

SIGNOS, SÍMBOLOS Y MARCAS

I. Datos Informativos

Código	: 3033047
Carrera	: Diseño Gráfico Publicitario
Semestre	: 2019 - 1
Ciclo	: 3° ciclo
Categoría	: Formación básica
Créditos	: 03
Pre-requisito	: Semiótica y comunicación visual
Docente	: Luis Pablo Romero Chumbiray

II. Sumilla

Este curso de formación básica se enfoca en el desarrollo consciente y crítico de lenguajes visuales diferenciados a partir de signos pictoriales como elementos, sistemas o familias de formas compatibles de comunicación.

El contenido a tratar está referido a: La reflexión histórica y actual de los signos de la comunicación visual (signos, símbolos y marcas gráficas). Análisis de las claves más destacadas de su evolución. Signos y Símbolos de diferentes civilizaciones del mundo. Empleo de procesos analíticos que incluyan la investigación, observación, generación de ideas, desarrollo, selección y refinamiento de imágenes. Ideogramas, Pictogramas, signos, símbolos, señales y marcas. Análisis de la imagen que llevan los mensajes sociales, personales y culturales. Aplicaciones de formatos bi y tri dimensionales. Estructuras gráficas significativas, legibles, comunicativas y estéticas. La síntesis gráfica de la forma para comunicar.

III. Competencias

- **General:**
Analiza, sintetiza, reinterpreta y produce símbolos, así como sistemas de símbolos, de manera eficiente y original.
- **Específicas:**
 - El alumno conocerá los principales componentes de la comunicación visual empleando procesos analíticos que incluyan la investigación y la observación.
 - El alumno iniciará el uso de un lenguaje gráfico compuesto por estructuras gráficas significativas funcionales, comunicativas y estéticas.
 - El alumno hará uso de los principales fundamentos visuales en la construcción simbólica de imágenes representativas de su entorno.

IV. Contenidos

1ª Semana |

- El signo, elementos estructurales, características y tipos.
- Los primeros hombres y sus primeros signos. Representación, síntesis y significación
- Síntesis gráfica, estilos de síntesis gráfica.
- Inicio del proyecto 1.

2ª Semana |

- El signo visual (Elementos perceptuales)
- Percepción visual: Sensación-Percepción-Comprensión.
- Teoría de la Gestalt y leyes perceptivas.
- Sintaxis visual: Principios de codificación de los mensajes visuales.
- Revisión Proyecto 1

3ª Semana - Evaluación Continua 1

- Dimensión semiótica no verbal tipográfica.
- Historia(s) de la(s) escritura(s)
- Operaciones retóricas en la tipografía
- **EvC 1:** Proyecto 1
- Explicación del Proyecto 2

4ª Semana |

- Signos no alfabéticos
- Tipología de signos no alfabéticos
- El Símbolo, características, transformaciones, reappropriaciones
- La Marca, la construcción visiva de la propiedad
- La Señal, el signo visual como herramienta para habitar el espacio
- Avance Proyecto 2

5ª Semana |

- Signo y Civilización: Signos y símbolos de diferentes civilizaciones. La cultura oficial.
- Dos maneras de contar la misma historia: Civilización como comunicación/Civilización como codificación
- La construcción de la mirada: El peso contextual (Histórico-Cultural) en la construcción de nuevos signos visuales.
- Avance del Proyecto 2 (Examen Parcial)

6ª Semana | Evaluación Continua 2

- Un mundo hecho a la medida
- Señalética y comunicación.
- El pictograma
- Sistemas de pictogramas
- EvC2.

7ª Semana Examen Parcial | Clase

- Presentación del Segundo Proyecto (Examen Parcial)
- Reflexión sobre los puntos tratados en la materia
- Formación de equipos e inicio del proyecto final

8ª Semana |

- La marca – identidad
- El concepto
- Elementos de identidad
- Construcción
- Ejemplos visuales

9ª Semana |

- Signos, símbolos, marcas y señales en la construcción del espacio público
- Análisis de casos en espacios públicos concretos
- Revisión de investigación para el proyecto final

10ª Semana |

- Asesoría – revisión de avance el proyecto

- Elección del espacio público para el proyecto final
- Conceptualización

11ª Semana | Evaluación Continua 3

- Ideación
- Asesoría grupal

12ª Semana |

- Desarrollo del proyecto
- Asesoría grupal

13ª Semana | Pro.seso

- Desarrollo del proyecto
- Asesoría grupal

14ª Semana - Evaluación Continua 4

Presentación pre-final – Semana de Validación

15ª Semana - Examen Final

EXAMEN FINAL – Exposición

16ª Semana – Notas

- Entrega de Notas

V. Metodología

- Contextualización del problema a través de la exposición teórica del tema propiciando la crítica y la intervención de los alumnos (conversación).
- Investigación y análisis, uso de fuentes y referentes teóricos, recojo de datos, banco de imágenes.
- Intercambio de ideas y crítica como actividad grupal dentro de clase.
- Exposición y sustentación de los proyectos de clase.

