

## FACULTAD DE DISEÑO, ARQUITECTURA Y ARTE

### ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO

#### 1. Datos generales

**Materia:** COMUNICACIÓN VISUAL 2  
**Código:** EGR0007  
**Paralelo:** B  
**Periodo :** Marzo-2023 a Julio-2023  
**Profesor:** LAZO GALAN JUAN CARLOS  
**Correo electrónico:** jlazo@uazuay.edu.ec

**Nivel:** 4

#### Distribución de horas.

Docencia	Práctico	Autónomo: 48		Total horas
		Sistemas de tutorías	Autónomo	
32	0		48	80

#### Prerrequisitos:

Código: EGR0001 Materia: COMUNICACIÓN VISUAL 1

#### 2. Descripción y objetivos de la materia

En esta asignatura teórica, se aborda el tema de la Composición, el uso de recursos lingüísticos y de la creación y el uso de personajes con relación a la eficiencia comunicacional

Esta asignatura complementa y se articula con los talleres, aportando con los fundamentos conceptuales del proyecto de diseño así como la identificación y definición del público objetivo

Permite complementar la formación del Diseñador Gráfico con los conocimientos en el área de comunicación

#### 3. Objetivos de Desarrollo Sostenible



#### 4. Contenidos

1.1	Definición de Comunicación y Comunicación Visual
1.2	Diferencias entre Comunicación. Diseño Gráfico. Publicidad. Propaganda
1.3	Diseño de Comunicación Visual
1.4	El Brief Creativo
2.1	Retórica. Semiótica y Psicología
2.2	Arquetipo. Estereotipo. Cliché. Fetiche. Metáfora. Paradoja
2.3	El Poder de las Imágenes
2.4	La retórica de la Marca
2.5	Publicidad y Semiótica

3.1	Introducción a la Narrativa / El guión
3.2	Personaje / Antropomorfización / Alegoría / Mascota
3.3	Juegos y Gamificación

## 5. Sistema de Evaluación

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia

Evidencias

di. Utiliza de manera eficiente el pensamiento visual y espacial para la representación y comprensión del entorno y las soluciones de problemáticas de su profesión.

-Emplea de manera efectiva el proceso de conceptualización en ejercicios de diseño.	-Evaluación escrita -Trabajos prácticos - productos
-Identifica las implicaciones comunicacionales en la determinación de la composición de un producto de diseño.	-Evaluación escrita -Trabajos prácticos - productos
-Optimiza la utilización de las variables soporte y target en la conceptualización de proyectos.	-Evaluación escrita -Trabajos prácticos - productos
-Reconoce la complejidad del rol del texto lingüístico y el lenguaje no verbal para el uso de personajes en productos de diseño.	-Evaluación escrita -Trabajos prácticos - productos

Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Evaluación escrita	Brief creativo	Introducción al diseño de Comunicación	APORTE	5	Semana: 4 (03-ABR-23 al 06-ABR-23)
Evaluación escrita	Arquetipo, estereotipo, cliché, ironía.	El Mensaje Lingüístico	APORTE	10	Semana: 9 (08-MAY-23 al 13-MAY-23)
Evaluación escrita	Marca, propaganda, sistema Vals.	El Mensaje Lingüístico	APORTE	15	Semana: 14 (12-JUN-23 al 17-JUN-23)
Evaluación escrita	Examen final	El Mensaje Lingüístico, Introducción al diseño de Comunicación, Narrativas	EXAMEN	10	Semana: 17-18 (02-07-2023 al 15-07-2023)
Trabajos prácticos - productos	Propuesta integral de comunicación visual.	El Mensaje Lingüístico, Introducción al diseño de Comunicación, Narrativas	EXAMEN	10	Semana: 17-18 (02-07-2023 al 15-07-2023)
Evaluación escrita	Examen supletorio	El Mensaje Lingüístico, Introducción al diseño de Comunicación, Narrativas	SUPLETORIO	10	Semana: 19 ( al )
Trabajos prácticos - productos	Se mantiene la nota de la propuesta integral de comunicación.	El Mensaje Lingüístico, Introducción al diseño de Comunicación, Narrativas	SUPLETORIO	10	Semana: 19 ( al )

