 horas
Área de Conocimiento:	Telecomunicaciones e informática		
Código de la Unidad Curricular:	FIGF-C-CCV-01		
Calificación Mínima Aprobatoria:	70 % o 14 puntos	Tipo de Certificación	Por aprobación
Descripción base			
Descripción de la Formación:	¡Descubre el fascinante mundo del color y la tipografía en nuestra próxima formación! Únete a nosotros para una experiencia enriquecedora que transformará tu iniciación al diseño, te equipará con habilidades valiosas y aplicables en diversas áreas creativas.		
Propósito de la Unidad Curricular:	Proporcionar a los participantes los conocimientos básicos en el estudio integral de la teoría del color, su aplicación y funcionamiento, mejorando las habilidades técnicas que permitan abordar proyectos con confianza y creatividad.		
Perfil de ingreso participante:	Estudiantes de educación media diversificada, universitarios, servidores públicos, público en general.		
Conocimientos previos:	No requiere ningún conocimiento en el área temática.		
Contenido:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Teoría y Psicología del color 2. Psicología del color 3. Tipografía 		

Ruta de Aprendizaje

Tema I, Objetivo de la Formación

Desarrollar en los participantes una comprensión integral de la teoría del color, su funcionamiento, fundamentos y armonía.

N.º	Ejes Temáticos	Competencias a adquirir el participante	Criterios de Desempeño	Recursos educativos	Duración del tema
1	1. Teoría del color 1.1. ¿Qué es la Teoría del color? 1.2. Como funciona 1.3. Fundamentos 1.4. Armonía del color	<ul style="list-style-type: none"> • Identificar y definir los conceptos clave de la teoría del color y sus aplicaciones en el diseño. • Aplicar los fundamentos de la teoría del color. • Utilizar el color como un elemento comunicativo para transmitir mensajes. 	<ul style="list-style-type: none"> • Demuestran la habilidad para aplicar los fundamentos de la teoría del color en proyectos. • Pueden ofrecer crítica constructiva sobre el uso del color en trabajos. 	Cuadernillo y Presentación	2 horas

Ruta de Aprendizaje

Tema II, Objetivo de la Formación

Capacitar a los participantes en la comprensión de la psicología del color, su definición y los significados, con la finalidad de aplicar ese conocimiento en diferentes áreas del diseño.

N.º	Ejes Temáticos	Competencias a adquirir el participante	Criterios de Desempeño	Recursos educativos	Duración del tema
2	2. Psicología del color 2.1. Definición 2.2. Significado de los colores 2.2.1. Rojo 2.2.2. Azul 2.2.3. Amarillo 2.2.4. Verde 2.2.5. Negro 2.2.6. Blanco	<ul style="list-style-type: none"> • Definir y explicar la psicología del color, comprendiendo su relevancia. • Manejo el significado de los colores considerando diferentes perspectivas y contextos donde se plantee la idea. • Desarrollar un enfoque crítico y responsable en el uso del color, considerando su impacto en las percepciones humanas y emocionales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Demuestran la capacidad de aplicar el conocimiento sobre el significado de los colores en proyectos creativos. • Los participantes pueden describir el significado psicológico del color asociados a los colores (rojo, azul, amarillo, verde, negro y blanco) y explicar su importancia en contextos como el diseño, la publicidad y el arte. en lo Positivo y negativo. 	Cuadernillo y Presentación	4 horas

Ruta de Aprendizaje

Tema III, Objetivo de la Formación

Proporcionar a los participantes un entendimiento básico de la tipografía, para que puedan aplicar estos conocimientos en la creación de diseños.

N.º	Ejes Temáticos	Competencias a adquirir el participante	Criterios de Desempeño	Recursos educativos	Duración del tema
3	3. Tipografía 3.1. ¿Qué es la tipografía? 3.2. Clasificación de fuentes 3.2.1. Serif 3.2.2. Sans Serif 3.2.3. Script 3.2.4. Display entre otros 3.3. Principios de legibilidad y jerarquía 3.3.1. Tamaño 3.3.2. Peso 3.3.3. Espaciado 3.3.4. Jerarquía	<ul style="list-style-type: none"> ● Definir la tipografía y su importancia en el diseño gráfico. ● Aplicar principios de legibilidad en el diseño. ● Aplicar el peso, espaciado y jerarquía para y distinguir visualmente la importancia de la información dentro de un texto creado. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Argumenta con sus propias palabras qué es la tipografía y su papel esencial en el diseño gráfico y la comunicación visual. ● Explica la importancia de uso de la tipografía para la efectividad de un mensaje visual que impacte en la audiencia ● Clasifica correctamente una serie de fuentes, tamaño y dadas en sus categorías 	Cuadernillo y Presentación	4 horas

Recursos de evaluación

Recursos de evaluación	Comprobación y Demostración de Saberes/Evidencias de desempeño	Criterios de desempeño
Crea un cartel publicitario que promocióne un producto o servicio dirigido a un público específico, utilizando conceptos de teoría del color, psicología del color y tipografía.	<ul style="list-style-type: none"> ● La elección de colores según la teoría y la psicología del color. ● La interpretación emocional de los colores seleccionados. ● La tipografía escogida y cómo esta refleja el mensaje. ● Cómo aplicó los principios de legibilidad y jerarquía en el diseño. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Aplicación teórica: Demuestra comprensión explicando la relación entre los colores elegidos y su significado emocional. ● Armonía y efectividad: El diseño presenta una armonía en colores y tipografía que refuerza el mensaje y capta la atención del público. ● Legibilidad y jerarquía: La información más importante se destaca claramente y es fácil de leer en diferentes tamaños y soportes. ● Justificación: La explicación complementa el diseño y refleja conocimiento profundo de los conceptos del contenido.

