

Cátedra: **DISEÑO GRÁFICO (Código 6141)**

Profesor Asociado: **Analía Angeli**  
Jefe de T. Prácticos: **Carlos Pascual**  
Ayudante de Primera: **María Marta Spinazzola**

Régimen de la asignatura: Cuatrimestral  
Asignación de horas semanales: 4 horas teóricas- prácticas  
Taller de promoción: 2 horas por semana.

Año Lectivo: **2010**

---

**Encuadre:**

- Se propone como meta fundamental la comprensión de los factores y criterios presentes en todo problema y en toda solución de diseño de comunicación visual y comunicación persuasiva, en sus aspectos gráficos.
  - Se trabaja en función de introducir al futuro profesional en el campo del diseño gráfico, con los elementos indispensables para proponer y desarrollar aptitudes para el diseño; bajo condiciones reales de trabajo, tecnología y tiempo, ejercitando en aplicaciones concretas sobre modelos reales.
  - Se propone introducir al alumno en el mundo de la comunicación visual, referido específicamente al campo de la identidad visual, identidad institucional e imagen.
- 

**OBJETIVOS:**

**OBJETIVOS GENERALES:**

- Desarrollar habilidades para transferir y aplicar conocimientos y contenidos del curso.
- Utilizar el lenguaje propio de la disciplina.
- Deducir a través de la búsqueda y el análisis de formatos gráficos existentes los alcances y limitaciones de cada producto dentro del marco de la comunicación.
- Buscar el abordaje y la transformación del conocimiento desde una perspectiva de grupo, valorando la interacción y la vinculación con los otros.

**OBJETIVOS DE UNIDAD:**

- Analizar los diferentes mensajes comunicacionales gráficos, y transferir dichos conocimientos en situaciones prácticas.

- Analizar y aplicar los conocimientos básicos de tipografía, en sus variantes creativas.
- Abordar conocimientos y prácticas del diseño publicitario.
- Analizar y emitir opinión crítica frente a situaciones planteadas en lo referente a Imagen Visual de Instituciones, Empresas y Productos.
- Aplicar y desarrollar técnicas adecuadas para el diseño de productos gráficos impresos (cartel, folletos, logotipos, mailing.).

## **CONTENIDOS**

### **PROGRAMA ANALÍTICO:**

#### **UNIDAD UNO:**

**Diseño gráfico y Comunicación:** Definición. Historia del diseño gráfico: siglo XIX y XX. Vanguardias Artísticas: cubismo, futurismo, dadaísmo, surrealismo, suprematismo, constructivismo, Stijl y el jinete azul. Proceso de diseño: Comunicación, aspecto estético, economía y tecnología, metodología. Áreas de la práctica profesional.

#### **UNIDAD DOS:**

**Tipografía:** Tipografía creativa: el lenguaje tipográfico, utilización creativa del espaciado, el formato y la disposición del texto. Utilización del color. Comunicación a través de letras y palabras. Uso de contraste, construcción, destrucción, ritmo y cadencia en el tipo y la palabra. El uso imaginativo de la tipografía en la producción publicitaria.

#### **UNIDAD TRES:**

**Publicidad:** Qué es la publicidad, su origen, deseos y necesidades. La publicidad como educación y como paisaje. La construcción del mensaje publicitario, situaciones receptoras del mensaje publicitario. El proceso y la génesis de los mensajes, la brevedad, el afiche: imagen y texto. La imagen funcional y el texto impreso Imagen y texto.

#### **UNIDAD CUATRO:**

**La identidad institucional:** definición de identidad institucional. Sistema de identidad visual. Diseño de identidad visual. Factores funcionales, semánticos y formales. Símbolo o isotipo. Logotipo. El color, la tipografía y la organización. Aplicaciones y soportes: papelería, entorno, equipo humano y producto.

