



CARRERAS: 110213 Bachillerato y Licenciatura en Diseño Plástico.
110214 Bachillerato y Licenciatura en Diseño Gráfico.

DOCUMENTO: Propuesta programática para el curso AP-7111.

CURSO: AP-7111 Diseño Gráfico III

GRUPO: 001.

MODALIDAD: Semestral.

REQUISITO: AP-7106 Diseño Gráfico 2

CO-REQUISITO: AP-7112 Taller Gráfico 3

CREDITOS: 03 créditos.

NIVEL: VII Nivel. Cuarto Año.

HORARIO DE CLASE: Martes y Viernes de 9:00 a.m. a 11:50 a.m.

HORAS CONTACTO: 03 horas presenciales.

HORAS DE ESTUDIO INDEPENDIENTE: 03 horas semanales, cuanto menos.

HORAS DE ATENCIÓN AL ESTUDIANTADO: 02 horas semanales. Jueves de 13:00 a 15:00

Curso lectivo: I ciclo lectivo 2022

Profesora: Milagro Arias Rodríguez

Email: milagro.arias@ucr.ac.cr

Cel: 8367-6019

DESCRIPCIÓN DEL CURSO

Este curso de carácter teórico-práctico se enfoca en el estudio de sistemas propios de la comunicación visual y a la creación de programas visuales de diseño por medio de la metodología proyectual.

Después de haber estudiado y practicado, en cursos anteriores, elementos fundamentales del Diseño Gráfico, se aborda ahora la concepción y producción de trabajos creativos y experimentales de carácter sistémico. La visión micro da paso a un concepto macro. El planeamiento y conceptualización del trabajo trasciende el enfoque unitario e individual, dando paso a un enfoque mayor, de conjunto.

La teoría de sistemas y el diseño de programas visuales gráficos son el punto de partida para trabajos de mayor envergadura y complejidad. Se desarrolla la capacidad de concebir la creación gráfica en forma coordinada, de modo que un producto final, compuesto de muchas partes, tenga unidad, fuerza y coherencia, como conjunto, a partir de sus interrelaciones, desarrollando propuestas de identidad integrales e inclusivas. El campo laboral del diseño gráfico y la comunicación visual, están llenos de semejantes retos.

Este curso ofrece el espacio para la experimentación, mediante proyectos creativos, que capacitan para el enfrentamiento de cualquier creación gráfica sistémica y coordinada idóneo.

Este curso ofrece un espacio para la profundización teórica del diseño de la comunicación visual, la realización de proyectos creativos experimentales y la búsqueda de soluciones conceptuales y técnicas en la consecución de mensajes asertivos según el contexto y la audiencia. Aborda los elementos de la gramática visual y sus relaciones en soluciones de diseño de comunicación visual sistémica y coordinada.

Es un curso bajo la modalidad virtual, en la plataforma Mediación Virtual.

OBJETIVO GENERAL

Estudiar la importancia y el comportamiento de los sistemas en la comunicación visual, aplicando adecuadamente el concepto de la coordinación en el diseño visual, diseñando sistemas de comunicación visual e investigando las posibilidades comunicativas de los sistemas visuales.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Distinguir las partes y el todo en sistemas de diseño visual.
2. Reconocer aciertos y desaciertos en sistemas de diseño visual.
3. Realizar sistemas de diseño utilizando recursos tipográficos, la imagen y el color.
4. Conseguir unidad en proyectos gráficos macro, de carácter coordinado.
5. Crear sistemas de diseño, bi- y tridimensionales.
6. Utilizar el color como recurso para la coordinación de sistemas visuales.
7. Desarrollar sistemas visuales para determinados contextos culturales.
8. Verificar la legibilidad de sistemas visuales.
9. Asumir la investigación y la experimentación como parte del trabajo creativo.
10. Concebir, proyectar y crear sistemas visuales creativos, con alto sentido de profesionalismo.