Diseño Creativo

Diseño a través de herramientas digitales

El diseño digital se ha convertido en una habilidad esencial en la era tecnológica-digital. Herramientas como Canva permiten a usuario sin experiencia avanzada en diseño crear piezas visuales profesionales de manera intuitiva y eficiente. A los profesionales les da mas herramientas para seguir con su trabajo y ampliar sus conocimientos.



¿Qué es Canva?

Canva es una plataforma de diseño gráfico en línea que permite crear una amplia variedad de contenidos visuales de manera sencilla. Está diseñada para usuario que no tienen conocimientos avanzados en diseño, ofreciendo plantillas prediseñadas, herramientas de edición y una biblioteca multimedia.

- Usos comunes:
 - Creación de publicaciones para redes sociales.
 - Presentaciones.
 - Documentos.
 - Posters.
 - Folletos invitaciones.
 - Logos.
 - Infografías.
 - Flyers.
 - Rells.
 - Post para Instagram.
 - Entre otros.

Ejemplo: Un emprendedor puede usar Canva para diseñar un anuncio publicitario para Instagram sin necesidad de contratar a un diseñador gráfico.

Diferencias entre la versión gratuita y la versión Pro

- Versión gratuita:

- **Funcionalidades Limitadas:** La versión gratuita de Canva, disponible en algunas plataformas, puede ofrecer funcionalidades básicas como la gestión de cursos, la creación de contenido y la evaluación de estudiantes.
- **Soporte Limitado:** Puede que no incluya soporte técnico dedicado o acceso a recursos de formación extensivos.
- **Almacenamiento y Espacio:** Espacio de almacenamiento limitado para archivos y recursos.
- **Integraciones:** Pocas opciones de integración con otros sistemas o herramientas educativas (LTI, por ejemplo).
- **Personalización:** Menos opciones para personalizar la plataforma según la marca o las necesidades específicas de usuario.



- Versión Pro (Pagada):

- **Funcionalidades Avanzadas:** Acceso a herramientas avanzadas como análisis de aprendizaje, informes detallados y opciones de personalización más robustas.
- **Soporte Dedicado:** Incluye soporte técnico completo, capacitación y recursos adicionales.
- **Almacenamiento Expansivo:** Mayor límite de almacenamiento y recursos para archivos multimedia.
- **Integraciones Ampliadas:** Soporte para múltiples integraciones con otras herramientas educativas y sistemas administrativos.

- *Seguridad y Cumplimiento:* Mejoras en las características de seguridad y cumplimiento de normativas educativas.
- *Actualizaciones y Nuevas Funciones:* Acceso a las últimas actualizaciones y nuevas funcionalidades de la plataforma a medida que se lanzan.

Tipos de diseños que se pueden crear

Canva ofrece plantillas para una amplia variedad de formatos:

- *Redes sociales:* Post para Instagram, historias, portadas de Facebook, banners de Twitter, etc.
- *Presentaciones:* Diapositivas para reuniones, conferencias o clases.
- *Documentos:* Reportes, currículos, folletos y flyers.
- *Material impreso:* Posters, tarjetas de visita, invitaciones.
- *Multimedia:* Videos cortos, GIFs animados, collages.

Ejemplo: Un profesor puede crear una presentación interactiva con imágenes y videos para sus estudiantes.

Configuración de la cuenta

Creación de una cuenta en Canva

- Ingresa a www.canva.com.
- Haz clic en "Registrarte" y elige una opción: correo electrónico, Google, Facebook o Apple.
- Completa el formulario con tus datos.
- Una vez registrado, accederás al panel principal de Canva.

Ejemplo: Un usuario nuevo se registra con su correo electrónico y comienza a explorar las plantillas disponibles.



Exploración de la interfaz

La interfaz de Canva es intuitiva y está dividida en varias secciones:

- *Barra lateral izquierda:* Acceso a plantillas, elementos multimedia, textos y herramientas.
- *Área de trabajo:* Espacio central donde se edita el diseño.

- *Barra superior:* Opciones para guardar, compartir, descargar o publicar el diseño.

Ejemplo: Un usuario busca una plantilla para Instagram en la barra lateral, la selecciona y comienza a editarla en el área de trabajo.

Creación de un diseño básico

- Selecciona el tipo de diseño (por ejemplo, "Post para Instagram").
- Elige una plantilla prediseñada o comienza desde cero.
- Arrastra y suelta elementos (texto, imágenes, íconos) en el área de trabajo.
- Personaliza el diseño con colores, fuentes y ajustes de tamaño.

Ejemplo: Un usuario crea un post para promocionar un evento, utilizando una plantilla y cambiando el texto y las imágenes.

Plantillas para diseñar todo lo que quieras

Personaliza una plantilla comercial o diseña algo más personal, como una invitación.



Diseño Básico en Canva

Herramientas básicas de edición

- *Texto:* Agrega y personaliza cuadros de texto. Puedes cambiar la fuente, el tamaño, el color y el estilo (negrita, cursiva, subrayado).
- *Imágenes:* Inserta imágenes desde la biblioteca de Canva o sube las tuyas. Ajusta el tamaño, la posición y el filtro.
- *Formas:* Agrega formas geométricas (círculos, rectángulos, líneas) para estructurar el diseño.
- *Colores:* Cambia el color de fondo o de los elementos usando la paleta de colores.

Ejemplo: Un usuario agrega un título en texto, una imagen de fondo y un círculo para resaltar una oferta especial.

Uso de la biblioteca multimedia de Canva

Canva ofrece una amplia biblioteca de recursos:

- *Fotos*: Imágenes gratuitas y premium para usar en diseños.
- *Videos*: Clips cortos para animar presentaciones o publicaciones.
- *Íconos*: Elementos gráficos pequeños para resaltar información.
- *Ilustraciones*: Dibujos y gráficos vectoriales.

Ejemplo: Un usuario busca en la biblioteca una foto de un paisaje para usarla como fondo en un folleto turístico.

