

El aula como Estudio de Diseño. Hacer diseño en tiempo real

Fecha de recepción: julio 2021
Fecha de aceptación: septiembre 2021
Versión final: noviembre 2021

María Laura Spina (*)

Resumen: Hacer diseño en tiempo real. La asignatura Comunicación y Diseño Multimedial II se ubica dentro del eje central de la carrera Diseño Gráfico. Esta asignatura, permite desarrollar un Sistema de Identidad Visual de Alta Complejidad en tiempo real funcionando el cursado de la asignatura como un Estudio de Diseño actual. El Sistema visual desarrollado tiene diversos temas: centros culturales, bodegas, alfajores, provincias, ciudades, multimedios, transporte. Se busca la integración de los conocimientos teórico-prácticos del alumno durante la carrera para dar respuesta a un proyecto profesional.

Palabras clave: Comunicación – diseño multimedial – diseño gráfico – identidad corporativa.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 255]

Introducción

Esta experiencia pedagógica se desarrolla en la asignatura Comunicación y Diseño Multimedial 1 y 2 de la carrera Diseño Gráfico. Se trata de diseñar una propuesta de Identidad Corporativa y de un Sistema de Identidad Visual de Alta Complejidad funcionando el aula como si fuera un verdadero Estudio de Diseño.

Se abordan diversos temas para el desarrollo de la identidad: museos, bodegas, provincias, supermercados, multimedios, ciudades, centros culturales, empresas de transporte. También se trabaja con el Programa Trabajos reales para Clientes reales, tales como ciudad de Vicuña, Chile, Cámara Argentina del Calzado, Provincia de Río Negro y ciudad de Gualeguaychú, Argentina.

La experiencia en el aula tiene como objetivo proveer a cada empresa propuesta de un sistema de Identidad visual que represente los principales valores de la misma y que le permita posicionarse como una opción clara y competitiva en su segmento junto a un sistema básico de aplicaciones que permitan implementar una imagen dinámica destinada no solo a su público objetivo, sino también a la totalidad del segmento de mercado en el que desarrolla su actividad.

La propuesta pedagógica de esta experiencia es entrenar al alumno en el trabajo real, como si su cursada estuviera circunscripta dentro de un Estudio de Diseño real que trabaje con los tiempos que el mercado exige.

Se requiere la integración de todos los conocimientos teórico - prácticos del alumno durante la carrera para dar respuesta a un proyecto de alcance profesional. Se busca obtener, de este modo, respuestas creativas e innovadoras con un alto perfil profesional.

Los objetivos de esta experiencia son:

- Diseñar el Sistema de Identidad Visual de Alta Complejidad para una empresa dada.
- Transformar al aula en un Estudio de Diseño actual para dar respuesta al Sistema de Identidad Visual requerido en tiempo real.
- Otorgar al alumno una nueva mirada sobre el funcionamiento de un Estudio de Diseño real.
- Potenciar en el alumno su propia autonomía y pensamiento crítico.

- Fundamentar a través de un lenguaje disciplinar apropiado las decisiones del proyecto, la idea rectora y la toma de partido gráfico desarrollado durante el proceso.

Teniendo en cuenta que el alumno se encuentra próximo a recibirse o a continuar una especialización, la experiencia de transformar el aula en un Estudio de Diseño real contribuirá a ampliar su mirada sobre los problemas y desafíos que se presentan en la vida profesional.

En este marco es muy relevante que el alumno logre comprender la influencia de los diversos factores que intervienen en el momento de la realización de un Proyecto de Diseño en la vida real, como gestión, aplicación de recursos, manejo del tiempo, creatividad, implementación y presentación en tiempo y forma de la propuesta.

Haber atravesado esta experiencia en los dos niveles de la asignatura Comunicación y Diseño Multimedial, con una cursada intensiva de doble carga horaria semanal, conduce al alumno a ser más eficaz para el desarrollo de su proyecto, dado que debe dar soluciones de diseño concretas y efectivas durante su cursada como si estuviera trabajando en un verdadero Estudio de Diseño. Esto es un punto importante, dado que el alumno, próximo a recibir su título universitario, debe poder ser capaz de entender y decidir cuál es el mejor camino para resolver de manera eficaz situaciones diversas de diseño que se le presentarán en su futura vida profesional.

