

PROGRAMA DE CURSO			
CARRERA	Diseño	CODIGO	AUD6V001
1. Nombre de la actividad curricular	<i>PROYECTO V (Mención Diseño Visualidad y Medios)</i>		
Nombre de la actividad curricular en inglés	<i>PROYECT V (Visuality and Media mention)</i>		
2. Palabras Clave	<i>Diseño; Metodologías del Diseño; Producción material; Factibilidad técnica; Proyecto de Diseño.</i>		
3. Unidad Académica	<i>Escuela de Pregrado FAU, Carrera de Diseño</i>		
4. Ámbito	<i>ÁREA DE INTEGRACIÓN: PROYECTO, ÁMBITOS: EVALUAR, CREAR, GESTIONAR</i>		
5. Número de Créditos SCT - Chile	Horas directas (presencial)	Horas indirectas (no presencial)	
9	9	4,5	
6. Requisitos	<i>PROYECTO IV</i>		
7. Propósito formativo	Estructura proyectos y desarrolla propuestas de diseño de complejidad media-alta, con énfasis en la morfología y la técnica, incorporando las variables propias del contexto en que se plantea la intervención y con un alto nivel de factibilidad tecnológica-productiva.		

<p>8. Competencias y subcompetencias a las que contribuye el curso</p>	<p>COMPETENCIAS</p> <p>II.2 Proyecta mediaciones para intervenir procesos relacionales entre las ciudadanías y el entorno artificial.</p> <p>II.3 Produce objetos de mediación que impacten social, económica y culturalmente en las ciudadanías y el entorno.</p> <p>III.1 Administra recursos, medios e información aplicando criterios pertinentes con el contexto específico.</p> <p>IV.1 Investiga sobre las relaciones entre actores y contextos.</p> <p>IV.2 Analiza actores, situaciones y contextos para identificar oportunidades de intervención.</p> <p>SUBCOMPETENCIAS</p> <p>II.2.b Implementa sistemas visuales, objetuales, mediales e integrados entre las ciudadanías, las comunidades, las personas y su entorno.</p> <p>II.2.c Interviene distintos entornos y en diferentes escalas de complejidad mediante proyectos de mediación.</p> <p>II.3.a Incorpora distintos oficios en su dimensión proyectual, técnica y productiva.</p> <p>III.1.c Implementa planes de acción en función de su impacto social, económico, cultural y medioambiental para el entorno.</p> <p>IV.1.c Elabora sistemas de visualización y documentación acorde a normas o protocolos de la disciplina y la academia.</p> <p>IV.2.b Plantea problemas de investigación y mediación desde la especificidad del contexto y el marco teórico pertinente.</p> <p>IV.2.c Formula argumentos y sustenta discursos en torno a fenómenos de mediación y problemas de investigación.</p>
<p>9. Resultados de Aprendizaje</p> <p>Tras la realización del curso, cada estudiante debiese ser capaz de:</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Planificar una campaña de comunicación visual mediante una metodología de proyecto. 2. Analizar referentes visuales y repertorios iconográficos 3. Diseñar un sistema de identidad visual para una actividad.

4. Producir piezas impresas y digitales para campaña comunicacional.

10. Saberes fundamentales / Contenidos

1) Planificación de una campaña de comunicación visual

mediante una metodología de proyecto, basada en la gestión y coordinación de labores de investigación, diseño y producción, cada grupo realizará una planificación para una campaña de comunicación visual. Se realizarán ejercicios de definición de objetivos comunicacionales, planificación de actividades y realización de presupuestos.

2) Análisis de imaginarios colectivos

Tras la definición de los objetivos comunicacionales de la campaña, se procederá a una fase de investigación y análisis. Con el fin de orientar una comunicación estratégica, en sintonía con los códigos e imaginarios existentes en el medio, se realizarán ejercicios de búsqueda de referentes y se aplicarán metodologías de análisis, tales como la iconografía y los mapas de polaridades.

3) Diseño de sistema de identidad visual

Se realizará el diseño de un manual de marca, donde serán definidos criterios y lineamientos para la comunicación visual de una campaña. En esta etapa se realizará el diseño de un logotipo y definirán aspectos tales como la paleta cromática y el uso de tipografía e imágenes.

4) Producción de piezas gráficas

A lo largo del curso, en paralelo a las labores de planificación y análisis, se llevarán a cabo una serie de ejercicios de composición y producción de piezas gráficas. Se trabajarán aspectos fundamentales de la comunicación visual, tales como el contraste, contorno, uso de texturas y patrones, dibujo con capas y síntesis visual. Estos ejercicios se conciben como herramientas e insumos fundamentales para su posterior aplicación en el diseño y reproducción de piezas gráficas, tanto digitales como impresas.

