



Concepto de identidad

- Contenidos**
- Introducción al concepto de Comunicación.
 - Concepto de identidad.
 - Diferencia entre concepto y referente.

- Objetivos**
- Desarrollar la capacidad de observación como técnica de investigación y análisis.
 - Introducir la noción de identidad. Reconocer la trama de conceptos que la retroalimentan.
 - Identificar al concepto de identidad como base de cualquier estructura social y su manifestación en un medio determinado.
 - Establecer diferencias entre los términos de identidad visual, identidad corporativa, identidad institucional.
 - Introducir al alumno en el uso del mapa conceptual.
 - Reflexionar acerca del concepto de identidad planteado por los autores seleccionados por la cátedra.

- Metodología**
- Trabajo grupal (tres alumnos por grupo)

1. Elaborar entre docentes y alumnos un mapa conceptual.
2. Ubicar en torno a la palabra identidad aquellos conceptos que respondan a la siguiente consigna:
¿De qué hablamos cuando hablamos de identidad?
Las ideas planteadas en esta instancia deben ser siempre en el plano de la abstracción.
3. Buscar relaciones entre los términos planteados. Establecer niveles de jerarquías de los términos, por ejemplo, ¿la identidad cultural es contenedora de la regional?
4. Utilizar un color diferente para indicar subgrupos de conceptos. Discriminar entre aquellos términos generales y particulares, concretos y abstractos. Generar nuevos conceptos a partir de la combinación de algunos de ellos, por ejemplo: identidad+cultural, identidad+nacional, identidad+personal y analizar las diferencias entre los mismos.



Concepto de identidad

Metodología

5. Según Costa, la identidad es también la de las organizaciones sociales: un grupo étnico, nacional, ideológico, cultural o mercantil. Así que podemos hablar de la identidad de un individuo, de un grupo, de un país, de una civilización o de una empresa. Cada uno de ellos será reconocible por un conjunto de signos perceptibles que le son propios y característicos: sus signos de identidad.

¿Cuáles son los signos de identidad de ?

Ejercicio 1: A partir de las combinaciones que surgieron, proponer ejemplos concretos que se enmarquen en dichos conceptos, por ejemplo: ¿Cuáles son los signos de identidad de nuestra ciudad? ¿Cómo es la identidad del colectivo de alumnos de la carrera de cine de la facultad de Bellas Artes? ¿Qué características tiene la identidad de la UNLP como institución educativa? ¿Que caracteriza al barrio de Tolosa? ¿Qué identifica a la Plaza san Martín? Puede nuevamente responderse la siguiente consigna: ¿de qué hablamos cuando hablamos del barrio de Tolosa? Plantear un mapa referencial en base a los conceptos del mapa anterior.

6. Según Joan Costa, la identidad de las cosas y los seres se hace evidente a los sentidos por la diferencia, puesto que la identidad comporta en sí misma una dialéctica de la diferencia. Supone, por lo tanto, la idea intrínseca de unicidad: la oposición de "lo único, lo mismo, lo original e idéntico a sí", frente a lo "otro" en sentido general y secundario. "Lo otro", considerado en principio como el conjunto heterogéneo e indiferenciado de los demás entes (entre los cuales, la percepción y las motivaciones establecen un orden jerárquico para los individuos receptores).

¿Qué elementos, situaciones, personajes, gestos, sonidos, aromas, etc hacen la identidad de evidente a nuestros sentidos? ¿cuáles son exclusivamente característicos de ? ¿cuáles son compartidos?



Concepto de identidad

Metodología

Ejercicio 2: Capturar imágenes que permitan visualizar las características planteadas en el mapa referencial, por medio de la toma de fotografías. Además pueden agregarse otras fuentes de información: música, sonidos, videos. Este ejercicio no debe confundirse con una investigación, las imágenes deben transmitir sensaciones, ideas acerca de la identidad de la persona, grupo, institución, barrio, lugar, país, región, producto, comunidades, etc seleccionados.

7. Según Costa, la identidad es la manifestación de unas determinadas señales; por medio de ellas, las cosas, los seres, los fenómenos se nos hacen presentes a la percepción y a la memoria. Así, pues si la "identidad" es una presencia pasiva, la "identificación" -el acto de percibir y reconocer- es una experiencia activa.

Toda percepción, o todo acto de identificación, conduce a una relación entre lo identificado y una serie de ideas: una serie de asociaciones empíricas de ideas.

En otro orden de la percepción hay una serie de asociaciones psicológicas de ideas, ligadas estas a la cosa percibida en forma de "atributos". Es la percepción de la identidad. En ella la ligazón se establece entre los tres elementos esenciales: forma, en tanto que estímulo perceptivo, conduce mentalmente a la función y a la sustancia de la cosa percibida.

Ejercicio 3: Realizar una propuesta que deberá ser proyectada en forma de video, panel, powerpoint u otro (que no supere los 5 minutos) en el que las imágenes sean capaces de transmitir la identidad de sin la necesidad de sostenerse en el discurso oral o escrito.

Materiales

- Papel afiche o pizarrón, fibrones negro, rojo y verde.

CATEDRA



taller
de diseño
en comunicación
visual

TITULAR A CARGO MARIA BRANDA

T2

MARIANA AVICO
MATIAS CARRICABURU
PABLO MAZZOLO
MARIANA RIMOLDI

taller dcv 2



Concepto de identidad

Bibliografía

- Costa, Joan: "Identidad Corporativa" (compilados.)
- Costa, Joan: "Imagen global"
- Chaves, Norberto: "La imagen corporativa" Capítulo IV
- La Ferla, El medio es el diseño
- Benjamin, Walter. La obra de arte en la época de su reproductividad técnica
- Martín Barbero, Jesús. De los medios a las radiaciones.
- La imagen y el sentido. Apuntes de quinto año de la Cátedra B.
- Mirar para arriba, mirar para abajo. Revista Tipográfica.