

PROGRAMA TALLER DISEÑO COMUNICACIÓN VISUAL II

CODIGO DE LA MATERIA 721
DEPARTAMENTO DISEÑO COMUNICACION VISUAL
PROFESOR RESPONSABLE: María Branda

MARCO REFERENCIAL – FUNDAMENTACION

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. El taller DCV II analiza el tema de imagen institucional desde dos etapas, la primera: ejercitando una práctica de diseño de mensajes con características gráficas y técnicas diferenciadas y por una segunda etapa de la interrelación de los diferentes mensajes que deben funcionar como un sistema coherente e integrado de comunicación.

CONTENIDOS MINIMOS

- Gráfica de identificación
- .Imagen de empresas e instituciones
- Identidad visual
- Modalidades gráficas de identificación visual
- Aspectos sintácticos, semánticos y estilísticos
- Tipografía
- Promoción e identidad
- Identificación de producto
- Envases, ingeniería y diseño

CONTENIDOS CONCEPTUALES

- Proceso de comunicación – Producción, distribución y consumo de mensajes
- La comunicación como proceso de diseño –signo-significante-significado-significación-denotación-connotación-mensajes
- Función de la construcción del sentido. Lenguaje icónico
- Recepción e interpretación del mensaje
- Representaciones gráficas-operaciones de selección y combinación –tratamientos gráficos-estilos – géneros
- Diseño-Sistema

CONTENIDOS PROCEDIMENTALES

Los procedimientos didácticos están fundados en clases teóricas, análisis de textos de la bibliografía obligatoria, diagnósticos situacionales y trabajos de campo, para poder realizar propuestas de diseño como síntesis de la conceptualización lograda.

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.

OBJETIVOS-PROPOSITOS DE LA ASIGNATURA

Desarrollar el concepto de Identidad Visual mediante la práctica proyectual que permita el diseño de mensajes con características gráficas y tecnológicas diferenciadas, teniendo en cuenta la interacción de los diferentes mensajes que deben funcionar como un Sistema de Comunicación.

METODOLOGIA

La orientación del trabajo se realiza desde la metodología didáctica de taller. Se analizan los temas, se desarrolla un proceso de trabajo teórico-práctico y se alcanza una síntesis que fundamenta la propuesta de diseño. El trabajo se realiza con modalidad de taller

CRITERIOS DE EVALUACION Y ACREDITACION

Promoción: directa

- Comprensión y conceptualización del tema
- Nivel de creatividad
- Nivel de resolución técnica
- Proceso de trabajo
- Participación en clase
- Se acreditan los trabajos prácticos, informes de investigación y coloquios de los contenidos desarrollados

BIBLIOGRAFIA

- Branda M. – La creatividad en el diseño – Ed. Cátedra DCV “B”
Branda M.- La Observación - Ed. Cátedra DCV “B”
Costa J. –Identidad Corporativa –Ed. Trillas
Costa J.- Imagen global- Ed. CEAC
Chaves R. –La imagen corporativa –Ed. G.Gilli
Dondis D.A. La sintaxis 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
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
Wong W – Fundamentos del diseño bi y tridimensional –Ed. G.Gilli