

UNIVERSIDAD NACIONAL DE MORENO

PROGRAMA ASIGNATURA: TALLER DE DISEÑO EN COMUNICACIÓN VISUAL 1 (240530)

Carrera: DISEÑO en COMUNICACIÓN VISUAL (Plan de estudios aprobado por Resolución UNM-CS N°954/22 y su modificatoria UNM-CS N° 1.044/23)¹

Área: Prácticas de Diseño

Trayecto Curricular: Ciclo de formación inicial.

Período: 1° Cuatrimestre – Año 3

Modalidades: Presencial o Presencial con actividades virtuales

Carga Horaria: 96 (noventa y seis) horas con un máximo de 32 (treinta y dos) horas virtuales.

Vigencia: a partir del 1° Cuatrimestre 2025

Clases: 32 (treinta y dos)

Régimen: regularidad

Responsable de la asignatura: DI Roberto de De Rose

Programa elaborado por: Dr. D.CV. Silvio Somma

Fundamentación:

Si abordamos al diseño desde una mirada semiótica, podemos partir de la concepción de Forma, Existencia y Valor como tres instancias fundamentales para la materialización de una idea: el diseño. Si bien Forma, Existencia y Valor están íntimamente relacionados y los tres son uno, si los separamos como modo de abordaje para poder estudiarlos en profundidad, podemos decir que Forma son todos los conocimientos arquetípicos que se han desarrollado en general en el transcurso de la historia de la humanidad, y específicamente en la historia del arte, arquitectura y diseño, que nos permite acceder a diversas formas posibles de representación. Que Existencia corresponde las posibilidades tecnológicas y de materiales disponibles para la realización de algo. Y por último, Valor es la conjunción de los dos aspectos anteriores amalgamados en una idea pensada, conceptualizada y desarrollada por un individuo para obtener como resultado “un diseño” (producto, objeto, pieza gráfica, indumentaria, accesorio, etc.) con anclaje a lo social, cultural y regional en virtud de los materiales existentes en la zona.

La asignatura Taller de Diseño en Comunicación Visual 1, tiene una mirada integradora para obtener una visión total del diseño, que propone a los estudiantes transitar instancias de experimentación donde puedan aplicar todos los conocimientos apprehendidos en otras asignaturas sumadas a las nuevas instancias teóricas en relación a los temas específicos que se plantean.

Objetivos Generales:

- Desarrollar habilidades para concebir, programar, proyectar y realizar comunicaciones visuales, además del análisis crítico de la comunicación visual de la identidad y el desarrollo de proyectos de carácter sistémico, aplicados a empresas, instituciones y productos.

¹ Reconocimiento oficial y validez nacional aprobado por Resolución ME N° 2833/23.

- ☐ Profundizar la capacidad para el análisis crítico, adquiriendo habilidades para producir piezas de diseño que respondan al proyecto planteado y a las funciones comunicativas que éstas deban asumir.
- ☐ Propiciar el aprendizaje de conceptos claves e incorporar terminología disciplinar y profundizar en la especificidad del conocimiento proyectual.

Contenidos Mínimos:

El discurso de identidad. Diseño e identidades. Concepto de identidad e imagen. Sistemas de identidad. El nombre. Logotipo. Isotipo. Signo lingüístico y signo icónico. Articulación del lenguaje visual/verbal. Organización de un sistema de identidad visual. Topología de las modalidades de marca. Niveles de síntesis. Nivel lingüístico e icónico de la tipografía.

Programa:

Unidad N° 1:

El discurso de identidad. Concepto general. Clasificación según tipología del signo marcario. Parámetros de calidad de una marca. Niveles de síntesis. Analogía y abstracción. Signo lingüístico y signo icónico. Referente conceptual. Significante/significado.

Unidad 2

Concepto de identidad e imagen. Construcción de marca. Atributos conceptuales. Componentes de la marca: mensaje lingüístico/ mensaje icónico. Fonograma/Pictograma/Diagrama. Signo de identidad. Marca impresa (estática), marca para medios digitales (dinámica), marca para intervención espacial (3D).

Unidad 3

Armonía aérea: grilla constructiva en marca de identidad. Color aplicado a marcas de identidad. Dominante, subordinado y acento. Denotación y connotación del color en la marca de identidad. Manual de marca.