Personalización de texto

- *Fuentes*: Canva ofrece cientos de fuentes para elegir. Puedes cambiar el estilo, el tamaño y el color.
- *Efectos*: Aplica sombras, contornos o animaciones al texto.
- *Alineación*: Ajusta la alineación del texto (izquierda, centrado, derecha).

Ejemplo: Un usuario crea un título llamativo usando una fuente decorativa y añadiendo un efecto de sombra.

Inserción de imágenes

- *Desde la biblioteca*: Busca imágenes en la sección "Fotos" o "Elementos".
- *Desde tu dispositivo*: Sube tus propias imágenes arrastrándolas al área de trabajo.
- *Edición*: Recorta, ajusta el brillo, el contraste o aplica filtros.

Ejemplo: Un usuario sube una foto de su producto y la recorta para que encaje en el diseño de un folleto.

Uso de formas y colores

- *Formas*: Agrega formas para dividir secciones, resaltar información o crear diseños más organizados.
- *Colores*: Usa la herramienta de selección de color para personalizar fondos, textos y formas.

Ejemplo: Un usuario agrega un rectángulo detrás de un texto para que resalte más, y cambia su color para que combine con la paleta del diseño.

Unidad Curricular:	Taller de Diseño Creativo		
Tipo de acción formativa:	Básica	Fecha:	23/04/2025
Modalidades:	Presencial	Tiempo Sugerido:	12 horas
Área de Conocimiento:	Telecomunicaciones e informática		
Código de la Unidad Curricular:	GIGF-C-CVV-01		
Calificación Mínima Aprobatoria:	70 % o 14 puntos	Tipo de Certificación	Por aprobación
Descripción base			
Descripción de la Formación:	<p>¡Siguen creando e imaginando!</p> <p>Este proceso formativo está dedicado a los participantes que quieran conocer el uso de herramientas de edición digital, con el fin de fomentar la creatividad se abordarán temas fundamentales de la plataforma para conocer y poder proyectar ideas de manera más clara, efectiva y creativa.</p>		
Propósito de la Unidad Curricular:	<p>Proporcionar a los participantes las competencias necesarias para utilizar herramientas de edición de manera efectiva en la creación de materiales gráficos, incluyendo diseños para redes sociales, presentaciones, documentos y otros formatos multimedia aplicando los principios fundamentales de diseño para diversos propósitos. Aprenderán a crear, explorarán la interfaz y desarrollarán habilidades en el uso de la plataforma Canva.</p>		
Perfil de ingreso participante:	Estudiantes de educación básica, media y Universitarias, servidores públicos, público en general.		
Conocimientos previos:	No requiere ningún conocimiento. (Manejo básico de computadora o teléfono inteligente).		
Contenido:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Explorando Canva 2. Tipos de diseño que se pueden crear 3. Configuración de cuenta 4. Diseño Básico en Canva 		

Ruta de Aprendizaje

Tema I, Objetivo de la Formación

Conocer el principio básico de la plataforma Canva la naturaleza el propósito de la herramienta

N.º	Ejes Temáticos	Competencias a adquirir el participante	Criterios de Desempeño	Recursos educativos	Duración del tema
1	1. Explorando Cava 1.1.1. ¿Qué es Canva? 1.1.2. Usos comunes. 1.1.3. Navegación interfaz gráfica de Canva 1.1.4. Menú 1.1.5. Herramientas 1.2. Diferencias entre la versión gratuita y la versión Pro 1.2.1. Versión Gratuita 1.2.2. Versión Pro (Pagada)	<ul style="list-style-type: none"> • Definir qué es Canva y su propósito en el diseño digital. • Navegar por la interfaz y las funcionalidades básicas del menú y herramientas. • Comprender las limitaciones de la versión gratuita de Canva. 	<ul style="list-style-type: none"> • Los participantes pueden explicar de manera articulada qué es Canva y su utilidad y naturaleza en el diseño gráfico. • Los participantes identifican las principales secciones y herramientas de la interfaz gráfica. • Los participantes identifican las ventajas más resaltantes entre versión gratuita, y la versión ilimitada. 	Digital en modelo presentación	5 horas

Ruta de Aprendizaje

Tema II, Objetivo de la Formación

Dar a conocer los tipos de diseño efectivos, materiales gráficos para redes sociales, presentaciones, documentos y otros formatos multimedia su uso y aplicabilidad según su necesidad.

N.º	Ejes Temáticos	Competencias a adquirir el participante	Criterios de Desempeño	Recursos educativos	Duración del tema
2	2. Tipos de diseño que se pueden crear 2.1. Redes sociales 2.2. Presentaciones 2.3. Documentos 2.4. Material Impreso 2.5. Multimedia, páginas web 2.6. Ejemplo	<ul style="list-style-type: none"> • Investigar los tipos de diseños visuales que presenta la plataforma Canva. • Seleccionar las plantillas adecuadas para diferentes tipos de diseño. 	<ul style="list-style-type: none"> • Los participantes utilizan ejemplos de diseños existentes de Canva como inspiración, analizando qué elementos contribuyen a su eficacia y aplicando esos principios en su trabajo propio. • Los participantes identifican los tipos de diseños concretos, conocen su versatilidad y se enfocan en cada diseño para crear de acuerdo a la información que se requiera reflejar. 	Digital en modelo presentación	2 horas

Ruta de Aprendizaje

Tema III, Objetivo de la Formación

Adquirir los conocimientos para crear y configurar una cuenta en Canva, explorar su interfaz y diseñar proyectos básicos.

