

# Programa

## 1. DATOS GENERALES

GRUPO DE CARRERAS	PROYECTOS DE DISEÑO		
CARRERA	DISEÑO GRÁFICO		
PLAN DE ESTUDIOS ORD N°	02/06 CS (Diseño Gráfico)		
ESPACIO CURRICULAR	DISEÑO GRÁFICO 1		
RÉGIMEN	Anual	CURSO	Segundo
CARGA HORARIA TOTAL	224 horas	CARGA HORARIA SEMANAL	8 horas
FORMATO CURRICULAR	Taller		
AÑO ACADÉMICO	2021	CARÁCTER	Obligatorio
CORRELATIVIDADES PARA EL CURSADO	Debe tener aprobada: Introducción al Diseño Debe tener cursada regular: Tipografía I Básica Psicología aplicada al diseño Dibujo a mano alzada Tecnología I software		
CORRELATIVIDADES PARA LA EVALUACIÓN	Debe previamente aprobar: Tipografía I Básica Dibujo a Mano Alzada Tecnología I Software		
EQUIPO DE CÁTEDRA	Profesora Titular: Esp. D.I. Elsa Benito JTP: D.I. Claudio Cicchinelli Ayudante de 1°: DG Diego Peralta		
HORARIOS DE CLASE	Lunes de 16 a 20h Jueves de 16 a 20h		
HORARIOS DE CONSULTA	DI. Elsa Benito: miércoles de 12:00 a 14:00 DI. Claudio Cicchinelli: miércoles de 10:00 a 12:00 DG. Diego Peralta: viernes de 9:00 a 11:00		
MOVILIDAD ESTUDIANTIL	No se considera debido a la modalidad semestral de movilidad, ya que la complejidad creciente de los aprendizajes requiere la totalidad del curso anual para una posible acreditación.		

## 2. FUNDAMENTACIÓN

DISEÑO GRÁFICO I es un espacio curricular ubicado en el segundo año de la carrera de Diseño Gráfico, en el Ciclo de Formación General. Según el perfil profesional definido en el plan de estudios debe promover competencias específicas para el desarrollo de proyectos de comunicación visual con alcance social que respondan a las necesidades culturales, tecnológicas y económicas de la región. Es uno de los talleres medulares del trayecto del estudiante en la carrera donde se propicia la conciencia crítica y reflexiva sobre la comunicación visual-social, considerando sus significados, su interpretación y modos de producción, permitiendo comprender su influencia en el contexto cultural, social, económico y ambiental.

Las competencias esperables para DG1 planteadas en el Plan de Estudios son:

.. Desarrollar anteproyectos de problemas comunicacionales de Diseño Gráfico con mínimo grado de complejidad

contextual, enfatizando los factores textuales, aplicando manejo sintáctico y semántico.

.. Estudiar sistemáticamente los objetos de comunicación visual en sus aspectos semánticos y sintácticos para sensibilizar sobre el hábito del pensamiento crítico, reflexivo, relacional.

.. Aplicar técnicas metodológicas para proyectar de acuerdo a la complejidad del problema.

.. Definir de manera general la intencionalidad del proyecto, su finalidad y el perfil del público objetivo.

El taller de DG1 se sustenta en las actividades, los conocimientos teóricos y prácticos y el trabajo en equipo como aprendizaje colaborativo.

El Diseño Gráfico es una disciplina de proyecto que se estructura desde otros diversos campos disciplinares y modalidades, de ahí que los abordajes teóricos y prácticos representen una constante revisión y retroalimentación promoviendo la formación del estudiante en capacidades de análisis, reflexión, fundamentación, creatividad y pensamiento crítico.

El marco teórico disciplinar se basa en los distintos aspectos de la comunicación social-visual, el proceso proyectual y consideraciones tecnológico-productivas.

Se considera al taller de diseño como el espacio inicial en la formación de un creador de comunicaciones visuales que, en la definición de María Ledesma es un “futuro operador cultural, capaz de influir en la construcción de imaginarios sociales”.

En ese sentido se propone como un espacio que facilite la integración disciplinar, el desarrollo de criterios fundados, la búsqueda de soluciones, la coexistencia y el respeto.