#### **UNIDAD CINCO:**

**Folletos y Mailing:** El mailing como comunicación personalizada. Componentes de un mailing. Condiciones de diseño. Folleto: formatos, compaginación, textos, títulos e imágenes

#### **UNIDAD SEIS:**

**Teoría y técnica del Cartel:** La situación social del afiche. Civilización de la imagen. Cartel de publicidad, cartel de propaganda. Mensajes. Funciones del afiche. Dimensiones del afiche (imagen y público).

Atención voluntaria y espontánea, factores físicos y psíquicos para llamar la atención. La curiosidad, las motivaciones humanas. Factores para fijar el recuerdo. Visualización, intensificación y asociación de ideas. Ejemplos.

## **PRACTICOS:**

El objetivo fundamental de la asignatura es acercar al alumno en la práctica específica de diseño de mensajes gráficos y visuales, profundizando aspectos técnicos de manejo de software y de composición.

Se trabajará con programas como Adobe Photoshop, Corel Draw e InDesing y adobe Illustrator considerando aspectos como edición de imagen fija digital, edición de textos, composición y diagramación.

Se ha planteado 5 trabajos prácticos con las siguientes temáticas:

Trabajo Practico Uno: Investigación previa (de la empresa o institución con la que se trabajara, en este caso particular se considerara marca provincia y por ello cada grupo de alumnos seleccionara una provincia).

Trabajo Práctico Dos: Diseño de Iso logotipo (Rediseño o diseño de la identidad de provincia).

Trabajo Práctico Tres: Diseño de Folleto y Mailing.

Trabajo Práctico Cuatro: Diseño de Folleto digital – Flyers-

Trabajo Práctico Cinco: Diseño de Cartel.

## **TALLER DE PROMOCIÓN:**

El objetivo fundamental que persigue el taller es acercar al alumno en la práctica específica de diseño editorial, profundizando aspectos técnicos de manejo de software, de composición y de imagen.

Para ello se trabajará con programas como Adobe Photoshop, Corel Draw, Adobe Illustrator e InDesing considerando aspectos como edición de imagen fija digital, edición de textos, composición y diagramación.

## **BIBLIOGRAFÍA:**

### **UNIDAD UNO:**

*Diseño gráfico y comunicación* – Jorge Frascara - Ediciones Infinito - 1.988.-

*Fundamentos del Proyecto Gráfico* – Germani - Fabris - Ediciones Don Bosco, Barcelona - 1.973.-

*Panorama histórico del Diseño Gráfico Contemporáneo* – García G, Labella, V., Rey Alejandra, Rodríguez marengo, V. Editorial CP67 Buenos Aires. Año 1990-  
*Historia del Diseño gráfico*, Enric Satue.

### **UNIDAD DOS:**

*Tipografía Creativa* - Marion March.

*Manual de Diseño tipográfico* - Emil Ruder. Editorial Gustavo Gili SA - Año 1983.

*Publicidad la fantasía exacta.*- Alberto Borrini-. Ediciones Macchi- Macchi grupo editor SA. Edición 1994.

*Así se dibujan letras, rótulos y logotipos* - J. M. Parramón.- Ediciones Parramón - 1974

*Artes Gráficas* - J. M. Parramón. Ediciones Parramón - 1974

**UNIDAD TRES:**

*Diseño gráfico por ordenador* - Edición Génesis -  
*La publicidad estratégica* - Orlando Aprile . Editorial Paidos- Año 2000.  
*Publicidad y Diseño* - Abraham Moles y Joan Costa . Ediciones Infinito, año 1999.