N.º	Ejes Temáticos	Competencias a adquirir el participante	Criterios de Desempeño	Recursos educativos	Duración del tema
3	3. Configuración de cuenta 3.1. Creación de una cuenta en Canva 3.2. Creación de un diseño básico	<ul style="list-style-type: none"> Familiarizarse con la interfaz de Canva y sus diferentes secciones. Desarrollar la capacidad para crear un diseño sencillo desde inicio, utilizando plantillas y elementos gráficos disponibles. Desarrollar habilidades creativas y estéticas para aplicar en el diseño. 	<ul style="list-style-type: none"> Los participantes demuestran su capacidad para navegar por la interfaz de Canva, identificando al menos cinco elementos clave, como el panel de herramientas, la biblioteca de imágenes y las opciones de diseño. 	Digital en modelo presentación	2 horas

Ruta de Aprendizaje

Tema IV, Objetivo de la Formación

Desarrollar las habilidades necesarias para crear diseños básicos en Canva utilizando herramientas de edición, recursos multimedia y personalización de elementos.

N.º	Ejes Temáticos	Competencias a adquirir el participante	Criterios de Desempeño	Recursos educativos	Duración del tema
4	4. Diseño Básico en Canva 4.1. Herramientas básicas de edición 4.1.1. Uso de la biblioteca multimedia de Canva 4.1.2. Personalización de texto 4.1.3. Inserción de imágenes 4.2. Uso de formas y colores	<ul style="list-style-type: none"> Utilizar herramientas básicas de edición para modificar y ajustar elementos en los diseños. Aplicar técnicas de edición para mejorar la presentación visual de los proyectos. Aplicar combinaciones de colores efectivas que mejoren la estética y la comunicación visual del diseño. 	<ul style="list-style-type: none"> Los participantes utilizan al menos tres colores complementarios en su diseño, explicando la elección de la paleta de colores utilizada y su impacto visual. Los participantes ubican y añaden correctamente imágenes, videos y elementos gráficos, considerando el uso y forma de colores de la biblioteca de Canva a su lienzo de diseño. Los participantes crean y personalizan los textos de acuerdo al diseño seleccionado en la plantilla de Canva. 	Digital en modelo presentación	5 horas

Diseño Avanzado y Herramientas Profesionales

Uso de la herramienta de marca (Brand Kit).

Es un recurso que permite a las empresas y organizaciones mantener la coherencia visual y la identidad de marca en todos sus materiales de comunicación y marketing.

Sus principales aspectos:

Concepto de Uso de la Herramienta de Marca (Brand Kit)

- Definición de la Identidad de Marca:
 - Incluye elementos fundamentales como el logotipo, paleta de colores, tipografía y elementos gráficos que representan la marca.
- Coherencia Visual:
 - Asegura que todos los materiales (impresos, digitales, redes sociales) tengan un aspecto uniforme, fortaleciendo el reconocimiento de marca.
- Facilidad de Uso:
 - Proporciona a los empleados, diseñadores y socios acceso a todos los elementos de la marca en un solo lugar, facilitando su uso correcto.
- Plantillas y Guías:
 - Puede incluir plantillas para presentaciones, documentos y gráficos, así como guías de estilo para el uso adecuado de los elementos de la marca.
- Evolución y Actualización:
 - Permite actualizaciones fáciles y rápidas a medida que la identidad de la marca evoluciona, asegurando que todos los materiales se mantengan al día.
- Aumento del Valor de Marca:
 - Una identidad de marca fuerte y coherente puede mejorar la percepción del cliente y aumentar la lealtad a la marca.



Beneficios Clave

- *Ahorro de Tiempo:*

- Reduce el tiempo que los equipos pasan buscando elementos de la marca o creando nuevos diseños desde cero.
- *Mejora de la Profesionalidad:*
 - Todos los materiales reflejan una imagen profesional y bien cuidada, lo que puede impactar positivamente en los clientes.
- *Reconocimiento de Marca:*
 - La coherencia en el uso de la identidad visual ayuda a los consumidores a recordar y reconocer la marca más fácilmente.

Subir un Logo y Seleccionar Colores Corporativos

Subida del Logo:

- *Formatos recomendados:* .SVG (vectorial, sin pérdida de calidad) o .PNG (con fondo transparente si es necesario).
- En herramientas como Canva Pro, se permite subir múltiples variantes del logo (horizontal, vertical, isotipo).
- Opción de ajustar el padding (espaciado seguro) para evitar recortes accidentales.

Selección de Colores de la imagen de marca:

No solo se trata de añadir códigos HEX o RGB, sino de definir:

- Color primario (dominante en la marca).
- Colores secundarios (para contrastes y jerarquía).
- Paleta de neutros (negros, grises, blancos con tonalidades cálidas o frías).

Herramientas avanzadas como Adobe Color permiten extraer paletas de imágenes o generar esquemas análogos, complementarios o triádicos.

En Figma, se pueden crear estilos de color reutilizables en todo el proyecto.

Guardar Fuentes Personalizadas

- Compatibilidad con formatos: .TTF, .OTF o .WOFF (para web).

- En Canva, solo las versiones Pro permiten cargar fuentes personalizadas, útiles para mantener coherencia con guías de estilo tipográfico (ej.: Montserrat para títulos, Open Sans para cuerpo).
- En Adobe Illustrator/Photoshop, las fuentes se sincronizan vía Adobe Fonts (antes Typekit).

Buenas prácticas:

- Definir jerarquías claras (H1, H2, cuerpo, citas).
- Evitar más de 2-3 fuentes distintas para no saturar el diseño.

Animación de Elementos en Diseños

Las animaciones mejoran la engagement en redes sociales, presentaciones o banners interactivos. Herramientas como Canva, After Effects o Rive ofrecen opciones desde básicas hasta profesionales.

Seleccionar un Elemento y Aplicar una Animación

Tipos comunes:

- Entrada/Salida (Desvanecimiento, Rebote, Deslizar).
- Énfasis (Latido, Rotación, Zoom).
- Transiciones de página (Fundido, Cortinilla).
- En Canva, se aplican desde el panel "Animar" con arrastrar y soltar.
- En After Effects, se usan keyframes y easing (suavizado de movimientos con curvas Bezier).

