

Taller de Diseño en Comunicación Visual 5

Objetivos generales

Apropiar la relación docente-alumno como la de comitente-profesional.

Afianzar la noción de comunicación como herramienta posible generadora de cambios en las conductas humanas y en los modos de pensamiento.

Interpretar discursos comunicacionales. Argumentar y fundamentar estas interpretaciones a través del debate grupal.

Objetivos específicos

Entender los objetos, los conceptos, las formaciones discursivas; de qué modos se desarrollan como una estrategia de comunicación.

Sostener el concepto de trabajo como proceso para alcanzar logros.

Entender la importancia del rol como profesional. Su inserción en la sociedad.

Instituciones y entidades regionales (públicas y privadas).

Relevamiento de Instituciones-Entidades-Empresas regionales (fundamento de la elección de la región).

Características, problemáticas. Posibles clasificaciones.

Nivel de análisis y sus elementos pertinentes-recorte-.

Establecimiento de un principio de elección. Selección de la Institución a trabajar, tomando como premisa el desarrollo de una problemática real de Comunicación de la entidad, externa o interna.

Detección del problema. Definición de las tres hipótesis para el desarrollo del trabajo.

Hipótesis teórica.

Hipótesis metodológica.

Hipótesis de Trabajo.

Producción de Diseño.

METODOLOGIA

Para mediatizar este proceso de construcción de conocimientos, es que se propone una profunda innovación en cuanto a la organización de los contenidos de los niveles 2 a 5.

Los contenidos se organizarán de acuerdo a niveles articulados desde menor complejidad hacia mayor complejidad, a medida que el alumno transcurra y promueva los ciclos anuales.

La implementación de los distintos niveles propone el aboraje de la problemática comunicacional, no a partir de referenciar el nivel a una temática determinada, sino desde el diseño de sistemas simples de Comunicación hasta sistemas complejos.

Es desde el tema, que se definen los contenidos de enseñanza y también qué metodología utilizar para definir un tipo de conocimiento que se espera.

Los contenidos que consideramos deberán ser tratadas a lo largo del ciclo, de acuerdo a los diferentes niveles y momentos de aprendizaje, hacia la mayor similitud y hasta fusionarse en los últimos años - con la realidad profesional, tanto en la viabilidad de la producción desde un enfoque técnico, como económico, y entendiendo el factor compromiso - tiempo de entrega, como una variable más de la materialización - concreción de las propuestas de diseño.

Partiendo de estas premisas, se plantea la práctica de la enseñanza en grupos, entendiendo al grupo como medio para el aprendizaje individual, donde los alumnos potencian para sí las observaciones a sus compañeros y donde los docentes no deben repetir insistentemente las consignas. Esto permite que los alumnos ejerciten y los docente se relacionen con los alumnos como grupo de trabajo, independientemente que el ejercicio fuere grupal o individual.

Así, docentes y alumnos deberán ser protagonistas del proceso de enseñanza - aprendizaje, apropiando como propuesta pedagógica que no todo se aprende y que no todos aprenden lo mismo, que no debemos partir de premisas absolutas, y sí debemos fomentar en los alumnos el espíritu de indagación y exploración, valorizando en determinadas situaciones el error como un echo positivo.

En cuanto al modo de funcionamiento de la planta docente, se propone asignar un docente responsable por nivel, acompañados de auxiliares en función de los inscriptos, considerando de suma importancia la incorporación de expertos en el área de la producción en diversas temáticas, que rotarán su participación acorde a las necesidades y temas a desarrollar en cada nivel, asesorando en las instancias de realización tecnológica de los Proyectos de Diseño.

Los grupos docentes que conformarán la planta para cada nivel, al igual que los expertos en producción, funcionarán coordinadamente y relacionados entre sí, manteniendo autonomía en el caso de los diversos años, con planificaciones y expectativas de logro que en algunos casos serán comunes, (de menor a mayor complejidad acorde al nivel) y en otros casos serán específicas.