CONTENIDOS

Desarrollo de los contenidos:

Eje Proyectual

- Diseño de programas visuales.
- El programa como método.
- Color y comunicación visual.
- Secuencias.
- Sistemas modulares.
- Administración del proceso de diseño.
- El diseño y la investigación.
- Análisis de datos.

Eje del Conocimiento

- Teoría general de sistemas.
- Estructura y caos en diseño visual.
- El principio de unidad en proyectos de naturaleza múltiple.
- Sistemas / lenguajes.
- Construcción de la legibilidad.
- Importancia de la continuidad visual.
- Secuencias gráficas.

Eje Tecnológico

- Manejo de instrumentos y medios análogos, digitales y mixtos



METODOLOGÍA Y ESTRATEGÍA DIDÁCTICA

El presente curso combina lo teórico con lo práctico.

La estructura del curso es ALTO VIRTUAL, lo que significa que la mayoría de interacciones se realizan en el entorno virtual. Al espacio físico sólo se asiste para actividades específicas debidamente indicadas en el cronograma. Se utilizará la plataforma institucional Mediación Virtual para socializar documentos, presentaciones y vídeos del curso. Las clases asincrónicas comprenderán actividades diversas como avances de proyectos, presentaciones de los temas por clase, entre otros. Asimismo, las clases sincrónicas se ejecutarán por medio de la aplicación Zoom con fechas detalladas en el cronograma y/o acordadas y compartidas con antelación con el respectivo enlace de acceso.

- **Rol del Facilitador:**

El docente ira desarrollando los contenidos progresivamente a partir de un acercamiento a los aspectos fundamentales de cada tema.

- **Rol del Participante:**

Los proyectos a realizar por el estudiantado se centran en el desarrollo de la imagen coordinada en el diseño gráfico y la comunicación visual con énfasis en la experimentación creativa como método para el desarrollo de aprendizajes. En estos proyectos el estudiantado investigará y aplicará diversos conceptos en la solución profesional de la problematización del diseño gráfico, la imagen coordinada y la comunicación visual. Los procesos de enseñanza y de aprendizaje son individualizados y grupales.

Las actividades y proyectos que se desarrollan están enmarcados en situaciones reales. Lo anterior implica la necesidad de que los estudiantes consideren, desde el principio, las variables del cliente, de los recursos con que se cuenta, de los medios de impresión o reproducción, el público meta y el contexto sociocultural.

Toda actividad se desarrolla sobre los principios proyectuales, con abordajes teóricos y con ejercicios técnicos. Los integrantes del Taller deben actuar como equipo, de modo que la discusión y el análisis objetivo, así como el intercambio de opiniones acerca del trabajo, juegan un papel determinante, fortaleciendo la solidaridad, la comunicación interpersonal y la capacidad de argumentar y sustentar ideas y acciones, capacidades fundamentales en la práctica profesional.

Nota: Las horas de trabajo en el laboratorio son exclusivas para los proyectos o tareas del Taller, el estudiante que use el tiempo, el equipo y el espacio del laboratorio para asuntos personales o ajenos al Taller se les descontará hasta un 10% del rubro de seguimiento.

CRITERIOS EVALUACIÓN

- Acertada concepción y aplicación del principio del sistema, trabajos seriados.
- El manejo correcto del color, la tipografía y la iconografía en secuencias visuales.
- El dominio del principio de coordinación en trabajos gráficos de naturaleza múltiple.
- La experimentación conceptual y técnica.
- La capacidad de producir diseños seriados genuinos, expresivos y estéticos.
- La actitud crítica y analítica ante el trabajo personal y el de los compañeros
- El cumplimiento de tareas y asignaciones

