

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PLATA - FACULTAD DE ARTES
PROGRAMA DE DISEÑO EN COMUNICACIÓN VISUAL II - 2025

Código de la materia V0004

Departamento de Diseño en Comunicación Visual

Fundamentación

En segundo año se trabaja el concepto de identidad, desde la definición de las características identitarias de un comitente hasta la construcción intencional de una imagen que la represente. Entendemos este proceso de conceptualización como la base de muchos espacios de trabajo de la profesión. Desde la identidad, enmarcada en la misión, la trayectoria, la realidad y los horizontes de futuro es que se desarrollan las soluciones de identificación a través de la marca.

Se trabaja a su vez en la construcción de mensajes de promoción que articulen sistémicamente con la propuesta marcaria.

Entender el paso de identidad a imagen requiere desarrollar a su vez habilidades específicas. Sintetizar las formas, desarrollar la alfabetidad visual para recuperar colores, texturas, tipografías y tramas que aporten a su comunicabilidad. Elegir del vasto recurso de oferta visual actual es una habilidad que se construye desde el desarrollo de saberes culturales, desde el conocimiento del destinatario y desde la conciencia del contexto.

El conjunto de conocimientos teóricos-conceptuales es indispensable para lograr consolidar una concepción donde el diseño debe ser un proceso intelectual y no solamente un conjunto de habilidades prácticas.

Objetivos-propósitos de la asignatura

Abordar el concepto de identidad como sustento para el desarrollo de identificación visual a partir de la práctica proyectual.

Introducir niveles de análisis de la realidad institucional o corporativa así como de la comunicación cultural de su temática para el desarrollo de miradas diagnósticas y estratégicas en la construcción de imagen.

Introducir los pasos de procesos sistemáticos de trabajo de indagación, definición, ideación, prototipado y testeo como método para el desarrollo de respuestas gráficas con funciones identificatorias y promocionales que ayuden a la construcción de imagen de instituciones o empresas.

Incorporar los criterios de sistematicidad y sus variables.

Introducir a las formas de normatización a partir del ensayo de variables de uso y su respectiva aplicación.

Contenidos conceptuales

- Proceso de comunicación: emisor, mensaje, canales, contexto, destinatario. Producción y consumo de mensajes.
- La comunicación como proceso de diseño: signo-significante-significado-significa-

ción-denotación-connotación.

- La construcción del sentido . Lenguaje icónico
- Creatividad. Estereotipos.
- Códigos e interpretación del mensaje
- Representaciones gráficas-operaciones de selección y combinación -tratamientos gráficos-estilos- géneros
- Criterios sistémicos. Normatizaciones.

Contenidos mínimos

- Imagen institucional: tipologías gráficas de identificación visual: Pictogramas, diagramas. Fonogramas. Síntesis morfológica. Abstracciones. Tipografía e identidad. Sistematización de normas de uso. Aplicabilidad en diferentes soportes.
- Sistemas de construcción de imagen identificatoria y promocional: Construcción de mensajes, principios de programa. Subsistemas.
- Introducción a la gestión de marca. Usos en producto, canales y medios. Aplicabilidad. Versatilidad. Concepto de producto: requerimientos específicos, estereotipos, formas de circulación, soportes.

Contenidos procedimentales

Los procedimientos didácticos vinculan fuertemente la teoría con la práctica.

El taller en su conjunto como cátedra vertical, sostiene una modalidad de trabajo vinculado al territorio desarrollando trabajos sobre comitentes reales. Se articula desde la cátedra con instituciones, ONGs, cooperativas, emprendedores u organizaciones públicas para resolver necesidades de identificación específicas, buscando que los alumnos trabajen sobre situaciones y condicionantes de la realidad.

En el aula la modalidad incluye clases teóricas, diálogo horizontal, puestas en común, ejercitaciones con herramientas y materiales, visualización de proyectos análogos, diagnósticos y planificaciones consensuadas. Actividades, materiales y entregas mediadas por tecnología, en forma de aula extendida a través de la plataforma AulaWeb.

Contenidos actitudinales

En nuestra orientación didáctica el conocimiento se construye en un proceso dinámico de experiencia y reflexión. No es posible medir el resultado de este proceso en actitudes observables exclusivamente. La conceptualización es un acontecimiento mas complejo, que va a expresarse en la conducta global, objetiva y subjetiva del individuo y el grupo de pertenencia. Se ve reflejado en su capacidad de reflexión y en su propuesta de diseño , en su evolución global como futuro profesional

Metodología

Se basa en la búsqueda de soluciones de comunicación visual propuestas desde la indagación y la reflexión. Se interpelan los estereotipos para confirmar o descartar su uso, se debaten las alternativas propuestas desde la comunicabilidad, la factibilidad y la pertinencia. Se promueve la construcción de esquemas de autoevaluación y la autonomía del alumno.

Criterios de evaluación y acreditación

- Promoción : directa (según normativas vigentes)
- Comprensión y conceptualización del tema: Coherencia de plano semántico y sintáctico
- Nivel de innovación.
- Nivel de resolución técnica
- Proceso de trabajo
- Participación en clase
- Se acreditan los trabajos prácticos, informes de investigación y coloquios de los contenidos desarrollados

Bibliografía

- Branda M. – *La creatividad en el diseño* – Ed. Cátedra DCV
- Capriotti, P. - *DircomMAP. Dirección Estratégica de Comunicación*. Barcelona: Bidireccional.
- Costa J. – *Identidad Corporativa* – Ed. Trillas
- Costa J. - *Imagen global* - Ed. CEAC
- Chaves R. – *La imagen corporativa* – Ed. G.Gilli
- Dondis D.A. *La sintáxis de la imagen* – Ed. G. Gilli
- Eco U. – *Apocalípticos e integrados ante la cultura de masas* – Ed. Lumen
- Eco U. – *El signo* – Ed. Lobos
- Frascara J. – *Diseño gráfico y comunicación* – Ed. Infinito
- Maeda, J. - *Las leyes de la simplicidad. Diseño, tecnología, negocios, vida*. Ed. Gedisa
- Mazzeo, C - *Diseño y sistema* - Ed. Infinito
- Munari B. – *Diseño y comunicación Visual* – Ed. G. Gilli
- Prieto Castillo D. – *Elementos para los análisis de mensajes* – Ed. Ille
- Satué E. – *El diseño gráfico* – Ed. Alianza
- Villafañe, J - *Introducción a la teoría de la imagen* - Ed. Pirámide
- Wong W – *Fundamentos del diseño bi y tridimensional* – Ed. G.Gilli
- Rollié- Branda - *La Enseñanza del Diseño en Com. Visual*- Ed NOBUKO