



## FACULTAD DE DISEÑO, ARQUITECTURA Y ARTE

### ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO

#### 1. Datos generales

**Materia:** COMUNICACIÓN 2

**Código:** FDI0033

**Paralelo:**

**Periodo :** Marzo-2019 a Julio-2019

**Profesor:** REYES MONTESINOS EDGAR GUSTAVO

**Correo electrónico:** maoreyesm@uazuay.edu.ec

**Prerrequisitos:**

Ninguno

| Docencia | Práctico | Autónomo:            |          | Total horas |
|----------|----------|----------------------|----------|-------------|
|          |          | Sistemas de tutorías | Autónomo |             |
| 2        |          |                      |          | 2           |

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

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

En ésta asignatura teórica, se aborda el tema de la Composición, y el uso de recursos lingüísticos y 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

#### 3. Contenidos

|        |                                                                 |
|--------|-----------------------------------------------------------------|
| 01.    | Comunicación y Composición                                      |
| 01.01. | Introducción a la Comunicación (2 horas)                        |
| 01.02. | Comunicación y Creación (4 horas)                               |
| 02.    | El Mensaje Lingüístico                                          |
| 02.01. | Retórica, Semiótica y Psicología (4 horas)                      |
| 02.02. | La Publicidad (6 horas)                                         |
| 02.03. | Juegos y Gamificación (4 horas)                                 |
| 03.    | La Comunicación no Verbal en el uso de personajes               |
| 03.01. | Personajes / Humanización / Estereotipos / Arquetipos (4 horas) |
| 03.02. | Convergencia, Cross-Media y Transmedia (4 horas)                |
| 03.03. | Transmedia y Publicidad (4 horas)                               |

#### 4. Sistema de Evaluación

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia

Evidencias

**aa. Diseña proyectos acordes a las necesidades del contexto desde una mirada integradora y comprometida.**

-1. Identificar las implicaciones comunicacionales en la determinación de la composición de un producto de diseño.

-Trabajos prácticos - productos

-2. Reconocer la complejidad del rol del texto lingüístico y el lenguaje no verbal para el uso de personajes en productos de diseño

-Trabajos prácticos - productos

**aa. Manejar eficientemente los elementos básicos utilizados en el diseño básico.**

-1. Identificar las implicaciones comunicacionales en la determinación de la composición de un producto de diseño.

-Reactivos

-2. Reconocer la complejidad del rol del texto lingüístico y el lenguaje no verbal para el uso de personajes en productos de diseño

-Foros, debates, chats y otros  
-Trabajos prácticos -

| Resultado de aprendizaje de la materia                                                                                              |  | Evidencias                      |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|---------------------------------|
|                                                                                                                                     |  | productos                       |
| <b>ap. Buscar elementos históricos y conceptuales para solucionar los proyectos de diseño.</b>                                      |  |                                 |
| -1. Identificar las implicaciones comunicacionales en la determinación de la composición de un producto de diseño.                  |  | -Investigaciones                |
| -2. Reconocer la complejidad del rol del texto lingüístico y el lenguaje no verbal para el uso de personajes en productos de diseño |  | -Investigaciones                |
| <b>aq. Argumentar con elementos históricos y conceptuales las soluciones de los proyectos de diseño.</b>                            |  |                                 |
| -1. Identificar las implicaciones comunicacionales en la determinación de la composición de un producto de diseño.                  |  | -Investigaciones                |
| <b>av. Utilizar información del mercado, para generar y gestionar proyectos acordes con las necesidades del contexto.</b>           |  |                                 |
| -1. Identificar las implicaciones comunicacionales en la determinación de la composición de un producto de diseño.                  |  | -Trabajos prácticos - productos |
| <b>az. Mantener una comunicación efectiva en lo oral, escrito y digital.</b>                                                        |  |                                 |
| -1. Identificar las implicaciones comunicacionales en la determinación de la composición de un producto de diseño.                  |  | -Reactivos                      |
| -2. Reconocer la complejidad del rol del texto lingüístico y el lenguaje no verbal para el uso de personajes en productos de diseño |  | -Trabajos prácticos - productos |

#### Desglose de evaluación

| Evidencia                      | Descripción                                                                   | Contenidos sílabo a evaluar                                                                           | Aporte     | Calificación | Semana                                   |
|--------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|--------------|------------------------------------------|
| Reactivos                      | Examen del capítulo 1                                                         | Comunicación y Composición                                                                            | APORTE 1   | 5            | Semana: 3 (25/03/19 al 30/03/19)         |
| Investigaciones                | Las nuevas formas de comunicación                                             | El Mensaje Lingüístico                                                                                | APORTE 2   | 10           | Semana: 7 (22/04/19 al 27/04/19)         |
| Foros, debates, chats y otros  | Analizar un producto transmedial y discutirlo en foros, blogs, redes sociales | El Mensaje Lingüístico, La Comunicación no Verbal en el uso de personajes                             | APORTE 3   | 5            | Semana: 11 (20/05/19 al 23/05/19)        |
| Trabajos prácticos - productos | Creación de un artefacto transmedial                                          | El Mensaje Lingüístico, La Comunicación no Verbal en el uso de personajes                             | APORTE 3   | 10           | Semana: 12 (27/05/19 al 01/06/19)        |
| Reactivos                      | Examen final                                                                  | Comunicación y Composición, El Mensaje Lingüístico, La Comunicación no Verbal en el uso de personajes | EXAMEN     | 10           | Semana: 17-18 (30-06-2019 al 13-07-2019) |
| Trabajos prácticos - productos | Crear un juego en base a un sistema de personajes                             | Comunicación y Composición, El Mensaje Lingüístico, La Comunicación no Verbal en el uso de personajes | EXAMEN     | 10           | Semana: 17-18 (30-06-2019 al 13-07-2019) |
| Reactivos                      | Examen supletorio                                                             | Comunicación y Composición, El Mensaje Lingüístico, La Comunicación no Verbal en el uso de personajes | SUPLETORIO | 20           | Semana: 20 ( al )                        |

#### Metodología

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. 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. Finalmente, 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.

#### Criterios de Evaluación

Dependiendo del tipo de evidencia variará la evaluación a realizarse, los reactivos son parte de la nota pero también estará la investigación, los estudiantes co-evaluarán algunas de las evidencias y en el caso de los productos la nota más importante se la dará al Concepto, seguido por la Calidad de la propuesta (acabados, tecnología), y finalmente por el Diseño visual, si bien no es una materia que trate la estética directamente, un diseñador gráfico no puede descuidarla el momento de hacer una propuesta.

### 5. Referencias

#### Bibliografía base

## Libros

| Autor                      | Editorial                  | Título                        | Año  | ISBN          |
|----------------------------|----------------------------|-------------------------------|------|---------------|
| GRIGELMO, ALEX.            | Santillana Taurus          | LA SEDUCCIÓN DE LAS PALABRAS. | 2000 | 9788466369916 |
| Dondis, D.A                | G.Gilli                    | La sintaxis de la Imagen      | 2012 |               |
| Weil, P y Roland Tompakow. | Ed. San Pablo              | El cuerpo habla               | 1995 |               |
| Acaso, María               | Paidós                     | El Lenguaje Visual            | 2009 |               |
| Ferrer , Eduardo           | Fondo de Cultura Económica | El Lenguaje de la publicidad  | 1995 |               |

## Web

## Software

## Bibliografía de apoyo

### Libros

### Web

### Software

\_\_\_\_\_  
Docente

\_\_\_\_\_  
Director/Junta

Fecha aprobación: **25/03/2019**

Estado: **Aprobado**