Propuesta pedagógica y metodológica

Esta propuesta pedagógica tiene una duración de dos cuatrimestres (un cuatrimestre por asignatura), con un cursado de modalidad intensiva de doble carga horaria en ambos casos.

En el primer cuatrimestre, el alumno desarrollará la construcción de la Identidad Visual Corporativa para una empresa dada. La elección del tema a trabajar se define todos los cuatrimestres (bodegas, medios de transporte, centros culturales, museos, productos, ciudades, provincias, multimedios, etc.) o, en muchos casos, la asignatura participa del Programa Trabajos Reales para Clientes Reales (empresa real con necesidades reales) con la modalidad de Concurso Interno donde los alum-

nos trabajan con el tema de la empresa solicitante dando respuesta a sus necesidades y obtienen, al finalizar el cuatrimestre un reconocimiento o premio de la misma. En el segundo cuatrimestre, a partir del desarrollo de la marca matriz y del Manual de Normas, ya elaborados en el nivel anterior, se incluye el desarrollo de un Manual de recursos morfológicos y visuales, un Plan de Necesidades, un Manual de Sistema Paragráfico con aplicaciones en papelería corporativa y comercial, indumentaria, parque móvil y objetos de promoción, un Manual de Sistema Editorial, un Manual de Sistema Tridimensional, un Manual de Sistema de *Packaging* adaptado a cada tema propuesto, un Manual de Sistema *Web*, redes sociales y aplicaciones móviles y un Manual de Sistema Publicitario.

Se buscará dotar a cada empresa de un signo identificador único, propio y claramente diferenciable en el contexto de su actividad y de un sistema de aplicaciones que permitan implementar una imagen dinámica y actual. El Proyecto completo se presenta en forma material en el Momento 3 (100%).

Proyecto propuesto a los estudiantes

El proyecto consiste en proponer el diseño de una marca matriz, su Manual de Normas y aplicaciones en los diversos subsistemas visuales a través de la cursada de dos asignaturas correlativas entre sí trabajando con el ritmo y exigencia de un Estudio de Diseño real.

Teniendo en cuenta las etapas básicas del proceso de diseño aplicadas en los Estudios de Diseño y al atravesarlas con la experiencia en el aula, el alumno puede concientizar la práctica profesional real debido a que el aula, transformada en Estudio de Diseño, le permitirá transitar cada una de las etapas del proceso y lo acercará a la vida profesional con un enfoque diferente.

Intentando conjugar los distintos enfoques y relacionándolos entre sí, la cursada en ambos niveles fluirá en constantes avances y retrocesos permitiendo al alumno verse como diseñador profesional al transitar su propio proceso de gestación visual.

Comunicación y Diseño Multimedial 1 / Secuenciación prevista / Proceso

• Instancia 1: Relevamiento integral de la empresa asignada y su contexto con el propósito de arribar a diagnósticos que permitan proyectar una hipótesis de intervención

En esta primera etapa, se desarrolla el relevamiento siguiendo 4 (cuatro) ejes conductores: realidad institucional, identidad institucional, comunicación institucional e imagen institucional. Se analizan marcas de empresas / instituciones similares y se efectúa una evaluación y jerarquización de la información relevada a través de un Diagnóstico de la situación y de una Hipótesis de intervención.

• Instancia 2: Mapa de Identidad

En esta segunda etapa, el alumno creará un Mapa Conceptual que materialice los conceptos asociados a la identidad de la empresa seleccionada contemplando la realización de una marca matriz para el proyecto.

Es una matriz conceptual y formal que expresa a través de emergentes gráficos los aspectos diferenciadores del emisor, estableciendo una tipología discursiva apropiada. El correspondiente Mapa de Identidad se desarrolla en formato A4 horizontal partiendo de 50 emergentes conceptuales y visuales, los cuales se sintetizarán en 20, 10, 5 y 3 para el desarrollo final de la propuesta. Los 3 (tres) emergentes clave serán los pilares en los que se basará el diseño del signo identificador de la instancia siguiente.