Previsualización Del Diseño Animado

- *Canva/Figma*: Botón de "Reproducir" para ver en tiempo real.
- *Adobe After Effects*: Uso de RAM Preview (barra espaciadora) para renderizado rápido.

Consideraciones:

- 1) Duración óptima: 0.5s a 2s (evitar saturación).
- 2) Exportar en formato adecuado: .GIF (para web), .MP4 (alta calidad), .Lottie (animaciones vectoriales ligeras).

Eliminación de Fondos en Imágenes

Técnica esencial para crear composiciones limpias (ej.: productos en e-commerce, gráficos para presentaciones).

Seleccionar una Imagen y Usar la Herramienta de Eliminación de Fondo

- Canva/Figma: IA automática con un clic (precisión media, ideal para fondos simples).
- Adobe Photoshop:
 - 1) Selección Rápida + Seleccionar y Enmascarar para bordes detallados (pelo, plumas).
 - 2) Varita Mágica + Tolerancia ajustable para fondos de color uniforme.
 - 3) Herramientas especializadas: Remove. bg (precisión alta con IA, pero requiere suscripción para HD).

Ajustar los Detalles Manualmente si es Necesario

- *Refinar bordes:* En Photoshop, usar el pincel "Refinar Edge" para corregir halos o zonas semitransparentes.
 - *Corrección de color:* Ajustar niveles o contraste para que el objeto integre naturalmente en el nuevo fondo.
 - *Truco profesional:* Duplicar la capa y aplicar "Máscara de Capa" para preservar el original.

Unidad Curricular:	Taller de Diseño Avanzado y Herramientas Profesionales.		
Tipo de acción formativa:	Básica.	Fecha:	26/04/2025
Modalidades:	Presencial.	Tiempo Sugerido:	10 horas académicas.
Área de Conocimiento:	Telecomunicaciones e informática.		
Código de la Unidad Curricular:	GIGF-C-CVV-01		
Calificación Mínima Aprobatoria:	70 % o 14 puntos.	Tipo de Certificación	Por aprobación.
Descripción base			
Descripción de la Formación:	¡Únete a nuestra formación! Aprende a animar elementos en tus diseños y eliminar fondos de imágenes de forma efectiva. Desarrollarás habilidades clave para crear visuales.		
Propósito de la Unidad Curricular:	Esta unidad curricular tiene como propósito capacitar a los participantes en el uso de herramientas de diseño gráfico para animar elementos y eliminar fondos de imágenes, fomentando así la creatividad y mejorando la calidad visual de sus proyectos.		
Perfil de ingreso participante:	Estudiantes de educación básica, media y Universitarias, servidores públicos, público en general.		
Conocimientos previos:	El participante tiene que haber visto y aprobado los talleres: Taller de Armonía Cromática y Taller de Diseño Creativo		
Contenido:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Diseño Avanzado y Herramientas Profesionales 2. Animación de elementos en diseños. 		

Ruta de Aprendizaje

Tema I, Objetivo de la Formación

Desarrollar las habilidades, competencias necesarias para utilizar de manera efectiva herramientas avanzadas de diseño y gestión de marca, con el fin de crear y mantener una identidad de marca coherente.

N.º	Ejes Temáticos	Competencias a adquirir el participante	Criterios de Desempeño	Recursos educativos	Duración del tema
1	1. Diseño Avanzado y Herramientas Profesionales. 1.1. Uso de la herramienta de marca (Brand Kit). 1.2. Concepto de Uso de la Herramienta de Marco. 1.3. Definición de la Identidad de Marca. 1.4. Coherencia Visual. 1.5. Facilidad de Uso. 1.6. Plantillas y Guías. 1.7. Evolución y Actualización. 1.8. Aumento del Valor de Marca. 1.9. Beneficios Clave. 1.10. Ahorro de tiempo. 1.11. Mejora de la Profesionalidad. 1.12. Reconocimiento de marca 1.13. Subir un logo y seleccionar colores corporativos. 1.14. Subida del Logo. 1.15. Selección de colores de la imagen de marca. 1.15.1. Guardar fuentes personalizadas.	<ul style="list-style-type: none"> • Configurar y gestionar un Brand Kit (o "Brand kit") en herramientas de diseño profesionales. • Incorporar de forma armoniosa componentes de identidad en diferentes iniciativas. • Definir los elementos clave que componen una identidad de marca sólida que represente los principios y el carácter de la empresa • Establecer normas precisas para la implementación de la identidad de la marca en diversos entornos. • Desarrollar plantillas y guía de diseño considerando documentos, redes sociales y otros elementos. • Elegir y utilizar los colores de la marca de forma exacta y uniforme en varios soportes. • Utilizar las tipografías de la empresa de forma uniforme en todos los proyectos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Configura correctamente una herramienta de marca (Brand Kit,) incluyendo todos sus elementos. • Crea una identidad sólida de marca, cree consistencia visual y manténgala en cada punto de contacto de la marca que refleje los valores y la personalidad de la empresa. • Verifica que los elementos visuales (color, tipografía, iconografía, entre otros.) trabajen en conjunto de forma armoniosa. • Diseña y mantiene una coherencia visual en todos los puntos de contacto de la marca. • Aplica la armonía cromática según la paleta de colores estéticamente agradable y funcional para la marca. • Las fuentes se aplican de manera uniforme en todos los materiales de marca. • Analiza la importancia del licenciamiento de fuentes. 	Digital en modelo presentación	5 horas

Ruta de Aprendizaje

Tema II, Objetivo de la Formación

Capacitar a los participantes en la creación y edición de diseños dinámicos mediante la aplicación de animaciones a elementos visuales