CRONOGRAMA DEL CURSO

Semana	Fecha	Tema del día	Modalidad	Actividad del día/clase	Entregar la siguiente clase:
1	MARTES 29 MARZO	Inicio del curso	Virtual sincrónica	<ul style="list-style-type: none"> Presentación del grupo y discusión del programa Introducción al Proyecto 1: Monograma personal 	1. Captura de información
	VIERNES 1 ABRIL	Saber comunicar	PRESENCIAL	<ul style="list-style-type: none"> Presentación del tema del día Revisión y análisis de información para Proyecto 1 Sesión de bocetaje A MANO 	1. Ajustes de boceto(s) finalistas y vectorización
2	MARTES 5 ABRIL	El identificador gráfico	Virtual sincrónica	<ul style="list-style-type: none"> Presentación del tema del día Revisión de propuestas para Monograma personal 	<ol style="list-style-type: none"> Ajustes de propuestas vectoriales Elaboración de presentación para exponer la propuesta
	VIERNES 8 ABRIL	Virtual sincrónica		Evaluación de Proyecto 1: Monograma personal	
3	MARTES 12 ABRIL	Semana Santa			
	VIERNES 15 ABRIL				
4	MARTES 19 ABRIL	Imagen de marca	Virtual Sincrónica	<ul style="list-style-type: none"> Presentación del tema del día Introducción al Proyecto 2: Identificador de cliente Asignación de cliente 	<ol style="list-style-type: none"> Elaboración de instrumento para entrevista Captura de información
	VIERNES 22 ABRIL	El Brief	Virtual Sincrónica	<ul style="list-style-type: none"> Presentación del tema del día Seguimiento de información capturada. 	<ol style="list-style-type: none"> Ampliación y/o análisis de la información capturada Elaboración de brief
5	MARTES 26 ABRIL	Lectura: Indicadores de calidad en un identificador	Espacio asincrónico	SEMANA U	
	VIERNES 29 ABRIL		Espacio asincrónico		
6	MARTES 3 MAYO	Indicadores de calidad en un identificador	Virtual Sincrónica	<ul style="list-style-type: none"> Presentación del tema del día Expo de briefs con revisión y discusión cliente-diseñador en sesiones cortas 	<ol style="list-style-type: none"> Ejercicio 1: Anotaciones visuales Ajustes en brief Bocetos a mano
	VIERNES 6 MAYO	Arquetipos	Virtual Asincrónica	<ul style="list-style-type: none"> Avances de bocetos 	<ol style="list-style-type: none"> Ajustes a bocetos Posible elección de vectorizable
7	MARTES 10 MAYO	El rediseño de marca	Virtual Sincrónica	<ul style="list-style-type: none"> Revisión de bocetos y/o vectorizados 	1. Diseño de propuesta vectorizada
	VIERNES 13 MAYO	Señalética	Virtual Asincrónica	<ul style="list-style-type: none"> Revisión de identificadores 	1. Ajustes para propuesta final



8	MARTES 17 MAYO		Virtual Sincrónica	• Última revisión del Proyecto 2: Identificador de cliente	
	VIERNES 20 MAYO	PRESENCIAL		Evaluación Proyecto 2: Identificador colega	
9	MARTES 24 MAYO		Virtual Sincrónica	• Presentación del tema del día • Introducción al Proyecto 3: Rediseño de identidad para PYME • Creación de grupos de trabajo	1. Ejercicio 2. Foro académico
	VIERNES 27 MAYO	Captura de información	Virtual Asincrónica	• Presentación del tema del día • Formulación y estructuración de preguntas para recopilar información.	1. Preguntas para revisión 2. Recopilación de datos secundarios
10	MARTES 31 MAYO	Estrategia de marca	Virtual Sincrónica	• Presentación del tema del día • Revisión de datos secundarios	1. Articulación de cuestionario / entrevista para el cliente
	VIERNES 3 JUNIO	PRESENCIAL		• Revisión y discusión de cuestionarios / preguntas entrevista	1. Recopilación de datos primarios 2. Procesamiento de información y visualización de datos
11	MARTES 7 JUNIO	Gestión de marca	Virtual Asincrónica	• Presentación del tema del día • Revisión de información del cliente	1. Elaboración del brief: datos recopilados, anotaciones visuales, etc
	VIERNES 10 JUNIO		Virtual Sincrónica	• Exposición de Briefs	1. Planteamiento de conceptos 2. Listado de necesidades identificadas 3. Validación de briefs con el cliente
12	MARTES 14 JUNIO		Virtual Sincrónica	• Exposición de conceptos y necesidades • Resultados de validación con cliente	1. Desarrollo de bocetos a mano
	VIERNES 17 JUNIO		Virtual Sincrónica	• Revisión y análisis de bocetos	1. Ajustes a bocetos a mano y/o ampliación de propuestas 2. Elección de candidatos a vectorización (definición de tipografías - paleta de color)
13	MARTES 21 JUNIO	El libro de marca	Virtual Asincrónica	• Presentación del tema del día	1. Ejercicio 3. Comprobación de lectura
	VIERNES 24 JUNIO	PRESENCIAL		Sesión de elaboración, revisión y análisis de bocetos manuales / vectorizados	1. Definición de identificador 2. Tipografía(s) 3. Paleta de color (validada por cliente)