Metodología

Descripción	Tipo horas
En el componente autónomo, los estudiantes aplican herramientas de investigación para entender los conceptos dados en clases, analizan información y aplican los contenidos en las tareas solicitadas.	Autónomo
Durante el curso, se analizarán campañas ya creadas, los estudiantes tendrán que, utilizando las herramientas aprendidas en clases, evaluar y discutir sobre estas campañas y los medios que utilizan.	Horas Autónomo
Por otro lado se harán propuestas prácticas que hagan reflexionar a los estudiantes sobre su rol en las nuevas comunicaciones y su capacidad para crear guiones y personajes que acompañen el diseño de comunicación, branding, publicidad o propaganda, según sea el caso.	Horas Práctico
El curso tendrá componentes teóricos, dados en clases, sobre las nuevas formas del uso de los contenidos y la comunicación, conceptos como Transmedia o Gamificación serán parte del lenguaje de los estudiantes, para esto se dará un fuerte énfasis en la investigación, los estudiantes crearán clases y las darán a sus compañeros sobre conceptos específicos de los medios y la comunicación que serán calificados de manera presencial.	Total docencia

## Crterios de evaluaci3n

Descripci3n	Tipo horas
Dependiendo del tipo de evidencia variar3 la evaluaci3n a realizarse, los reactivos son parte de la nota pero tambi3n estar3 la investigaci3n, los estudiantes co-evaluar3n algunas de las evidencias y en el caso de los productos la nota m3s importante se la dar3 al Concepto, seguido por la Calidad de la propuesta (acabados, tecnolog3a), y finalmente por el Dise1o visual, si bien no es una materia que trate la est3tica directamente, un dise1ador gr3fico no puede descuidarla el momento de hacer una propuesta.	Horas Aut3nomo
Dependiendo del tipo de evidencia variar3 la evaluaci3n a realizarse, los reactivos son parte de la nota pero tambi3n estar3 la investigaci3n, los estudiantes co-evaluar3n algunas de las evidencias y en el caso de los productos la nota m3s importante se la dar3 al Concepto, seguido por la Calidad de la propuesta (acabados, tecnolog3a), y finalmente por el Dise1o visual, si bien no es una materia que trate la est3tica directamente, un dise1ador gr3fico no puede descuidarla el momento de hacer una propuesta.	Horas Pr3ctico
Dependiendo del tipo de evidencia variar3 la evaluaci3n a realizarse, los reactivos son parte de la nota pero tambi3n estar3 la investigaci3n, los estudiantes co-evaluar3n algunas de las evidencias y en el caso de los productos la nota m3s importante se la dar3 al Concepto, seguido por la Calidad de la propuesta (acabados, tecnolog3a), y finalmente por el Dise1o visual, si bien no es una materia que trate la est3tica directamente, un dise1ador gr3fico no puede descuidarla el momento de hacer una propuesta.	Total docencia

## 6. Referencias

### Bibliograf3a base

#### Libros

Autor	Editorial	T3tulo	A1o	ISBN
ACASO, MAR3A.	Paidos	EL LENGUAJE VISUAL.	2009	8483192632
Scolari, Carlos A.	Deusto	Narrativas Transmedia		
D. A. DONDIS,	Gustavo Gilli	LA SINTAXIS DE LA IMAGEN, INTRODUCCI3N AL ALFABETO VISUAL,	2012	97884252206092
Unesco	Unesco	Educaci3n para los objetivos de desarrollo sostenible	2017	

#### Web

#### Software

#### Revista

### Bibliograf3a de apoyo

#### Libros

#### Web

#### Software

#### Revista

Autor	Volumen	T3tulo	A1o	DOI
Mancilla Gonz3lez,	DAYA, Universidad del	Interacciones Multisensoriales en el Dise1o	2017	<a href="https://doi.org/10.">https://doi.org/10.</a>
Adriana Guadalupe	Casa Editora UDA	EL DISE1O EMOCIONAL COMO BASE PARA	2018	<a href="https://doi.org/10.">https://doi.org/10.</a>

---

Docente

---

Director/Junta

Fecha aprobación: **06/03/2023**

Estado: **Aprobado**