Se valora el trabajo individual en cuanto desarrollo de la autonomía en la búsqueda de soluciones eficaces a los problemas de diseño pero también el trabajo grupal como intercambio y construcción metacognitiva.

Pensar en comunicación es pensar en contextos, audiencias, códigos, discursos, pensar un **otro**. La formación de los diseñadores debe considerar los aspectos instrumentales del oficio, pero dentro de una perspectiva global, holística, con conciencia de los alcances y efectos sobre una diversidad de ámbitos.

Nos encontramos a nivel planetario en tiempos de urgencias, no podemos menos que trabajar en la formación humana y profesional, con conciencia crítica, solidaria, inclusiva, global.

### 3. PROPÓSITOS / COMPETENCIAS

Que el/la estudiante pueda:

- Detectar, comprender, analizar y enunciar correctamente el problema de diseño.
- Saber qué y dónde buscar la información adecuada y necesaria.
- Proponer soluciones posibles y eficaces a los requerimientos de diseño preestablecidos.
- Transferir los conceptos y conocimientos del proceso de comunicación visual en productos de Diseño Gráfico.
- Manejar los elementos de la sintaxis visual.
- Manejar los múltiples discursos gráficos a partir de distintas tipologías.
- Desarrollar actitudes de cooperación, integración, tolerancia y respeto en el trabajo en equipo.

- Desarrollar una conducta crítica y autocrítica.
- Desarrollar conductas de respeto por el medio ambiente, la diversidad natural y social.

#### 4. CONTENIDOS (Ejes / Unidades)

EJE 1:	<p><b>La comunicación visual:</b></p> <p>Comunicar-comunicarse: Reflexión sobre la propia identidad. Esquema de las 3 C (cabeza, corazón y cuerpo) para elaboración de perfil. Modos de comunicar la identidad, las representaciones (ejercicio “Yo soy”) . Los grupos, mi grupo (ejercicio “Mi tribu”)</p> <p>Comunicaciones en redes sociales, los jóvenes y su contexto.</p> <p>El contexto. Diferentes discursos. Códigos. Estilos gráficos.</p> <p>El mensaje. La relación productor, intérprete y diseñador.</p>
EJE 2:	<p><b>Los canales en la comunicación visual:</b></p> <p>Imagen y texto como recursos fundamentales. Sintaxis y semántica. Denotación y connotación. Monosemia y polisemia. Abstracción e iconicidad.</p> <p>El afiche o cartel como canal gráfico. Funciones de la comunicación en este medio gráfico.</p> <p>Análisis de los códigos visuales propios del cartel. Legibilidad e inteligibilidad. Emisor, intérprete y diseñador. Requerimientos técnicos básicos. Devenir de otras piezas gráficas nacidas del cartel, las nuevas tecnologías y los nuevos contextos.</p>
EJE 3:	<p><b>La identidad en las instituciones:</b></p> <p>Identificadores primarios y secundarios.</p> <p>La marca: signo visual de identificación. Características y funciones.</p> <p>Parámetros de calidad marcaria.</p> <p>Aplicaciones, medios tradicionales y medios actuales.</p>

#### 5. ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE

El desarrollo de los proyectos centrales se complementa con ejercicios cortos, talleres, seminarios, debates a partir de películas, videos, fotografías y todo otro material pertinente.

Se incorpora la experiencia de comunicación, ejercitación y debate a través del uso del Aula virtual.

En el actual contexto de pandemia las actividades y encuentros se desarrollarán de forma virtual (reuniones virtuales, material en el Aula Virtual) hasta tanto exista la posibilidad de presencia en las aulas.

Las explicaciones se complementan con material audiovisual, ejemplificaciones, estudio de casos, debates, trabajos colaborativos, técnicas de creatividad, seminarios con especialistas en algunos temas relacionados el diseño.

Para el seguimiento del proceso individual de cada estudiante se promueve el uso del cuaderno de bitácora

donde deben constar todas las acciones que realiza en el desarrollo de cada proyecto consignando los aportes de distintas índoles y fuentes que hayan contribuido al encuentro de soluciones al problema planteado.