14	MARTES 28 JUNIO		Virtual Sincrónica	• Presentación de identificadores (discusión y análisis)	1. Ajustes puntuales al identificador (si amerita) 2. Selección y desarrollo de mockups para presentación
	VIERNES 1 JULIO	¿Cómo presentar una propuesta?	Virtual Asincrónica	• Presentación del tema del día	1. Desarrollo de aplicaciones 2. Preparación de documento de lineamientos de uso (libro de marca)
15	MARTES 5 JULIO		Virtual Sincrónica	• Sesiones de revisión por grupo con cita	Continuación de proceso
	VIERNES 8 JULIO		Virtual Sincrónica	• Sesiones de revisión por grupo con cita	Continuación de proceso
16	MARTES 12 JULIO		Virtual Sincrónica	• Sesiones de revisión por grupo con cita	Continuación de proceso
	VIERNES 15 JULIO		Virtual Sincrónica	• Sesiones de revisión por grupo con cita	1. Continuación de proceso 2. Preparación de presentación final
17	MARTES 19 JULIO	Ultima semana de clases - sincrónica	Ultima revisión de Proyecto 3 - Cotejo de lista de aplicaciones, mockups, ajustes puntuales.		
	VIERNES 22 JULIO		Ultima revisión de Proyecto 3 - Cotejo de lista de aplicaciones, mockups, ajustes puntuales.		
18	MARTES 26 JULIO	Semana de evaluación PRESENCIAL	Evaluación Proyecto 3: Imagen PYME		
19	VIERNES 29 JULIO				

VALORACIÓN Y APROVECHAMIENTO

Los aspectos formativos por valorar serán: la base teórica, la investigación, el proceso, la propuesta y la presentación. Las presentaciones finales serán periódicas y se pactarán con al menos una semana de anticipación. El aprovechamiento cuantitativo del curso se desglosa cronológicamente así:

Proyecto 1 - Individual	Monograma (Identificador personal tipográfico)	12%
Proyecto 2 - Individual	Diseño de identificador a cliente	20%
Proyecto 3 - Duplas o Tríos	Diseño de identidad PYME	33%
Ejercicio 1 - Individual. Anotaciones visuales	Ejercicio manual de conceptualización gráfica	5%
Ejercicio 2 - Individual. Foro	Discusión de tema grupal	10%
Ejercicio 3 - Individual. Comprobación de lectura	Análisis de un tema complementario para el proceso	8%
Aprovechamiento del curso Individual	Evidencia de: asimilación de contenidos, seguimiento de los procesos, participación activa, comunicación puntual y oportuna	12%
	TOTAL	100%