N.º	Ejes Temáticos	Competencias a adquirir el participante	Criterios de Desempeño	Recursos educativos	Duración del tema
2	3. Tipos de diseño que se pueden crear 3.1. Redes sociales 3.2. Presentaciones 3.3. Documentos 3.4. Material Impreso 3.5. Multimedia, páginas web 3.6. Ejemplo	<ul style="list-style-type: none"> • Visibilizar y ajustar animaciones para garantizar una representación efectiva. • Utilizar diversas herramientas de diseño gráfico de manera fluida. • Comprender los fundamentos esenciales de la animación y su uso en el diseño gráfico y digital. • Dominar las funciones de selección de elementos en la herramienta de diseño. • Desarrollar habilidades para conceptualizar y crear propuestas visuales innovadoras. • Aplicar técnicas de composición y color para mejorar el impacto visual. • Analizar las tendencias actuales en diseño y animación para mantener la creatividad actualizada. • Coordinar el trabajo en equipo para proyectos de diseño y animación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Los participantes deben demostrar competencia en la selección de imágenes y el uso efectivo de la herramienta de eliminación de fondo, logrando un recorte limpio y adecuado. • Elabora la combinación de estilo de diseño e identidad estética para la mejor animación. • Elige y aplica el tipo de animación más adecuado para el elemento y el contexto. • Utiliza las herramientas de previsualización para revisar el efecto de la animación. • Demuestra con gran detalle • Debes colocar otros criterios de desempeño de los últimos temas 	Digital en modelo presentación	2 horas

Recursos de evaluación

Recursos de evaluación	Comprobación y Demostración de Saberes/Evidencias de desempeño	Criterios de desempeño
Creación de un proyecto o recursos	<ul style="list-style-type: none"> • Crear y configurar la identidad de marca utilizando la herramienta de marca (subir logo, seleccionar colores, guardar fuentes). • Diseñar un cartel o presentación que incluya animaciones de elementos. • Utilizar la herramienta de eliminación de fondos en una imagen y ajustarla manualmente. 	<ul style="list-style-type: none"> • Sube correctamente el logo y selecciona los colores adecuados a la identidad visual. • Guarda fuentes personalizadas y las usa en el diseño. • Demuestra coherencia y profesionalismo en la configuración de la marca. • El diseño final muestra coherencia con la marca, uso técnico correcto y creatividad en la animación y edición de imágenes

Flyers que Comunican El poder del Color y Diseño

Flyer

Definición:

Un flyer o volante es un material publicitario impreso, generalmente de tamaño pequeño o mediano, que se utiliza para promocionar productos, servicios o eventos. Es una forma rápida y económica de llegar a un público objetivo y transmitir un mensaje conciso y visualmente atractivo.

Los flyers actuales no se limitan únicamente al formato impreso. La capacidad de adaptar el diseño para diversas plataformas y dispositivos es vital para maximizar el alcance y la efectividad de la campaña comunicacional.



Tipos

- Flyers sueltos: Son folletos de una sola hoja, sin plegar.
- Dípticos: Folletos que se pliegan en dos partes, creando cuatro páginas.
- Trípticos: Folletos que se pliegan en tres partes, creando seis páginas.
- Cuadrípticos: Folletos que se pliegan en cuatro partes, creando ocho páginas.
- Flyers digitales: Versiones electrónicas de los flyers, que se comparten en línea.

Beneficios

- *Bajo costo*: Los flyers son una opción económica para promocionar productos o servicios, en comparación con otras formas de publicidad, donde utilizando diferentes técnicas puede ser utilizado por diferente comunidades y necesidades.
- *Fácil distribución*: Se pueden distribuir fácilmente a mano o en exposiciones, llegando a un público amplio.
- *Versatilidad*: Se pueden utilizar para una variedad de propósitos, desde promocionar eventos hasta anunciar nuevos productos o servicios.
- *Diseño atractivo*: Con un diseño bien cuidado, los flyers pueden generar un impacto visual duradero, transmitiendo la imagen de la marca.

- *Medición de resultados:* Es posible rastrear el impacto de una campaña de flyers mediante la medición de cupones o códigos de descuento utilizados.
- *Comunicación directa:* Los flyers ofrecen una comunicación directa con el público objetivo, permitiendo transmitir información de manera clara y concisa.
- *Promoción de eventos:* Los flyers pueden ser utilizados para promocionar eventos, incluyendo la fecha, hora, lugar y una breve descripción.

Tres ingredientes de un buen diseño.

1. Hazlo atractivo

Todo diseño necesita un punto central, que básicamente es la parte de layout (disposición) que atrae a la audiencia y puede ser lo que sea: una imagen o gráfico, un encabezado o promoción, o cualquier otro tipo de texto. Como normalmente es lo que la audiencia nota primero, es una buena idea asegurarte que tu punto central los oriente a la información más importante.

2. Considera el color

Nada nos llama más la atención que un buen toque de color y no solo eso, porque el color también apela a nuestras emociones, razón por la cual deberías sacarle provecho para que el diseño de tu flyer sea mucho más impactante. Por ejemplo, los colores cálidos como el rojo y el anaranjado son considerados para expresar energía y emoción, mientras que los colores fríos como el azul y el verde suelen transmitir sensaciones más conservadoras y calmantes.

3. Encuentra un equilibrio

Si hay algo que perjudica a tu flyer es un layout (organización visual de los elementos) demasiado cargado. Si hay mucha información en una sola página que imposibilite entenderla o saber exactamente para qué es el flyer, las personas solo lo ignorarán. Por otro lado, un layout equilibrado con suficiente espacio, que sea fácil escanear y más importante, que facilite entender la información.