Bibliografía:

BERNSTEIN, D. La imagen de empresa y la realidad. Plaza y Janés, Barcelona, 1989.
 CHAVES, N. La imagen corporativa. GG, Barcelona, 1988.
 CHAVES, N; BELLUCCIA, R. La marca corporativa. Gestión y diseño de símbolos y logotipos. Paidós, 2003
 COSTA, J. Imagen corporativa en el siglo XXI. La Crujía ediciones, 2009.
 COSTA, J. Imagen global. CEAC, Barcelona, 1989.
 COSTA, J. La imagen de marca. Un fenómeno social. Paidós, 2004
 FRUTIGER, A. En torno a la tipografía. Editorial GG. Barcelona. 2002.
 SEMPRINI, A. El marketing de la marca. Paidós, Barcelona, 1995.

Objetivos pedagógicos:

- Incorporar la idea del Diseño como una actividad interdisciplinaria.
- Explorar la capacidad de transferir un concepto a una idea gráfica (habilidades para concebir, programar, proyectar realizar comunicaciones visuales.
- Comprender:
 - las producciones de Diseño como emergentes de la cultura.
 - la determinación del contexto en la producción/interpretación de discursos.
 - la propuesta de Diseño como síntesis de la conceptualización.

- a la práctica del Diseño como una producción técnico-morfológica, que participa y conforma nuestra cultura material y simbólica.
- Desarrollar:
 - el valor de la solidaridad, la participación y la cooperación en el grupo.
 - el concepto de trabajo como proceso para la construcción de discursos visuales.
 - la capacidad de argumentación y fundamentación como práctica para el ejercicio de la profesión.
- Sostener:
 - la autoevaluación y la autocrítica.
 - el respeto por la audiencia.
 - la actitud analítica y el respeto para con los trabajos de sus compañeros.

Metodología de trabajo:

La asignatura adopta la modalidad de trabajo de aula/taller, por lo tanto, las clases serán teórico-prácticas donde se planteará a las/os estudiantes transiten experiencias exploratorias para la realización de producciones en torno a la temática de diseño de identidad.

En las clases presenciales permitirán el desarrollo de temas complejos y esquicios, para experimentaciones espontáneas. Los trabajos prácticos serán complementados por clases teóricas y lectura de bibliografía que propicien el pensamiento crítico a partir de instancias de análisis, reflexión y debate en clase.

En las horas de cursada presencial, las/os estudiantes desarrollaran actividades referidas a los Tps, además de ser un espacio para el intercambio de las producciones de las/os estudiantes. Los ejercicios serán grupales y/o individuales, según los temas y objetivos. Se propone un aprendizaje basado en la experiencia, promoviendo la reflexión y el desarrollo de aptitudes. Se entrelazan procesos de construcción personal y procesos de construcción en colaboración con otras/os. Para ello se consideran diferentes estrategias según los contenidos a desarrollar:

- > Teóricos expositivos
- > Visualización de ejemplos
- > Análisis de bibliografía
- > Trabajos prácticos individuales
- > Trabajos prácticos colaborativos

Las clases virtuales sincrónicas que se desarrollaran temas teóricos, como así también, las clases destinadas a visualización de ejemplos, serán en el aula virtual de la plataforma de la UNM, y podrán ser acompañadas por recursos asincrónicos como videos, lecturas recomendadas, foros de consulta y/o de debate, cuestionarios online y/o distintos recursos que brinda la plataforma Moodle. Además, las/os estudiantes deberán subir a dicha plataforma los distintos trabajos prácticos para su calificación.

Como recursos didácticos se utilizan materiales producidos por el docente a cargo: presentaciones audiovisuales para la visualización y análisis de ejemplos y guías de lectura para el análisis de materiales bibliográficos impresos y digitales.

Evaluación y aprobación:

- El taller se aprueba por promoción directa

Para la aprobación de la asignatura por el Sistema de Promoción al finalizar el Curso Lectivo, el alumno deberá contar con los siguientes requisitos:

- a) Asistencia 75 % (setenta y cinco por ciento) clases prácticas presenciales.

- b) Aprobación 100 % (cien por ciento) de los trabajos de Taller con calificación 4 (cuatro) o superior. Cada una de las entregas de los trabajos de Taller contará con una instancia de recuperación.