• Instancia 3: Signo identificador

El paso siguiente es la construcción de un signo de identidad visual utilizando el mapa de identidad. La identidad visual será la forma gráfica que resuma esa síntesis del discurso de identidad permitiendo desarrollar la imagen corporativa de la empresa elegida.

Se propone realizar el signo identificador en versión color, blanco y negro, escala de grises e inversiones correspondientes.

En segundo lugar, se propone realizar los detalles constructivos del signo: grillas modular y constructiva, área de resguardo, codificación cromática, versión monocromo, colores permitidos y prohibidos, código tipográfico, alfabeto principal y sus intervenciones.

En esta etapa se pone énfasis en lograr un correcto signo de identidad teniendo en cuenta el dominio del marco teórico y su relación con la producción de estas piezas visuales.

El correspondiente Manual se desarrolla en formato A4 horizontal.

• Instancia 4: Manual de Normas de construcción, aplicación y uso para la identidad visual resuelta en la instancia anterior

En esta etapa, se le propone al alumno desarrollar El Manual de Normas correspondiente incluyendo el logotipo junto al signo identificador.

El Manual Normativo contempla la información de las distintas aplicaciones del signo, manifestando los requerimientos mínimos que se deberán cumplir para consolidar un sistema de identidad visual homogéneo.

El correspondiente Manual, considerado una pieza editorial, se desarrolla en formato A4 horizontal contemplando tapa, contratapa, portada, índice, proceso de diseño, originales, cromatismo, inversiones, variables, normalización y tipografía.

El documento se presenta en formato digital junto a una ponencia oral individual.

• Instancia 5: Implementación gráfica

En esta etapa se propone desarrollar el último capítulo del Manual de Normas vinculado a las diversas aplicaciones gráficas.

La propuesta incluye el desarrollo de lenguaje morfológico (trama, textura y macro) para ser aplicado en el diseño de la papelería corporativa (papel carta primera y segunda hoja, sobres comercial y privado en formato americano y A4, carpeta y tarjetas institucional y personal), 3 (tres) piezas de promoción a elección según la empresa asignada y la Normativa correspondiente al material presentado.

El correspondiente capítulo se integra y suma al Manual de Normas de Marca y se desarrolla en formato A4 horizontal.

El documento se presenta en formato digital junto a una ponencia oral individual

Comunicación y Diseño Multimedial 2 / Secuenciación prevista / Proceso

• Instancia 1: Manual Morfológico y recursos visuales

En esta segunda etapa, el alumno creará un Manual de Morfología donde, a partir de la observación detallada del signo de marca, explorará diversas alternativas morfológicas, cromáticas, estructurales y conceptuales. La propuesta morfológica se completa con un sistema de íconos, un sistema de ilustraciones, estilo fotográfico y recursos editoriales.

El correspondiente Manual se desarrolla en formato A4 horizontal con un mínimo de 3 (tres) propuestas por cada uno de los temas mencionados.

• Instancia 2: Plan de Necesidades y Sistema Gráfico

El paso siguiente es la construcción de un Plan de Necesidades relativo al tema que cada alumno desarrolla. Se propone realizar un programa detallando el repertorio de aplicaciones enumerando las distintas piezas que debieran ser consideradas para diseñar.

En segundo lugar, se propone realizar el sistema de aplicaciones de marca matriz en el denominado Sistema Paragráfico capitalizando las exploraciones morfológicas desarrolladas en la Instancia 1. Este sistema está constituido por la papelería institucional, la papelería comercial, gráfica vehicular, indumentaria y material de promoción.

En esta etapa se pone énfasis en lograr una correcta implementación de la identidad junto a la aplicación de un lenguaje visual integrador teniendo en cuenta el dominio del marco teórico y su relación con la producción de estas piezas visuales.