Taller de Diseño en Comunicación Visual 5

- Aicher, Otl. **Sistemas de signos en la comunicación visual**. GG, Barcelona, 1979.
- Aicher, Otl. **El mundo como proyecto**. GG, Barcelona, 1994.
- Arfuch, Cháves, Ledesma. **Diseño y comunicación**. Paidós, Buenos Aires, 1997.
- Bateson, G. **Pasos hacia una ecología de la mente**. Edit. Planeta, Bs. As. 1991.
- Blackwell. **La tipografía del siglo XX**. Edit. Alianza.
- Blanchard, G. **La letra**. GG. Barcalona, 1988.
- Costa, Joan. **Identidad corporativa**. CEAC, Barcelona, 1993
- Costa, J. **Imagen global**. CEAC, Barcelona, 1989.
- Costa, J y Moles, A. **Publicidad y diseño**. Infinito, Bs. As. 1999
- Chaves, Norberto. **La imagen corporativa**. GG, Barcelona, 1988.
- Chiapponi, M. **Cultura social del producto**. Infinito, Bs. AS., 1999.
- Cross, E., Elliot, D., Roy, R. **Diseñando el futuro**. GG. Barcelona, 1980.
- Cross, J. **3D Studio-Creaciones de imágenes virtuales**. Edit Inforbook's.
- Di Gioia, M. **Envases y embalajes**. Macchi, Bs. As., 1995.
- Dondis, D. A. **La sintaxis de la imagen**. GG, Barcelona, 1976
- Eco, Umberto. **La estrategia de la ilusión**. Lumen, Buenos Aires, 1988.
- Eco, Umberto. **La estructura ausente**. Lumen, Barcelona, 1978.
- Eco, U. **Cómo se hace una tesis**. Gedisa, Barcelona. Ed nº 22. 1998
- Eco, U. **Signo**. Labor, Barcelona, 1976.
- Eco, U. **Tratado de semiótica general**. Lumen, 1976.
- Fontana, R. **Pensamiento tipográfico**. Edicial, Bs. As., 1996.
- Frascara, Jorge. **Diseño gráfico y comunicación**. Infinito, Bs. As. , 1996.
- Frascara, Jorge. **Diseño gráfico para la gente**. Infinito, Bs. As., 1997.
- Frascara, Jorge. **El poder de la imagen**. Infinito, Bs. As., 1999.
- Frutiger, Adrián. **El signo gráfico**.
- Frutiger, Adrián. **Signos, símbolos, marcas, señales**. GG, Barcelona, 1981.
- García, M. **Diseño y remodelación de periódicos**. Edit. Funsa.
- Grupo U. **Tratado del signo visual**. Edit. Cátedra. Madrid, 1993.
- Gui Bomsiepe. **Del objeto a la interfase**. Infinito, Bs. As., 1999.
- Lovét, J. **Ideología y metodología del diseño**. Edit. GG. Barcelona, 1979.
- Magariños de Morentín, Juan. **El mensaje publicitario**. 2da. edición. Edicial, Buenos Aires, 1991
- Maldonado, T. **Ideología utopía del diseño**.
- Maldonado, T. **Hacia una racionalidad ecológica**. Infinito, Bs. As. 1999.
- Memelsdorf F. y Rolando, C. **Diseño: empresa e imagen**. Folio, Madrid, 1984.
- Memguenau, **Análisis del discurso**.

Moles, Abraham; Wahl, Eberhard. "Kitsch y objeto". En: **El análisis estructural**. Ceal, Buenos Aires, 1982.

Müller Brockmann, Josef. **Sistemas de retículas**, Gustavo Gili, Barcelona, 1982.

Negroponte, N. **Ser digital**. Edit. Atlántida. Bs. As., 1995.

Owen, W. **Diseño de revistas**. Edit. GG. Barcelona.

Peninou, G. **Semiótica de la publicidad**. Gustavo Gili, Barcelona, 1976.

Ricard, A. **Hablando de diseño**.

Ricard, A. **Diseño por qué?**. Edit. GG. Barcelona, 1982.

Ries A. y Trout, J. **Posicionamiento**. Tesis, Bs. As, 1990.

Ruder, E. **Manual de diseño tipográfico**. GG. Barcelona, 1983.

Sarlo, Beatriz. **Escenas de la vida posmoderna**. Ariel, Buenos Aires, 1994.

Satué, Eric. **El diseño gráfico desde sus orígenes hasta nuestros días**. Alianza, Madrid, 1988

Semprini, A. **El marketing de la marca**. Paidós, Barcelona, 1995.

Shaddock, J. **Creaciones multimedia**. Edit. Anaya.

Sonsino, S. **Packaging. Diseño, materiales y tecnología**. GG, Barcelona, 1990.

Vaccheri, A. **El medio es la TV -compilado-** Edit. La Marca, 1992.

Wolf, Mauro. **La investigación de la comunicación de masas**. Ed. Paidos, Instrumentos, Barcelona, 1996

Wong, G. **Fundamentos del diseño bi y tridimensional**. Edit. GG, Barcelona, 1979.

Zántoyi, Marta. **Aportes a la estética. Desde el arte y la ciencia del siglo XX**. La marca, Buenos Aires, 1998.

Revistas

Tipográfica (Argentina)/ **Communications Arts - Design Anual-36/Print** (EE.UU.)/**How** (EE.UU.)/**Novum** (Alemania)/**Visual** (España)/ **Experimenta** (España).