Logos: INFOCENTRO, Fundacite, CIEPE, Mincyt, ARÍSTIDES BASTIDAS

III TOMA CIENTÍFICO
TECNOLÓGICA
LA GOTERA 2025, Mcpio. Aristides Bastidas

- EXPLORANDO EL MUNDO DE LAS FRUTAS Y HORTALIZAS A TRAVÉS DE LA CIENCIA.
- INICIACIÓN A LA ROBÓTICA.
- CUNICULTURA.
- BUEN USO DE LAS REDES SOCIALES.
- CIBERBULLYING.
- PLANETARIO - ASTRONOMÍA.
- AGROECOLOGÍA - SELECCIÓN DE SEMILLAS SIEMBRA EN CANTEROS.
- DERECHOS DE NIÑOS, NIÑAS Y ADOLESCENTES.
- CONOCIENDO LOS CEREALES Y SU IMPORTANCIA EN LA ALIMENTACIÓN.

Miércoles 18
JUNIO 2025
08:30 A.M

ESCUELA BÁSICA
SIMÓN ORDÓÑEZ.

PREESCOLAR
ISAAC ORDÓÑEZ PALACIOS.

COMUNA VOCES DEL CAMPO

Alcaldía Bolivariana de
ARÍSTIDES BASTIDAS
por Ciencia y Tecnología

Logos: Gobierno Bolivariano de Venezuela, Ministerio del Poder Popular para la Ciencia y Tecnología, INFOCENTRO, ARÍSTIDES BASTIDAS, Mincyt

Además de limitar tu contenido a la información más importante, uno de los factores que más influyen para lograr un diseño equilibrado es el buen uso del espacio en blanco.

Paso a paso para la creación de un flyer

1. Realizar el esquema de etapas para la producción del material visual.

- Incluye definir objetivos, identificar el público, diseñar la estructura, seleccionar las imágenes, redactar el mensaje y visitar minuciosamente los detalles.

2. Definir el público y propósito

- Se determina a que comunidad va dirigido el flyer (edad, tipo de comunidad, intereses o gustos, ubicación geográfica entre otros).
- Tener claro la finalidad del flyer (promocionar, informar, comunicar, avisar, anunciar, invitar entre otros)
- Alinear el mensaje y diseño con las características y necesidades del público objetivo.

3. Estructura del Flyer

- Organización lógica y atractiva del contenido para que tenga un gran impacto.
- Elementos básicos: encabezado, información principal, imágenes, llamada a la acción y datos de contacto (números de teléfono, redes sociales)
- Diseño equilibrado que guíe la vista de las personas.

4. Selección de imágenes y diseño de la composición gráfica

- Elegir imágenes relevantes y de alta calidad.
- Crear una composición visual armoniosa.
- Uso del color, espacios y elementos gráficos para captar atención.

5. Mensaje conciso y claro

- Redacción sencilla, directa y al punto.
- Uso de frases cortas y palabras clave.
- Facilitar la comprensión rápida del mensaje principal.
- Uso de tipografía legible y tamaños adecuados.
- Distribución clara del contenido para facilitar la lectura.

6. Consistencia Visual

- Mantener un estilo coherente en colores, tipografía y estilos gráficos.
- Reflejar la identidad visual de la marca o evento.
- Crear una estética uniforme que refuerce el mensaje.

7. Adaptabilidad

- Diseño flexible para diferentes formatos y plataformas (digital, impresión).
- Facilitar modificaciones futuras sin perder calidad.
- Considerar diferentes tamaños y medios de difusión.

Diseño Modular y Escalable

Formato Modular: Diseñe el flyer de manera que los elementos individuales, como bloques de texto, imágenes y botones de CTA, se puedan re-acomodar o intercambiar sin afectar el diseño global. Esto permite adaptar la pieza a distintos formatos o campañas sin rehacer el diseño entero.

Redimensionamiento Sencillo: Utilice herramientas digitales que permitan ajustar las dimensiones del flyer para redes sociales, páginas web y otros soportes. Por ejemplo, las dimensiones recomendadas para Instagram suelen ser cuadradas (1080x1080 px) o verticales (1080x1350 px).

Integración con Estrategias Digitales

Códigos QR y Enlaces: Incorpore elementos interactivos, como códigos QR o URLs personalizadas, que faciliten la transición del mundo impreso al mundo digital actual, permitiendo a los potenciales clientes acceder a promociones o formularios en línea.

Diseño Responsive: Asegúrese de que el flyer mantenga su integridad visual y su mensaje en diferentes dispositivos, verificando la legibilidad y la correcta visualización tanto en móviles como en computadoras.

Unidad Curricular:	Flyers que Comunican El poder del Color y Diseño		
Tipo de acción formativa:	Básica	Fecha:	6/6/2025
Modalidades:	Presencial	Tiempo Sugerido:	8 horas académicas
Área de Conocimiento:	Telecomunicaciones e informática		
Código de la Unidad Curricular:	GIGF-C-CVV-01		
Calificación Mínima Aprobatoria:	70% o 14 puntos	Tipo de Certificación	Por aprobación
Descripción base			
Descripción de la Formación:	Este proceso formativo desarrolla diferentes habilidades para para diseñar y crear flyers efectivos, aplicando principios de estructura, selección visual y comunicación clara, con énfasis en la adaptación a plataformas digitales.		
Propósito de la Unidad Curricular:	Es capacitar a los participantes para diseñar y producción flyers atractivos, llamativos y adaptables que comuniquen ideas.		
Perfil de ingreso participante:	Facilitadores, facilitadores, miembros de las diferentes comunidades interesados en ampliar información.		
Conocimientos previos:	Realización previa de los talleres: <ul style="list-style-type: none"> ● Taller de Diseño Creativo ● Taller de Armonía del Color 		
Contenido:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Flyer 2. Tres ingredientes de un buen diseño 3. Paso a paso para la creación de un flyer 4. Diseño Modular y Escalable 5. Integración con Estrategias Digitales 		

Ruta de Aprendizaje

Tema I, Objetivo de la Formación

Capacitar a los participantes en la comprensión, diseño y utilización efectiva de diferentes tipos de flyers, desarrollando habilidades para crear material gráfico adaptable a diversas plataformas y necesidades.

