

Plan 296 Ing. Tec. en Diseño Ind.

Asignatura 44383 DISEÑO Y COMUNICACION VISUAL

Grupo 1

### Presentación

La asignatura consta de una parte teórica y otra práctica.

En la parte teórica se explicará en qué consiste la comunicación visual y diferentes aspectos relacionados con ésta, dividiéndose en distintos grupos temáticos. Después de cada uno de ellos se realizará un ejercicio práctico, con el que se pretende fijar las ideas estudiadas en la teoría y motivar el espíritu creativo de los alumnos mediante la utilización de dichos conceptos.

Se realizará un ejercicio de prácticas de campo, en el que se fomentará la comunicación visual de los alumnos en base a una exposición visitada.

En la mayor parte de los ejercicios, se realizará una exposición en el aula de las prácticas entregadas, de manera que los alumnos puedan aprender de sus compañeros, fomentando así la participación en clase.

### Programa Básico

#### Objetivos

Se pretende que el alumno adquiera el conocimiento de los conceptos fundamentales de la Comunicación Visual. El alumno debe ser capaz de aplicar los conceptos aprendidos en el análisis de los distintos ejemplos de comunicación visual que se presenten, así como utilizarlos en la creación de sus diseños.

Se estudiarán los distintos elementos y estrategias compositivas de comunicación visual.

Se fomentará que el alumno adquiera un juicio crítico, incitándole a reflexionar, mediante la comparación de distintas manifestaciones artísticas.

Conceptos fundamentales en la comunicación visual.

1. COMUNICACIÓN VISUAL.
2. IMÁGENES Y PERCEPCIONES. COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR.
3. ELEMENTOS DE LA COMUNICACIÓN VISUAL.
4. NIVELES DE COMUNICACIÓN VISUAL:
5. COMPOSICIÓN. FUNDAMENTOS SINTÁCTICOS. ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN:
6. FUNCIONES DEL LENGUAJE DEL PRODUCTO.

### Objetivos

#### APRENDER A MIRAR... / APRENDER A CONTAR...

Se pretende que el alumno adquiera el conocimiento de los conceptos fundamentales de la Comunicación Visual, deteniéndose en las ideas que se refieren al diseño. De esta manera, el alumno no solo debe ser capaz de aplicar los conceptos aprendidos en el análisis de los distintos ejemplos de comunicación visual que se presenten, sino también ha de saber utilizarlos en la creación de sus diseños.

Se estudiarán los distintos elementos y estrategias compositivas de comunicación visual, de manera que el alumno pueda aplicarlas en sus propias creaciones.

Se realizará un recorrido analítico por los distintos medios de comunicación visual, para aprender los fundamentos sintácticos de cada uno de ellos. Se fomentará que el alumno adquiera un juicio crítico, incitándole a reflexionar, mediante la comparación de distintas manifestaciones artísticas.

### Programa de Teoría

I. Conceptos fundamentales en la comunicación visual. Teoría/ práctica:

APRENDER A MIRAR...

1. COMUNICACIÓN VISUAL.

---

¿Qué es la Comunicación Visual?

Dicotomía Bellas Artes- Artes Aplicadas.

## 2. IMÁGENES Y PERCEPCIONES. COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR.

Niveles del receptor: Características individuales/ microcosmos social/ contexto social

La motivación. Clasificación de necesidades

Imágenes y percepciones: Sensación e interpretación

La adaptación sensitiva

La atención selectiva

Factores de estímulo

Principios que estructuran las percepciones

## 3. ELEMENTOS DE LA COMUNICACIÓN VISUAL.

El punto/ La línea/ El contorno/ La Dirección/ La Dimensión/ La Escala/ El movimiento/ El Tono

La Textura: naturales / artificiales- orgánicas/ geométrica- táctiles/ visuales

El color: - colores aditivos y colores sustractivos

- Matiz, saturación y valor

- La percepción del color

- Efectos fisiológicos y psicológicos del color

- Teorías sobre las relaciones cromáticas

El texto: Tipografías.

## 4. NIVELES DE COMUNICACIÓN VISUAL:

representacional/ abstracto/ simbólico:

## 5. COMPOSICIÓN. FUNDAMENTOS SINTÁCTICOS. ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN:

Campo de composición

Equilibrio- Tensión- Nivelación y Aguzamiento. Anisotropía espacial.