El correspondiente Manual se desarrolla en formato A4 horizontal.

• Instancia 3: Sistema Tridimensional

En esta etapa, se le propone al alumno desarrollar la aplicación de marca matriz y recursos visuales en un sistema tridimensional integrando los conocimientos adquiridos en la asignatura Señalética.

El proyecto propone desarrollar este sistema acorde a un espacio arquitectónico referido al tema de cada proyecto. Incluye el repertorio básico de señales, materialidad, marca corpórea, hitos, arquigrafía exterior e interior, exhibidores, vidrieras y marquesinas.

El correspondiente Manual se desarrolla en formato A4 horizontal.

• Instancia 4: Sistema Web, Aplicaciones móviles y Redes sociales

En esta etapa se propone desarrollar el sitio *web* de la empresa elegida y el entorno digital explorando las distintas alternativas editoriales que la pieza permita.

La propuesta incluye el desarrollo de 5 (cinco) pantallas con entorno gráfico, aplicaciones móviles y la gráfica correspondiente a las redes sociales.

El correspondiente Manual se desarrolla en formato A4 horizontal, con aplicación de *Mockups*.

• Instancia 5: Sistema de Packaging

Esta quinta etapa propone el desarrollo de gráfica aplicada a producto. La gráfica debe estar aplicada al envase primario y secundario en un pack lanzamiento de producto nuevo y una aplicación en edición especial o producto Premium.

El correspondiente Manual se desarrolla en formato A4 horizontal, con aplicación de *Mockups*.

• Instancia 6: Sistema Editorial

El abordaje al Sistema Editorial se desarrolla a través del diseño de un desplegable, un folleto díptico o tríptico y una publicación periódica de 16 (dieciséis) páginas, más 3 (tres) tapas correspondientes a distintas ediciones. Cada pieza gráfica se presenta en escala real.

• Instancia 7: Sistema Publicitario

Esta instancia propone realizar una campaña publicitaria institucional de lanzamiento que incluye vía pública, aviso de diario y revista. Se propone, además, una campaña de posicionamiento aplicada a 3 (tres) posters de interior. Cada pieza gráfica se presenta en escala real, con aplicación de *Mockups*.

Momento 2 de la asignatura Comunicación y Diseño Multimedial 1 y 2

El momento 2 del Ciclo de Asignatura Multimedial 1 es la evaluación de Medio Término, donde el alumno reflexiona sobre el avance de su propio Proyecto Integrador y recibe una devolución del docente que mejore su proceso hacia el Momento 3.

El momento 2 del Ciclo de Asignatura Multimedial 2 se desarrolla con las mismas características que el nivel 1. Este Momento se vincula a la práctica real de un Estudio de Diseño emulando la presentación a un cliente real. El alumno, presenta el proyecto a su docente y al resto de los estudiantes de manera profesional con un tiempo asignado para la ponencia oral acompañado de un dispositivo visual que acompañe la ponencia oral. En el caso de Multimedial 2, participa también un docente asociado invitado a la ponencia general.

Luego de cada presentación, el alumno recibe una devolución junto a una matriz de evaluación provista por el docente.

Este es un momento de reflexión, de aportes académicos, dominio teórico y de valorización del proyecto. Esta clase es de carácter obligatorio.

Transición entre el Momento 2 y el Momento 3

Esta etapa es fundamental para intervenir y mejorar la calidad del Proyecto Integrador. Se desarrollan los contenidos necesarios y las correcciones individuales y grupales de manera colaborativa.

En ambas asignaturas, nivel 1 y 2, el alumno se plantea el trabajo del Diseñador, desarrollando su propio proceso, ajustes del proyecto, gestión y dominio de los recursos aplicados y futura implementación.

Momento 3 de la asignatura Comunicación y Diseño Multimedial 1 y 2

El Momento 3 es la presentación del Proyecto Integrador finalizado (100%).

Se mantiene la misma metodología y condiciones explicados en el Momento 2.

Momento 4 de la asignatura Comunicación y Diseño Multimedial 1 y 2

El Momento 4 es el momento de la presentación y fundamentación del Proyecto Integrador.

