



## **Trabajo Práctico 1**

**Conocimiento y manejo consciente del Lenguaje Visual y proceso de diseño, a partir del abordaje de un problema de comunicación visual de baja complejidad.**

- . Explorar los distintos grados de iconicidad de la imagen
- . Entender a la imagen como representación de una realidad construida
- . Introducirlos en una problemática de comunicación
- . Identificar etapas básicas de un Proceso de Diseño

## Diseño centrado en el Ser Humano



El diseño de comunicación es una actividad intelectual, creativa, estratégica y técnica. Involucra esencialmente la producción de soluciones visuales para problemas de comunicación...

[...] se necesita con urgencia un equilibrio ecológico más avanzado entre los seres humanos y sus ambientes naturales. Este desafío ambiental ha incrementado la necesidad de materiales, métodos y resultados de diseño más sostenibles.

ico-D, International Council of Design (antes Ico grada, International Council of Graphic Design Associations) publicó en 2011 el Ico grada Design Education Manifiesto.

# proceso de diseño

pensar para hacer  
hacer para pensar



# proceso de diseño/design thinking

## cinco etapas



**Tim Brown**, DI. interesado en las formas en que el diseño puede utilizarse para promover el bienestar de las personas, conceptualizó esta metodología en cinco etapas.

**“El Design Thinking es la intersección de las necesidades de las personas, la factibilidad técnica y la viabilidad como negocio”.**



# proceso de diseño/design thinking

## cinco etapas



# proceso de diseño/design thinking

## cinco etapas



Entender cómo piensan,  
sus necesidades y lo que  
es realmente importante  
para los usuarios

“ver con sus ojos, sentir con  
su corazón y experimentar  
con sus sentidos”.

# proceso de diseño/design thinking

## cinco etapas



“ver con sus ojos, sentir con su corazón y experimentar con sus sentidos”.

# proceso de diseño/design thinking

## cinco etapas

“Enmarcar el tema es la única manera de crear una solución correcta”



“ver con sus ojos, sentir con su corazón y experimentar con sus sentidos”.

Generar muchas ideas, siendo disruptivo e innovador y construyendo en equipo una propuesta  
“Se imaginan y se tiran a la mesa todas las soluciones posibles, sin prejuicios, con libertad y espíritu lúdico.”



# proceso de diseño/design thinking

## cinco etapas



“Enmarcar el tema es la única manera de crear una solución correcta”

“Hacer físicas las ideas con el menor tiempo, energía y recursos posibles”

Desarrollar prototipos rápidos y sencillos que permitan recibir retroalimentación sobre la propuesta

“ver con sus ojos, sentir con su corazón y experimentar con sus sentidos”.

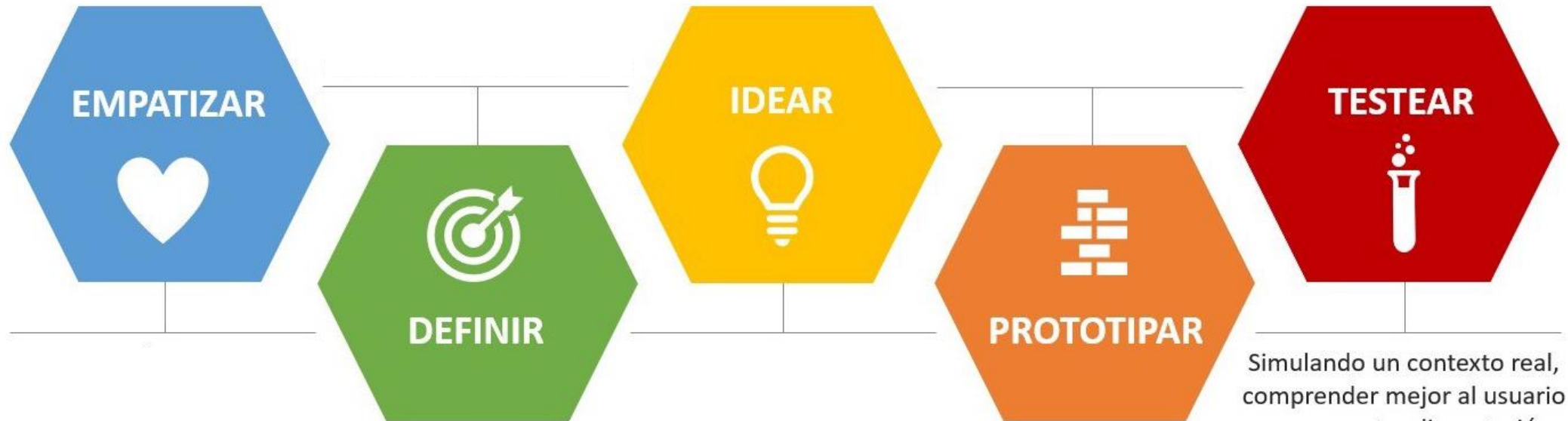
“Se imaginan y se tiran a la mesa todas las soluciones posibles, sin prejuicios, con libertad y espíritu lúdico.”

