2. PRESENTACIÓN

En esta nos enfocaremos en entender cómo podemos abordar los principios fundamentales del diseño gráfico, buscaremos analizar cómo podemos comunicar una idea en lenguaje de imagen. Estudiaremos los principales momentos en la historia del arte especialmente de las vanguardias artísticas con intención de llevar el lenguaje del arte al concepto publicitario profesional.

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1 Actividad de Reflexión Inicial.

En esta actividad de reflexión inicial

Leyes de composición

Una clave fundamental para dominar los principios del diseño son las leyes de composición como principal herramienta de organización. Para esto debemos sensibilizarnos con el mundo a nuestro alrededor y entender las diferentes maneras de distribuir una comunicación intencionada.

Primero de manera individual responde las siguientes preguntas:

¿Cuál tu artista favorito?

¿Cuál es mi posición crítica frente al arte callejero? (*me gusta, no me gusta y porqué)*

Con ayuda del instructor organicen el salón en dos grupos donde cada uno deba abordar la una mitad de los conceptos que encontrarán en el libro anexo con el nombre: **Libro de composición**

Cada grupo debe realizar dos piezas gráficas o artísticas con los atributos descritos en el apartado que corresponda, cada pieza gráfica debe acompañarse con un escrito que exponga a sus compañeros que principios de composición están viendo en cada creación.

Material de apoyo: **Libro de composición.**

- **3.2 Actividad de Contextualización**

Vanguardias artísticas:

Para reflexionar sobre el concepto de arte y creatividad, es fundamental comprender que la creatividad va más allá del ámbito artístico y se extiende a todas las disciplinas que definen la actividad humana, permitiendo incluso redirigir el curso de la historia de la humanidad.

Un ejemplo destacado de ello es la obra del científico londinense Alan Turing, quien desarrolló la famosa máquina de Turing. La máquina, que operaba de forma similar a las computadoras contemporáneas, podía descifrar algoritmos utilizados en comunicaciones militares durante la Segunda Guerra Mundial. Su funcionamiento permitió desentrañar las órdenes de ataque dirigidas a las tropas en el frente, otorgando a los aliados una ventaja significativa que eventualmente contribuyó a su victoria en la guerra.

Este avance tecnológico desempeñó un papel crucial en el desenlace de la guerra al revelar los planes de Hitler, posibilitando a los aliados anticiparse y acortar la duración del conflicto gracias al uso innovador de la tecnología.

En la presentación que se encuentra en esta guía como anexo encontrarás el contexto y la dirección para desarrollar el siguiente trabajo, con la ayuda su instructor se debe organizar una exposición por grupos con las siguientes corrientes de vanguardias artísticas:

-1904. Fovismo.
-1905. Expresionismo.
-1907. Cubismo.
-1909. Futurismo.

-1910. Abstracción lírica.
-1914. Constructivismo.
-1915. Suprematismo.
-1916. Dadaísmo.
-1917. Neoplasticismo o De Stijl.

Material de apoyo: **HISTORIA_DE_LA_CREATIVIDAD_ANTECEDENTES**

- **3.3 Actividades de Apropiación del conocimiento**

Taxonomía de marca

El siguiente trabajo contará con dos partes, en el primer lugar haremos una identificación y definición del concepto publicitario a través de un documental llamado “Pensar antes de pensar”, en él podremos ver como los creativos de campañas de publicidad nos explican a que se le llama concepto publicitario.

https://www.youtube.com/watch?v=7FuAcOUAOTE&t=1s

Para un buen trabajo de marketing debemos considerar que muchas veces no se trata solo de hacer una frase que suene bien o simplemente un logo reconocido y bonito, esto es resultado de un trabajo creativo que requiere investigación y bagaje cultural.

Como segunda parte con la instrucción del instructor realicé el taller nombrado como taxonomía de marca en material de esta guía. Use su intuición en este primer taller para leer y entender el diseño a su manera, recuerde que cada uno de nosotros pone algo de sí mismo en todo lo que hacemos.

Material de apoyo: **Taxonomia_de_marca.**

3.4. Actividades de Transferencia del conocimiento

Diseño bauhaus: Aplicado a logo

La transición del arte de vanguardia al diseño gráfico en el contexto de la globalización es un tema fascinante. La Bauhaus, sin duda, desempeñó un papel fundamental en este cambio de paradigma. Fundada en 1919 en Alemania por Walter Gropius, la Bauhaus fue mucho más que una simple escuela de arte; fue un movimiento que buscaba integrar las artes y la artesanía con la tecnología y la industria. Su enfoque en la funcionalidad, la simplicidad y la unión entre forma y función sentó las bases para el diseño moderno.

La Bauhaus influyó significativamente en el diseño gráfico al incorporar principios como la tipografía limpia y legible, el uso racional del espacio, la geometría y el minimalismo. Estos elementos se convirtieron en pilares del diseño gráfico moderno y fueron adoptados por numerosos diseñadores y movimientos en todo el mundo.

En el contexto de la globalización, donde la comunicación visual se vuelve cada vez más importante en un mundo interconectado, el diseño gráfico se convierte en una herramienta poderosa para la publicidad, la comunicación empresarial, el branding y la expresión cultural. La influencia de la Bauhaus sigue siendo evidente en muchos aspectos del diseño contemporáneo, ya que sus principios fundamentales siguen siendo relevantes en la era digital.