Para Multimedial 1, el alumno presentará su proyecto integrador a su docente titular, al docente invitado y al resto de sus compañeros como si fueran potenciales compradores de su proyecto.

Para Multimedial 2, este ejercicio se presenta dentro del marco del Foro de Producciones Profesionales Estudiantes DC.

Aplicando la técnica del *pitching*, el alumno fundamenta y argumenta las decisiones tomadas sobre el Proyecto Integrador frente al grupo de alumnos, el docente titular, el docente asociado y un *Jury* profesional externo.

La presentación profesional debe contener identidad visual, recursos gráficos aplicados, desarrollo de los sistemas visuales y conclusión final.

La presentación oral es acompañada por la presentación visual, el Manual de Normas, y los manuales correspondientes a cada instancia debidamente impresos y maquetados en escala real con acabado altamente profesional.

Criterios de evaluación del Momento 4

Los criterios de evaluación de este Momento son:

- Escala, desarrollo y profundidad del proyecto.
- Idea y planteo conceptual.
- Originalidad, creatividad e innovación.
- Calidad técnica y presentación formal.
- Terminología profesional y discurso disciplinar
- Producción colaborativa interdisciplinaria.

Al finalizar esta etapa el alumno puede autoevaluar su proyecto observando el proceso desarrollado y los resultados obtenidos. De este modo y de acuerdo a los que sucede en un Estudio de Diseño real, el alumno evalúa como profesional su propio proceso analizando los factores intervinientes, las necesidades planteadas y las soluciones propuestas.

Los trabajos significativos se publican en el blog docente.

Referencias bibliográficas

- Chaves, N. (1990). *La imagen corporativa*. Barcelona: G. Gili.
- Chaves, N; Belluccia, R. (2003). *La marca corporativa: gestión de símbolos y logotipos*. Buenos Aires: Paidós.
- Dondis, D. (1976). *La sintaxis de la imagen*. Barcelona: G. Gili.
- Frascara, J. (1988). *Diseño Gráfico y comunicación*. Buenos Aires: Ediciones Infinito.
- González Ruiz, G. (1994). *Estudio de Diseño. Sobre la construcción de las ideas y su aplicación a la realidad*. Buenos Aires: Emecé Editores.
- Munari, B. (1985). *Diseño y comunicación visual*. Barcelona: G. Gili.

Abstract: Make design in real time. The subject Communication and Multimedia Design II is located within the central axis of the Graphic Design career. This subject allows the development of a High Complexity Visual Identity System in real time, operating the course of the subject as a current Design Study. The visual system developed has various themes: cultural centers, wineries, alfajores, provinces, cities, multimedia, transportation. The integration of the student's theoretical-practical knowledge is sought during the career to respond to a professional project.

Keywords: Communication - multimedia design - graphic design - corporate identity.

Resumo: Faça design em tempo real. A disciplina de Comunicação e Design Multimídia II insere-se no eixo central da carreira do Design Gráfico. Esta disciplina permite o desenvolvimento de um Sistema de Identidade Visual de Alta Complexidade em tempo real, operacionalizando o curso da disciplina como um Estudo de Design atual. O sistema visual desenvolvido tem vários temas: centros culturais, vinícolas, alfajores, províncias, cidades, multimídia, transporte. A integração dos saberes teórico-práticos do aluno é buscada ao longo da carreira para responder a um projeto profissional.

Palavras chave: Comunicação - design multimídia - design gráfico - identidade corporativa.

(*) **María Laura Spina.** Diseñadora Gráfica (UBA, 1989). Profesora de la Universidad de Palermo en la carrera de Diseño Gráfico y en las carreras de Diseño de Indumentaria y Diseño de Interiores de la Facultad de Diseño y Comunicación. Diseñadora de identidad corporativa, sistemas visuales y diseño editorial. Obtuvo diversos premios y menciones especiales en las categorías de Identificación Visual y Packaging. Es Miembro del Consejo Asesor Académico DC.