NORMAS DEL CURSO

- Ante la imposibilidad de incluir en el programa todos los aspectos que afecten el desarrollo y evaluación del mismo, se hace necesario aclarar que es responsabilidad del estudiante mantenerse informado sobre las indicaciones e instrucciones referentes a la presentación de proyectos y posibles cambios en temática, objetivos y actividades programadas en todo el desarrollo del curso.
- En cada sesión se tomará lista y se debe firmar el control de asistencia.
- No se recibirán proyectos para ser evaluados cuyo proceso no haya sido conocido en el contexto del curso.
- Cuando un estudiante no asista personalmente a una clase para la presentación de proyectos y asignaciones, debe hacer llegar estos en la fecha y horas establecidas para su entrega.
- Si un estudiante goza de un incapacidad médica o enfrenta una situación personal que amerite ser considerada, este debe comunicarlo al profesor con la mayor brevedad.
- La presentación final de proyectos para su evaluación será anunciada y convenida con una semana de anticipación. A la hora de inicio de la evaluación los proyectos deberán estar debidamente montados, ordenados e identificados en el espacio correspondiente para montaje y evaluación. De no ser así la nota será de cero "0".
- Durante el proceso de evaluación podrán ser invitados profesores del énfasis y áreas complementarias, su participación se basa en recomendaciones para mejorar el trabajo del estudiante y desarrollo del curso.
- Ante la imposibilidad de incluir en el programa todos los aspectos que afecten el desarrollo y evaluación del mismo, se hace necesario aclarar que es responsabilidad del estudiantado mantenerse informado sobre las indicaciones e instrucciones referentes a la presentación de proyectos y posibles cambios en temática, objetivos y actividades programadas durante todo el desarrollo del curso.
- En los talleres y laboratorios siempre se deben contemplar medidas de seguridad a la vez que portar los permisos correspondientes para uso de equipos, maquinarias, herramientas y químicos.

BIBLIOGRAFÍA

- Aicher, Otl. Sistemas de Signos en la Comunicación Visual. Ed. Gustavo Gili, Barcelona,
- Bertin, Jacques. Semiología gráfica. Walter de Gruyter. Berlín, 1974.
- Braun, Gerhard.: Fundamentos de la Comunicación Visual. Bruckmann. München, 1993.
- Capriotti, Paul. Branding Corporativo, Fundamentos para la gestión Estratégica de la Identidad Corporativa. Colección Libros de Empresa. 2009.
- Capriotti, Paul. La Imagen de Empresa. Estrategia para una comunicación integrada, El Ateneo, Barcelona,1992.
- Chávez, Norberto: La Imagen Corporativa. Editorial Gustavo Gili. Barcelona, 1996.**
- Costa, Joan: Imagen Global. Ediciones CEAC S.A. Barcelona, 1987.
- De Jong, Cees: Manual de Imagen Corporativa. Editorial Gustavo Gili. Barcelona, 1991.
- Dondis, D.A.: La Sintaxis de la Imagen. Editorial Gustavo Gili. Barcelona, 1988.**
- Favre, JP / November A.: Color and Comunication. ABC Editions Zürich, 1979.
- Gerstner, Karl. Diseñar Programas. Editorial Gustavo Gili, Barcelona, 1979.
- Heller, Eva.: Cómo afectan los colores. Büchergild Gutenberg. Frankfurt a. M, 1993.
- Jay Diamond; Ellen Diamond: Contemporary visual merchandising and environmental design. Pearson Education Ltd. New Jersey, 2004.
- Moles, Abraham: Grafismo Funcional. CEAC, Enciclopedia del Diseño. Madrid, 1997.
- Munari, Bruno.: Diseño y Comunicación Visual. Editorial Gustavo Gili.
- Olins, Wally.: Corporate Identity-Estrategia y diseño. Campus V. Frankfurt, 1990.
- Sims, Mitzi: Gráfica del Entorno. Editorial Gustavo Gili, S. A. Barcelona, 1991.
- Stankowski A. / Duschek. K.: Comunicación Visual. D. Reimer Verlag. Berlín, 1990.
- Wong. W.: Fund. de Diseño Bi-y Tridimensional. Ed. Gustavo Gili. Barcelona,