VI. Actividades de investigación formativa

La experiencia curricular de Signos, símbolos y marcas atiende al proceso de investigación formativa a través de la elaboración de tres distintos proyectos que se desarrollan a lo largo del ciclo y que se encuentran en sintonía con las líneas de investigación de la universidad.

VII. Evaluación

La evaluación es permanente durante el desarrollo de las sesiones de clase.

El promedio final del curso es resultado de un ponderado, compuesto por lo siguiente:

- Examen parcial (30%)
- Evaluación Continua(40%)→ Se registra en cuatro momentos (10%, 10%, 10% y 10%= 40%)
- Examen Final (30%)

Los resultados de la evaluación CONTINUA 4 se entregarán y publicarán en paralelo a los resultados del Examen Final.

VIII. Bibliografía

N°	CÓDIGO CIDOC	FUENTE
1	745.6/S54	Kindersley, D. (2011). <i>Signos y símbolos</i> . Inglaterra: Dorling Kindersley.
2	745.6/L59	A.A.V.V. (2013). <i>El libro de los símbolos: reflexiones sobre la imágenes arquetípicas</i> . Köln: Taschen.
3	302.23/A62/2011	Aparici, R. (2011). <i>La imagen: Análisis y representación de la realidad</i> . Barcelona: Gedisa.
4	EBSCO: Art Source	Macnab, M. (2008). <i>Decoding Design : Understanding and Using Symbols in Visual Communication: Discover the Hidden Meanings Inside Common Corporate Logos and Designs</i> . Cincinnati, Ohio: HOW Books. Recuperado de: http://web.a.ebscohost.com/ehost/detail/detail?vid=9&sid=195673fd-3b1b-425c-a62a-8ac17ec45fd2%40sessionmgr4007&hid=4114&bdata=Jmxhbm9ZXMmc2l0ZT1laG9zdC1saXZl#AN=418043&db=nlebk
5	EBSCO: Art Source	Kenedi, A., Geismar, T. H., & Chermayeff, I. (2011). <i>Identify : Basic Principles of Identity Design in the Iconic Trademarks of Chermayeff & Geismar</i> . New York, NY: HOW Books. Recuperado de: http://web.a.ebscohost.com/ehost/detail/detail?sid=3881ae68-c24e-4101-965e-b4a1ac8d3e75%40sessionmgr4006&vid=0&hid=4114&bdata=Jmxhbm9ZXMmc2l0ZT1laG9zdC1saXZl#AN=418974&db=nlebk
6	EBSCO: Art Source	Noble, I., & Bestley, R. (2011). <i>Visual Research : An Introduction to Research Methodologies in Graphic Design</i> . Lausanne: AVA Publishing. Recuperado de: http://web.a.ebscohost.com/ehost/detail/detail?sid=d5010edd-e194-46f8-8a49-7fe913e497b9%40sessionmgr4007&vid=0&hid=4114&bdata=Jmxhbm9ZXMmc2l0ZT1laG9zdC1saXZl#AN=430141&db=nlebk
7	Repositorio UCAL	Oscar Mas. (2012). <i>Importancia del diseño en la imagen corporativa</i> . Recuperado de: http://repositorio.ucal.edu.pe/handle/ucal/150

Fuentes complementarias

AA.VV. (2011). *Signos y símbolos: Guía ilustrada de su origen y significado*. Cosar: Santiago de Chile.

Arfuch, L. (1997). *Diseño y comunicación: teorías y enfoques críticos* / Norberto Chaves, María Ledesma, Buenos Aires: Paidós.

Bierut, M., Helfand, J., Heller, S. y Poynor, R., (2001). *Fundamentos del Diseño Gráfico*, Buenos Aires: Ediciones Infinito

Bonnici, P. (2000). *Lenguaje visual: la cara oculta de la comunicación*, Barcelona: Index Books.

Caldwell, J. (2003). *New media: theories and practices of digitextuality*, New York: Routledge.

Carpintero, C. (2007). *Sistemas de Identidad*, Buenos Aires: Editorial Argonauta

Hyland, A. (2011). *Símbolos*. Gustavo Gil: Barcelona.