N.º	Ejes Temáticos	Competencias a adquirir el participante	Criterios de Desempeño	Recursos educativos	Duración del tema
1	1. Flyer 1.1. Definición 1.2. Tipos 1.2.1. Flyers sueltos 1.2.2. Dípticos 1.2.3. Trípticos 1.2.4. Cuadrípticos 1.2.5. Flyers digitales 1.3. Beneficios	<ul style="list-style-type: none"> Comprender la definición, los distintos tipos de flyers y sus aplicaciones. Identifica las características y los beneficios de estas. 	<ul style="list-style-type: none"> Explica claramente la definición y los distintos tipos de flyers, diferenciando sus características y usos específicos. Utiliza correctamente las herramientas y recursos disponibles para crear flyers digitales o impresos. 	Presentación y videos tutoriales	3 horas

Ruta de Aprendizaje

Tema II, Objetivo de la Formación

Desarrollar la capacidad de los participantes en diferentes fundamentos de la creación de materiales gráficos.

N.º	Ejes Temáticos	Competencias a adquirir el participante	Criterios de Desempeño	Recursos educativos	Duración del tema
2	2. Tres ingredientes de un buen diseño 2.1. Hazlo Atractivo 2.2. Considera el color 2.3. Encuentra un equilibrio	Identificar y aplicar los tres ingredientes esenciales para un buen diseño: atractivo visual, uso adecuado del color y equilibrio en la composición.	<ul style="list-style-type: none"> Explica claramente los tres ingredientes clave para un buen diseño y su importancia en la comunicación visual. Diseña materiales gráficos que sean atractivos, utilizando estrategias para captar la atención del público. 	Presentación y videos tutoriales	1 hora

Ruta de Aprendizaje

Tema III, Objetivo de la Formación

Capacitar a los participantes en el proceso integral para la creación de flyers efectivos, mediante la comprensión de pasos clave como la definición del público y propósito, la estructuración del diseño, la selección de imágenes, la elaboración de mensajes claros y consistentes, así como la aplicación de principios de adaptabilidad, diseño modular y su integración con estrategias digitales.

N.º	Ejes Temáticos	Competencias a adquirir el participante	Criterios de Desempeño	Recursos educativos	Duración del tema
3	3. Pasos para la creación de un flyer 3.1.1. Definir el público y propósito 3.1.2. Estructura del Flyer 3.1.3. Selección de imágenes y diseño de la composición gráfica 3.1.4. Mensaje conciso y claro 3.1.5. Consistencias Visual 3.1.6. Adaptabilidad 3.2. Diseño Modular y Escalable 3.3. Integración con Estrategias Digitales	<ul style="list-style-type: none"> • Diseñar flyers que sean visualmente consistentes, atractivos, adaptables a diversos formatos y plataformas. • Diseñar flyers que sean visualmente consistentes, atractivos y adaptables a diversos formatos y plataformas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Estructura el flyer siguiendo una lógica coherente, considerando la importancia de la organización visual y el mensaje. • Estructura el flyer siguiendo una lógica coherente, considerando la importancia de la organización visual y el mensaje. 	Presentación y videos tutoriales	4 horas

Recursos de evaluación

Recursos de evaluación	Comprobación y Demostración de Saberes/Evidencias de desempeño	Criterios de desempeño
Realización de flyers y revisión de trabajo de los demás compañeros que realicen el proceso.	Diseño de un flyer completo que integre una estructura coherente, selección adecuada de imágenes, mensaje claro, y elementos visuales consistentes y adaptables. Es impórtate que la selección del tema para realizar de este proceso evaluativo tiene que ser con un fin de beneficios a las comunidades.	<ul style="list-style-type: none"> • Claridad y precisión den la definición del público objetivo. • Selección adecuada de imágenes. • Adecuada aplicación de principios de diseño visual. • Redacción de mensaje breves, claros, persuasivos y en línea con el objetivo de lo que se quiere transmitir.

Referencia Bibliográfica

- Heller, E. (2004). Psicología del color: Cómo actúan los colores sobre los sentimientos y la razón. Editorial Gustavo Gili.
- Wright, A. (2011). El poder de los colores. Ediciones Robinbook.
- Bringham, R. (2008). Los elementos del estilo tipográfico. Fondo de Cultura Económica.
- Lupton, E. (2010). Tipografía: Diseño y función. Editorial Gustavo Gili.
- Psicología del color, revisado el 15 marzo 2025, <https://blucactus.com.ve/la-psicologia-del-color/>
- Canva. Canva Design School. Recuperado el 24 de marzo de 2025, de <https://www.canva.com/designschool/>
- Lupton, E. (2015). Graphic Design: The New Basics (2ª ed.). Princeton Architectural Press.
- Adobe. Introduction to Graphic Design. Recuperado el 24 de marzo de 2025, de <https://www.adobe.com/creativecloud/design/discover/graphic-design.html>.



Con la biblioteca digital pretendemos visibilizar aún más las TIC como una herramienta de apoyo, ofreciendo de manera universal y gratuita un repositorio de investigaciones, aplicaciones, metodologías participativas, estadísticas y tutoriales.

- <https://info-biblioteca.mincyt.gob.ve/books/armonia-del-color-espanol/>
- <https://info-biblioteca.mincyt.gob.ve/books/armonia-del-color-espanol/>
- <https://info-biblioteca.mincyt.gob.ve/books/el-color-es-comunicacion-espanol/>.





FUNDACIÓN
INFOCENTRO
COMUNIDADES TIC

Avenida Universidad, Esquina El Chorro, Torre Ministerial, piso 11 Caracas,
Distrito Capital.