11. Metodología

La enseñanza de esta asignatura está fundamentada en un aprendizaje basado en proyectos (ABP) y el quehacer colectivo. A lo largo de todo el semestre se trabajará en función de un proyecto de diseño, el cual podrá ser abordado de manera individual o grupal, según se prefiera. Se promoverá un aprendizaje autónomo y la división de tareas, en donde las y los estudiantes deberán enfrentar una serie de desafíos para la concreción

de objetivos propios, en lo posible motivados por sus intereses particulares. Se fomentará el desarrollo de proyectos concretos, con usuarios reales, cuya implementación pueda ser efectiva.

A grandes rasgos, el curso será dividido en dos ejes, los cuales se desarrollarán de manera simultánea y complementaria. Un primer eje está basado en la realización de labores de planificación y gestión de un proyecto comunicacional. El segundo eje apunta a la puesta en práctica de habilidades técnicas, necesarias para la concreción de los objetivos de diseño del proyecto en cuestión.

Se priorizará un trabajo presencial en clases. Esto con el fin de ejercitar aspectos técnicos, a la par que se facilitarán instancias de diálogo y retroalimentación entre pares.

12. Evaluación (En relación con los resultados de aprendizaje)

A lo largo del semestre habrán cinco evaluaciones, una por cada objetivo de aprendizaje y otra por una evaluación global del proyecto. Según el tipo de ejercicio, se aplicarán distintos tipos de criterios para evaluar el nivel de logro.

1) Planificación de campaña de comunicación visual

Será evaluada la capacidad para establecer objetivos comunicacionales claros, definir detalladamente actividades y responsabilidades y la precisión en la redacción de un presupuesto.

2) Análisis de imaginarios colectivos

Será evaluado el manejo de referentes visuales, su pertinencia y la capacidad de análisis en términos formales y semánticos. Puntualmente se evaluará la realización de un ejercicio de levantamiento de un inventario iconográfico y la realización de un mapa de polaridades.

3) Diseño de sistema de identidad visual

En relación a la definición de un manual de marca, se evaluará la coherencia entre los objetivos comunicacionales y el diseño de un logotipo, la selección de familias tipográficas y la definición de una paleta cromática.

4) Producción de piezas gráficas

A lo largo de todo el semestre se realizarán ejercicios prácticos en torno a la composición visual. Estos abordarán elementos fundamentales de la comunicación visual, tales como el contraste, el dibujo con capas, uso de texturas y la síntesis visual. Estos ejercicios serán evaluados según el nivel de oficio y el dominio de aspectos técnicos. El manejo de estos elementos serán considerados en la pauta de evaluación de la pieza para redes sociales y la pieza impresa.

5) Evaluación global del proyecto

Al cierre del curso se realizará un ejercicio de evaluación entre pares donde se revisará el desempeño global de cada estudiante a lo largo del semestre.

13. Requisitos de aprobación

Nota promedio ponderada de debe ser superior a 4.0 (Escala 1.0 a 7.0 con un decimal). La ponderación se establecerá al comienzo del semestre y será conocida por los estudiantes.

Asistencia superior al 70%

14. Bibliografía obligatoria (no más de 5 textos)

Aicher, Otl. *El mundo como proyecto*. Barcelona: Gustavo Gili, 1994.

Campi, Isabel. *¿Qué es el diseño?*. Barcelona: Gustavo Gili, 2020.

Costa, Joan. *La imagen de marca*. Barcelona: Paidós, 2004.

Rojas Mix, Miguel. *El imaginario. Civilización y cultura del siglo XXI*. Buenos Aires: Prometeo, 2006.

Sparke, Penny. *Diseño y cultura, una introducción: desde 1900 hasta la actualidad*. Barcelona: Gustavo Gili, 2010.

Bibliografía complementaria

Brea, José Luis. *Estudios visuales: la epistemología de la visualidad en la era de la globalización*. Madrid: Akal, 2005.

Julier, Guy. *La cultura del diseño*. Barcelona: Gustavo Gili, 2010.

Lupton, Ellen. *Pensar con tipos*. Barcelona: Gustavo Gili, 2024.

Mitchell, William Jhon Thomas. *Teoría de la imagen. Ensayos sobre representación verbal y visual*. Madrid: Akal, 2019.

Recursos web

(Recursos de referencia para el apoyo del proceso formativo del estudiante; se debe indicar la dirección completa del recurso y una descripción del mismo; cada recurso debe ir en una línea distinta).