**UNIDAD CUATRO:**

*Imagen de Empresa - Estrategia para una comunicación integrada-* Editorial del ateneo-  
Madrid 1992  
*Artes Gráficas* - J. M. Parramón.  
*Imagen de marca*, Edición Rodrigo Alonso Año 1.993  
*Como diseñar marcas y logotipos* - J. Murphy y M. Rowe. - editorial Gustavo Gili Año  
1989  
*Diseño gráfico por ordenador* - Edición Génesis -

**UNIDAD CINCO:**

*Diseño gráfico por ordenador* - Edición Génesis - Fascículos 35 - 41- 45- 53.  
*Haga Ud. mismo su diseño gráfico* - Jhon Laing. - editorial Hermann Blume - Año 1985  
*Bases para el diseño gráfico* - Alan Swann. Editorial Gustavo Gili  
*La creación de bocetos gráficos* - Alan Swann. Editorial Gustavo Gili SA Año 1990

**UNIDAD SEIS:**

*El afiche en la sociedad Urbana* - Abraham Moles - editorial Paidós - Buenos Aires  
1976.  
*Así se dibuja un cartel* - J. M. Parramón. Ediciones Parramon  
*El cartel su historia y su lenguaje*. J. Barnicoat.

**BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA DE CONSULTA:**

*Arte y Percepción visual* - R. Arnheim - Nueva versión. Alianza Editorial Año 1984.  
*La sintaxis de la imagen* - D. A. Dondis.  
*Manual de producción del diseñador gráfico* - Sanders y Beington. Editorial Gustavo  
Gili SA Año 1986.  
*Manual de arte gráfico y publicitario* - R. Schlemmer. Ediciones Paidos Año 1969.  
*Introducción a la teoría de la publicidad* - Sanchez Guzman.  
*Publicidad* - Otto Kleppners –Editorial Prentige may - Año 1.988  
*Publicidad Creativa* – Sanz – Año 2000.  
*Diseño Análisis y Teoría* – Marta Zatonyi – Universidad de Palermo – Librería Técnica  
CP67 año 1993.  
*El medio es el Diseño* Jorge La Feria – Martín Groisman –Eudeba 1998-  
*La sociedad Desnuda* – Vance Packard – Editorial Sudamericana –4ta. Edición 1971.-  
*Qué es el mundo del cartel* – José A. Garmendia.- Editorial Granada - año 1991

**EVALUACIÓN:**

Los alumnos podrán optar por las siguientes alternativas para cursar la materia:

**Los alumnos promocionales deberán cumplimentar los siguientes requisitos:**

- ✓ Asistencia al 80% de las clases teórico prácticas.
- ✓ Aprobación del 100% de los trabajos prácticos que fije la cátedra con nota de 6 o más.

- ✓ Entrega en tiempo y forma de cada una de las etapas programadas del trabajo de taller y aprobación del trabajo final con nota de 6 o más.
- ✓ Aprobación con nota de 6 o más de cada uno de los exámenes parciales.
- ✓ No se podrá recuperar ningún examen parcial.

**Los alumnos regulares deberán cumplimentar los siguientes requisitos:**

- ✓ Asistencia al 80 % de las clases teórico - prácticas.
- ✓ Aprobación del 80 % de los trabajos prácticos que fije la cátedra.
- ✓ Aprobación con nota de 4 o más de los exámenes parciales.
- ✓ Recuperación de uno de los dos exámenes parciales.

**Requisitos para la aprobación de los trabajos prácticos:**

- ✓ Se deberá cumplir con la fecha de entrega establecida, para cada trabajo.
- ✓ La presentación será acorde a la exigencia de la cátedra, en cuanto a la prolijidad, creatividad y uso adecuado de la técnica exigida.
- ✓ Deberán expresar correctamente los conocimientos y el vocabulario de cada uno de los temas elaborados como así también cumplimentar los objetivos propuestos en cada uno de ellos.
- ✓ Se podrá recuperar el 50% de los trabajos prácticos para así cumplimentar los objetivos propuestos en cada uno de ellos.

**Prof. María Marta Spinazzola**

Ayudante de Primera

**Prof. Carlos Pascual**

Jefe de Trabajos Prácticos

**Prof. ANALÍA ANGELI**

Prof. Asociada