En el seguimiento del proyecto se combinan distintas modalidades: consultas con profesores (individuales y grupales), “colgadas” que facilitan la crítica y aportes de tutores y compañeros en un aprendizaje colaborativo, observación de material audiovisual, puestas en común de conceptos, debates y coloquios, visitas a espacios de interés, trabajo personal o grupal, simulaciones, etc.

Los proyectos se desarrollan en forma analógica con la maquetación a escala del producto final para luego pasar a la digitalización a través de lectura con escaner y finalización en los programas (*software*) pertinentes.

Se plantea la experiencia de trabajo intercátedra, con algunos espacios curriculares que permitan integración de contenidos y experiencias (Tipografía I, Comunicación Visual y Diseño de Productos I). Este año se articularán contenidos con la cátedra de Historia del Diseño con el tema “Vanguardias de principios del siglo XX” para el reconocimiento y aplicación de diferentes estilos y lenguajes gráficos en un mensaje; y con la cátedra de Comunicación Visual a través del tema “las funciones de la comunicación” analizadas en el cartel.

ABP Se plantea el aprendizaje basado en problemas/proyectos para el desarrollo de algunos proyectos fundamentales del curso.

## 6. VIRTUALIDAD

El Aula Virtual institucional (plataforma *Moodle*) DaMA2021 es la “base de operaciones” donde se organizan los contenidos y recursos para el desarrollo del curso, por ejemplo: material complementario bibliográfico, archivos audiovisuales, vínculos con otros sitios web (de diseño, ilustración, artes visuales, dibujo, libros, cine, museos y tutoriales de técnicas), etc.

El Aula virtual se complementa con *Drive* (espacio virtual donde los estudiantes comparten archivos de trabajos), reuniones virtuales *Meet* o *Zoom*, comunicación a través de correo electrónico y participación en grupos de whatsapp.

## 7. PRÁCTICAS SOCIO-EDUCATIVAS (ACTIVIDADES EXTRACURRICULARES DE VALOR ACADÉMICO)

Nuestro compromiso con proyectos que surjan de problemáticas reales de diseño, abarca la práctica social educativa, con la búsqueda de necesidades sociales locales que puedan beneficiarse a través de algunas de las orientaciones proyectuales de este nivel de la carrera, constituyendo un ámbito real y enriquecedor en el aprendizaje de los estudiantes.

La situación de pandemia y medidas restrictivas fluctuantes propuestas por el gobierno, limitan la proyección de acciones en relación a dichas problemáticas. Esperamos el momento en que, sin riesgos, sea posible una práctica grupal, colaborativa, en este sentido.

De normalizarse esta situación la cátedra propondrá en este ciclo el abordaje de temáticas sobre crisis social, de salud y medioambiental con el propósito de concretar aportes de extensión en estos ámbitos.

## 8. EVALUACIÓN

<p><b>Criterios de evaluación</b></p>	<p>La evaluación es continua en el desarrollo de los trabajos a través de consultas, con una instancia final en la entrega de cada proyecto (a través de ficha donde consten objetivos y criterios de evaluación).</p> <p>Los criterios de evaluación se especifican en el programa de cada proyecto, pero en general se refieren a los siguientes aspectos:</p> <p>Pertinencia del mensaje</p> <p>Organización de la información</p> <p>Manejo de recursos sintácticos y semánticos</p> <p>Legibilidad e inteligibilidad</p> <p>Nivel de impacto</p> <p>Calidad de presentación.</p> <p>La evaluación final de cada ejercicio o proyecto considera el proceso y la calidad gráfica del resultado. Es muy importante la participación no solo en las consultas o encuentros virtuales, sino en la comunicación y el interés puesto en el propio aprendizaje. Se registrarán notas conceptuales.</p> <p>La nota de aprobación va desde 6 a 10.</p>
<p><b>Acreditación</b></p>	<p>Diseño Gráfico I responde al sistema de acreditación sin examen final (Ord.108/2010 art 9 CS) Por lo tanto tiene el carácter de aprobación por promoción.</p>
<p>Criterios de <b>acreditación</b></p>	<p>Para obtener la Condición de Estudiante promocionado se debe cumplir con los siguientes requisitos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 100% de los trabajos aprobados en primera instancia o recuperados (puede ser recuperado sólo un trabajo en el año)</li> <li>• 80% de asistencia a los encuentros a través de los formatos virtuales (clases explicativas y/o consultas de desarrollo de los trabajos) y cuando sea posible por la emergencia sanitaria, a las clases presenciales.</li> <li>• Cumplir con el 80% de participación en las consultas para cada proyecto. No se puede aprobar sin registro de proceso. Para que una inasistencia sea justificada se deberá presentar el certificado médico correspondiente.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No existe la figura del alumno no regular o libre.</li> </ul> <p>El alumno que acredite el 100% de los trabajos aprobados con una nota igual o superior a 6 (seis), el 80% de asistencia a clases y cumplir con las condiciones de correlatividad que el Plan de Estudios de la carrera Diseño Gráfico exige, podrá ser considerado estudiante promocionado, y se le acreditará la materia como aprobada con una nota que surgirá del promedio de todas las notas que obtuvo durante el cursado (numéricas y conceptuales).</p>
--	--

