



ORIENTACIÓN: SO ARTE – Artes Visuales

DEPARTAMENTO: Informática.

MATERIA: Informática.

Nº de módulos semanales: 1 (uno)

PROFESOR/A/ES: DECUZZI, Ivana Laura.

CURSO: 6to año.

CICLO LECTIVO: 2018

EXPECTATIVAS DE LOGRO/ OBJETIVOS DEL APRENDIZAJE:

- Que los alumnos puedan agilizar la producción cognitiva y la riqueza cultural a través del uso consciente de la tecnología.
- Diseñar una marca grupal, determinar la tipografía, los colores, las formas, con los que puedan identificarse personas de acuerdo a su profesión, sus gustos, personalidad, contexto cultural, etc.
- Comunicar a través de la imagen visual y sus elementos compositivos.
- Diseñar signos en sistema que puedan utilizarse para señalar espacios u organizar múltiples elementos.
- Identificar marcas según: isotipo, logotipo, isologotipo.
- Reconocer elementos compositivos de las marcas comerciales y signos de identidad corporativa o profesional.
- Aprender a pensar las imágenes visuales en tanto mensajes y construcciones culturales humanas, y poder interpretarlas, crearlas y resignificarlas.
- Asociar y establecer valores emocionales y culturales a los colores y utilizarlos para comunicar.
- Diseñar información, plantear infografías que puedan comunicar datos conservando características estéticas.
- Reconocer a las familias tipográficas según su clasificación.
- Aprender a dar y recibir críticas constructivas para mejorar su propio hacer creativo.
- Plantear grillas constructivas que organicen elementos en el plano y regulen la reproducción de una marca.
- Socializar, solidarizarse y compartir, a partir de la experiencia del trabajo en equipo.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN:

- Asistencia a clases.
- Trabajo y participación en clase.
- Correcta expresión escrita y oral, uso de vocabulario específico.
- Cumplimiento, en tiempo y forma, de entrega de trabajos prácticos y tareas para el hogar.
- Presentación, clase a clase, de carpeta completa, con apuntes de clase, prolija y legible, y material solicitado para trabajo en clase.
- Aprobar las instancias de evaluaciones y lecciones (orales, individuales y grupales).
- Originalidad y creatividad en la elaboración y presentación de trabajos y tareas.
- Responsabilidad en el cuidado del aula, su mobiliario y equipamiento.
- Actitud de respeto frente al propio trabajo y hacia el de los demás.
- Predisposición para el trabajo en equipo y cooperación con el aprendizaje de los compañeros.
- Comportamiento durante las clases.

CONTENIDOS (Unidad/Eje/Bloque):

Unidad 1: Marcas y sus aplicaciones.

Morfología de las marcas. Isotipo, logotipo, isologotipo. Marca comercial, marca personal. Construcción de la identidad a través de signos visuales. Factibilidad de reproducción, formas curvas, rectas, abiertas, cerradas. Línea modulada, continua y discontinua. Complejidad del signo visual: lo que denota y lo que connota. El color en las marcas: significado cultural y comercial de los colores. Colores fríos y cálidos, análogos y complementarios. Blanco y negro y escala de grises, traducción de la paleta de colores a monocromía. Transmisión de valores culturales, ideas y sentimientos, mediante la forma, la tipografía y el color. Texto y tipografía en las marcas. Análisis de las características de las familias tipográficas. Clasificación de las familias tipográficas. Coherencia cualitativa entre isotipo y logotipo. Caligrafía: estética, legibilidad, morfología, tendencias. Cambios de escala, orientación y proporción de la marca personal. Fraccionamiento, alteración de sus partes constitutivas, análisis de las partes por el todo y el todo por las partes. Trama y textura a partir de la marca personal. Opciones de variables cromáticas y tipográficas.

Unidad 2: Diseño institucional e identidad gráfica.

Identidad gráfica: posibles aplicaciones de la marca personal en productos de diseño gráfico y otros objetos. Aplicación y desarrollo de la marca personal sobre piezas de diseño editorial. La imagen y el texto en página y doble página. Grillas de estructuración. Soporte: papel, pantalla, tamaño, orientación. Márgenes, columnas, calles, interlineados, espacio entre letras. Diseño tipográfico, jerarquías de texto a través del formato. El currículum vitae: selección de la información, síntesis, jerarquización y organización, diseño gráfico y editorial de la pieza.

Unidad 3: introducción al diseño de información: principios de señalética.

El diseño de información en la comunicación masiva. Introducción a la señalética: Señalización de espacios públicos. El color: el contraste, el ruido, la influencia en contexto. Tipografía: legibilidad, tamaño, lo que connotan sus características morfológicas. Público destino. Funciones de la comunicación visual según sus objetivos. Forma. Ubicación.

Unidad 4: introducción al diseño de información: principios de infografía.

Introducción a la infografía: observación del plano, diagramación. Grillas tipográficas. El espacio disponible en relación con la cantidad de información. Síntesis. Articulación de imágenes + texto. Redes conceptuales y sinópticas, cuadros y tablas. Gráficos, síntesis de imágenes. Estilos gráficos según público destino. Selección de la tipografía para fines específicos.

BIBLIOGRAFÍA DEL ALUMNO (Obligatoria y Ampliatoria)

Manuales de usuario del software utilizado. Material provisto por la docente. Apuntes de clase.