# proceso de diseño/design thinking

## cinco etapas

“Enmarcar el tema es la única manera de crear una solución correcta”

“Hacer físicas las ideas con el menor tiempo, energía y recursos posibles”



“ver con sus ojos, sentir con su corazón y experimentar con sus sentido”.

“Se imaginan y se tiran a la mesa todas la soluciones posibles, sin prejuicios, con libertad y espíritu lúdico.”

Simulando un contexto real, comprender mejor al usuario y con su retroalimentación mejorar la propuesta

“Evolucionaremos nuestra idea hasta convertirla en solución”

# proceso de diseño/design thinking

## cinco etapas

“Enmarcar el tema es la única manera de crear una solución correcta”

“Hacer físicas las ideas con el menor tiempo, energía y recursos posibles”



“ver con sus ojos, sentir con su corazón y experimentar con sus sentido”.

“Se imaginan y se tiran a la mesa todas la soluciones posibles, sin prejuicios, con libertad y espíritu lúdico.”

“Evolucionaremos nuestra idea hasta convertirla en solución”

# TP1 “Poner en valor nuestra identidad cultural sanjuanina”

---

Definimos **identidad cultural** como el **conjunto de valores, tradiciones, símbolos, creencias y modos de comportamiento** que funcionan como **elementos** dentro de un **grupo social** y que actúan para que los **individuos** que lo forman puedan **fundamentar su sentimiento de pertenencia**.

Es de vital importancia no dejar de lado nuestra verdadera esencia, nuestro **sentido de ser**, nuestro **origen**, nuestra **historia**, nuestro sentido de **pertenencia**.

La pérdida de identidad de un pueblo incide directamente con la falta de arraigo y por tanto con el abandono de los pueblos.

***“El individuo debe conocer su historia para conservar su identidad”***

*Virginia América López Villegas.*



## TP1 “Poner en valor nuestra identidad cultural sanjuanina”



Mercado Artesanal Tradicional Luisa Escudero, se compromete con desafío de **rescatar, promover y difundir** nuestra **identidad cultural artesanal sanjuanina**, para lo cual desde la comunicación desarrolla una **serie de situaciones de comunicación** que acompañen a las distintas piezas artesanales del mercado.



---

Entender cómo piensan,  
sus necesidades y lo que  
es realmente importante  
para los usuarios

---

comitente



Mercado Artesanal Tradicional Luisa Escudero

destinatario



Pobladores de San Juan/turistas

contexto



San Juan

Sintetizar la información  
construyendo un punto de  
partida desde un dolor  
significativo para el usuario



---

### Recopilar, analizar y procesar información:



Comitente, destinatario, contexto



Antecedentes: comunicaciones a fines con la temática y/o no, pero que mantengan algún grado de relación. Sistema de comunicación de Ferias artesanales, campañas, sistema de venta de productos, etc.



Punto de partida significativo: Concepto



## Lámina A3

<b>ETAPA DE INVESTIGACIÓN</b> empatizar - definir		<b>CONCEPTO</b>
<b>COMITENTE</b>		
		<b>CONTEXTO</b>
		<b>ANTECEDENTES</b>

taller  
dg1

TRABAJO PRÁCTICO N°1

**Nuestra  
identidad  
cultural**