### 9. BIBLIOGRAFÍA (Según Normas APA)

Arnheim, R. (1971). *El pensamiento Visual*. Buenos Aires: Eudeba  
 Bachrach, E. (2013). *Ágilmente*. 12º Edición. Buenos Aires: Sudamericana  
 Barnicoat, John (2000) *Los Carteles, su historia y lenguaje*. México Gustavo Gili  
 Bestle, R. y Noble, I. (2002) *Nuevo diseño de carteles*. Barcelona Gustavo Gili.  
 Costa, J. (1999). *La Comunicación en acción. Informe sobre la nueva cultura de la gestión*. Barcelona: Paidós.  
 Costa, J. (1998). *La Imagen Global*. Barcelona: Enciclopedia de Diseño.  
 Costa, Joan (2008). *Diseñar para los ojos*. Barcelona Costa Punto Com 2ºEd.  
 Chaves. N. (1994) *La imagen Corporativa*. Barcelona: GG Diseño.  
 Chaves. N., Belluccia R. (2005) *La marca Corporativa*. Buenos Aires: Paidós.  
 Chaves. N. *“Pequeña teoría del cartel”*. Tipográficas Nº 7,8 y 9.  
 De Bono, E. (2006). *Seis sombreros para pensar*. Argentina. E.Granica.  
 De Jong, C. (2010) *The Poster*. New York Abrams  
 Dondis, D. (1997). *La sintaxis de la Imagen*, México G.Gili.  
 Frascara, J. (1985.). *El Diseño de Comunicación Visual, su metodología y su enseñanza*. Documento B, parte III.  
 Bs. As: ADG.  
 Frascara, J. (1999). *El poder de la Imagen*. Buenos Aires: Infinito.  
 Frascara, J. (1997). *Diseño Gráfico para la Gente*. Buenos Aires: Infinito.  
 Frascara, J. (1996). *Diseño y Comunicación Visual*. Buenos Aires: Infinito.  
 Frutiger, A. (1981). *Signos, Símbolos. Marcas. Señales*. Barcelona: GG.  
 Ledesma, M., Lopez, M. (compiladoras) (2018) *Retóricas del Diseño Social* Buenos Aires Wolkowicz Editores  
 Meggs, P. (2008) *Historia del diseño gráfico* (p. 310).  
 Michalko, Michael. (2012.) *Pensamiento Creativo*. Neo Person Ediciones.  
 Morales Bueno, P., Landafitz Gerald, V. (2004). *Aprendizaje Basado En Problemas*. Lima, Pontificia Universidad Católica del Perú  
 Moles, A. y Costa, J. (1992). *Imagen Didáctica*. 2º Edición. Barcelona: Enc. de Diseño.  
 Munari, B. (1979) *El Diseño y Comunicación Visual*. Colección Comunicación Visual.  
 Princeton Architectural Press (2018) *Posters for change: Tear, Paste, Protest*

Quiroga, B. (2001). *Léxico de Diseño*. Mendoza: Ediunc.

Quiroga, B. (1995). *Psicología y Semiología aplicadas al Diseño Gráfico*. Mendoza: Ediunc.

Sexe, N. (2001). *Diseño.com*. Buenos Aires. Argentina: Paidós.

Esp DI Elsa Benito