Principios conformadores de la imagen

Relaciones básicas entre formas

Leyes de composición

Estrategias o técnicas de comunicación

Composición de imagen y texto.

## 6. FUNCIONES DEL LENGUAJE DEL PRODUCTO.

Funciones estético-formales

Funciones indicativas

Funciones simbólicas

---

## Programa Práctico

7. Diseño del cartel.

8. Diseño del envase.

9. Imagen Corporativa.

10. Diseño escenográfico.

---

## Evaluación

La parte teórica tiene asignada 5 puntos sobre la nota final y será evaluada en un examen que se realizará al final de la asignatura.

La parte práctica, que ha de realizarse obligatoriamente, contabilizará 5 puntos sobre la nota final. Los ejercicios tendrán que entregarse en la fecha indicada por el profesor, al menos un 80% de los mismos, y se entregará la totalidad de los mismos al final del curso (o bien encuadernados en formato A-4, y si se desea, también en formato digital)

Para aprobar la asignatura, es preciso superar cada una de las partes por separado (o al menos compensarlas, con 4,5 de nota mínima).

En caso de haber superado la parte práctica, pero no la teórica en junio, se mantendrá la nota para el examen de septiembre.

---

- ARNHEIM, R: El pensamiento visual. Paidós Estética. Madrid, 1986
- BARNICOAT, J. Los carteles: su historia y su lenguaje. G.G. Barcelona (5ª Ed, 2000)
- BELJON,J.J.: Gramática del Arte. Celeste Ediciones. Madrid, 1993
- CHAVES, N: La imagen corporativa: Teoría y metodología de la identificación institucional. G.G. Diseño. Barcelona (3ªEd., 1994)
- DONDIS,D.A.: La sintaxis de la imagen. Introducción al alfabeto visual. Ed: G.G. Diseño. Barcelona,1997
- DUBOIS, B. y ROVIRA CELMA, A: Comportamiento del consumidor, comprendiendo al consumidor. Prentice Hall. Madrid (2ª Ed. 1998)
- ECO,U.: Signo. Lábor. Barcelona, 1998
- FLOCH, J.M. Semiótica, marketing y comunicación; bajo los signos, las estrategias. Paidós comunicación. Barcelona, 1993.
- GOMBRICH, E.H., HOCHBERG, J. y BLACK,M: Arte, percepción y realidad. Paidós Comunicación. Barcelona (4 Ed. 1992)
- GUBERN, R.: Medios icónicos de masas. Historia 16. Madrid, 1997.
- HELLER, Eva: Psicología del color. Gustavo Gili. Barcelona, 2004.
- KÜPPERS,H: Fundamentos de la Teoría de los colores. G.G. Diseño. Barcelona (4ª Ed. 1992)
- LUCIE- SMITH, E. Artes Visuales en el S.XX. Könemann. Colonia, 2000
- MIJKSENAAR, P. y WESTENDORP,P.: Abrir aquí, el arte del diseño de instrucciones. Könemann. Colonia, 2000.
- MORRIS, Ch: Fundamentos de la teoría de los signos. Paidós Comunicación. Barcelona, 1998.
- MÜLLER- BROCKMANN,J: Historia de la comunicación visual. G.G. Diseño. Barcelona, 1998.
- MUNARI,B: Diseño y Comunicación Visual, contribución a una metodología didáctica. G.G. Diseño. Barcelona, 1996
- NORMAN, D.A.: La psicología de los objetos cotidianos. Ed. Nerea. Madrid, 1990.
- RICARD, A: La aventura creativa, las raíces del diseño. Ariel. Barcelona, 2000.
- SEBEOK, T.A: Signo, una introducción a la semiótica. Paidós comunicación. Barcelona, 1996.
- SPARKE, P.: El Diseño del S.XX, los pioneros del siglo. Blume. Barcelona, 1999
- SWANN, A: Bases del Diseño Gráfico. Gustavo Gili. Barcelona, 1990
- WONG, W. Principios del Diseño en color. Diseñar con colores electrónicos. G.G. Diseño. Barcelona, 1975.
- ZELANSKY, P. y FISCHER, M.P. Color. Blume. Madrid, 2001
- ZIMERMANN, Y: Del Diseño. G.G. Diseño. Barcelona, 1998
-