Así, la Bauhaus no solo marcó un hito en la historia del arte y el diseño, sino que también desencadenó una revolución en la forma en que percibimos y nos relacionamos con la estética y la funcionalidad en el diseño gráfico.

Tras el vibrante período de las vanguardias, con el mundo inmerso en una rápida globalización, surge el nacimiento del diseño gráfico. En esta evolución, donde el arte deja de ser únicamente una expresión de sentimientos o ideas, la industria se ve compelida a emplear las herramientas del arte plástico para la creación de publicidad y así promover ventas. Es en este contexto que la Bauhaus emerge como un protagonista destacado, revolucionando nuestra percepción y experiencia del arte como una escuela artística pionera que transforma los paradigmas establecidos.

Para entender más sobre la importancia de esta escuela de diseño y sus protagonistas mire estos dos materiales antes de continuar con el ejercicio:

https://www.youtube.com/watch?v=EAaJqnBfB0A

https://www.youtube.com/watch?v=3TFmr6y8lcM&t=549s

Ahora que tiene en mente a que fenómeno de creación se refiero Bauhaus podemos llegar a algunas conclusiones sobre la importancia y el alcance de este a nivel de diseño.

En esta actividad con ayuda de su instructor deberá diseñar un logo con las siguientes características tomadas de la escuela de bauhaus:

1. **Belleza funcional:** Las creaciones hechas dentro del modelo Bauhaus no solo son estéticamente agradables sino además tienen en cuenta ser minimalistas y funcionales, bajo el concepto de que algo no debe ser solo bello sino además debe tener una función.
2. **Menos, es más:** Una práctica común dentro de la escuela de Bauhaus como se puede observar en las piezas audiovisuales es que la sencillez muchas veces es un valor agregado a cualquier creación, no es necesario hacer demasiado para expresar un concepto.
3. **Combinación de conceptos de creación para brindar originalidad:** Dentro de la dinámica de creación de Bauhaus se hace necesario conceptualizar o ver en la vida cotidiana relación entre objetos y conceptos, en esta actividad enfrentaremos dos ideas o más imágenes o conceptos para crear uno solo.

Teniendo en cuenta estas características y visualizando los ejemplos adjuntos en esta actividad realice 4 (cuatro) bocetos o dibujos a mano para posibles logos para una idea comercial de su elección o según la instrucción de su instructor.

Debes seguir la instrucción del material adjunto en esta guía para hacer dos ejemplos de combinación conceptual que puedan funcionar como una propuesta de diseño. Esta actividad está pensada para usar la herramienta de vectorización en Illustrator y prácticas la transición de análogo a digital.

Materiales: **Bocetos logo.**

Al terminar esta actividad ya tendrá una base conceptual para comenzar su trabajo en el marco del diseño profesional. Este es un camino de ensayo-error, tenga en cuenta que el error es una herramienta de construcción creativa y la creación no es una ciencia exacta.

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencias de Conocimiento:	**Vanguardias artísticas** **Historia y creatividad**	**Práctica manual o digital según instrucción.**
Evidencias de Desempeño:	**Taxonomía de marca**	**Exposición grupal, creación I.**
Evidencias de Producto:	**Bauhaus: aplicado a logo**	**Creación de boceto o dibujo a partir de dos conceptos.**

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS:

Concepto publicitario: El concepto publicitario es la idea central de una campaña publicitaria. Es el mensaje que se quiere transmitir a la audiencia objetivo y es el factor que determinará el éxito o el fracaso de la campaña. El concepto publicitario debe ser claro, conciso y memorable.

Los logos: Son imágenes, textos, formas o una combinación de los tres que representan el nombre y el propósito de un negocio, por decirlo de una manera más simple.

Bauhaus: Esta institución antiacadémica, centro pedagógico y experimental de las artes, puede ser considerada como la primera escuela de diseño del mundo, aquella que funda las bases para el diseño moderno.

Composición: Es la parte donde todos los elementos separados se unen para formar un todo. Cuando todas tus letras, tus imágenes, tus gráficos y colores se unen para formar un diseño cohesivo.

Vanguardias artísticas: Las vanguardias son movimientos artísticos revolucionarios que rompen con la tradición y convulsionan el mundo del arte causando estupor cuando no rechazo. El autor toma conciencia de su libertad creativa y expresiva, inventando nuevos lenguajes artísticos.

Taxonomía: La taxonomía es una práctica que hace referencia a la clasificación de marcas o empresas por tipologías y secciones determinadas. Su objetivo es facilitar la búsqueda de características, historial o estrategias de marca.

Bocetos: Representaciones preliminares o esbozos de ideas. Sirven como base para el desarrollo y refinamiento de diseños finales

Vectorización: Proceso de convertir imágenes rasterizadas en gráficos vectoriales. Permite escalabilidad sin pérdida de calidad, fundamental en diseño gráfico.

Creatividad: Capacidad humana de generar ideas originales y útiles. Se extiende a todas las disciplinas y actividades humanas.

6. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS:

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	**Laura Milena Gómez Molina**	**Instructor**	**CBA**	**15/4/2026**

8. CONTROL DE CAMBIOS (diligenciar únicamente si realiza ajustes a la guía)

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)	**Laura Milena Gómez Molina**	**Instructora**	**CBA**		