

Programa Taller de diseño en comunicación visual 2C

CARRERA: DISEÑO EN COMUNICACIÓN VISUAL, FACULTAD DE BELLAS ARTES, UNLP
AÑO EN QUE SE CURSA: SEGUNDO
MODALIDAD: TEÓRICO/PRÁCTICA
SISTEMA DE PROMOCIÓN: DIRECTA
CARGA HORARIA SEMANAL: 6 HS.
CURSADA: ANUAL

Plantel docente 2018

Titular:
FILPE, MA. DE LAS MERCEDES
Adjunta:
GUITELMAN, SARA
Jefas de Trabajos Prácticos:
DE MATTEO, ANALÍA
PODESTÁ, GUADALUPE
Auxiliares docentes:
LAGUNAS, VALERIA
STAGNO, CRISTIAN
D'ELÍA, VERÓNICA

Objetivos generales

- Desarrollar habilidades para realizar investigaciones de campo.
- Profundizar la capacidad para el análisis crítico y la formulación de hipótesis, adquiriendo habilidades para producir piezas de diseño que respondan al proyecto planteado y a las funciones comunicativas que estas deban asumir.
- Propiciar el aprendizaje de conceptos clave e incorporar terminología disciplinar.

Objetivos específicos

- Conocer el origen e implicancias del discurso de identidad en la cultura de los siglos XX - XXI e introducirse en los conceptos básicos de la sociosemiólogía y la teoría de los discursos sociales, orientados al análisis del discurso de identidad visual.
- Comprender las distintas funciones de las piezas de diseño en el marco de un sistema de identidad.
- Entender el diseño de identidad visual como práctica discursiva constructora de imagen para empresas, instituciones, productos y servicios, desarrollando herramientas metodológicas para diseñar programas de intervención de imagen y comunicación insertos en la realidad socioeconómica de la que surgen y donde se implementarán.

CONTENIDOS

1. El discurso de identidad

Diseño e identidades. Marco socioeconómico en el que surge la necesidad del discurso de identidad. Segunda Revolución Industrial. La ciudad moderna, la calle y la configuración del otro. Primeros programas de identidad. De la identidad del producto a la identidad del sujeto. Los programas integrales de identidad institucional. Dimensión ética de esta práctica discursiva. Comunicación, identidad e imagen. Empresas, productos y servicios. Precisiones terminológicas. Caracterización del discurso de identidad. Texto de identidad. Atributos.

2. Signo de identidad básico: la marca gráfica

El nombre. Logotipo. Isotipo. Signo lingüístico y signo icónico. Articulación del lenguaje visual/verbal. Tipología marcaría. Nivel morfo-sintáctico: Paradigma y sintagma/variables visuales formales y tonales/Relaciones organizativas. Tipografía. Grilla. Diagramación. Nivel semántico: relación signo-referente. Motivación y arbitrariedad. Denotación y connotación. Estilística y retórica. Figuras de adjunción, supresión, sustitución e intercambio. Nivel pragmático: Parámetros de calidad marcaría. Funcionalidad de la marca: principios de brevedad, pronunciabilidad, memorabilidad, originalidad e impacto, síntesis.

3. Sistemas de identidad visual

Organización de un sistema de identidad visual. Sistemática y textura gráfica. Indicadores para el buen rendimiento de un sistema de identidad. Diseño para hacer ver - hacer saber - hacer hacer. Rasgos estables, alternativos, libres. Univocidad, coherencia y pregnancia. Sistemas gráficos: papelería institucional y administrativa, promoción y comunicación de interés social -publicaciones, folletería, afiche, etc.-, gráfica del entorno, publicidad. Sistemas de identidad audiovisuales. Sistemas paragráficos: arquitectura, diseño industrial, acciones de atención.

4. Contextos. De la pragmática a la teoría del discurso

Teoría de la discursividad. Funciones del discurso. Función comunicativa. La función estética y el diseño. Horizonte común. Mercado lingüístico y legitimidad discursiva. Competencia comunicativa. Implementación de un programa de identidad. Inscripción de la imagen en el contexto socio cultural e histórico, en el contexto comunicacional y en el contexto de la competencia. Integración de los signos de identidad y rendimiento de la comunicación. Discurso publicitario.

5. Identidad del producto

Identidad del producto/identidad institucional. Función comunicativa: identificación, diferenciación, persuasión, información. Identificación en el contexto. Competencia. Editorial. Paratexto. Funciones.

REGIMEN DE LA CURSADA

Asistencia: no deberá superar las 4 inasistencias (no consecutivas) por cuatrimestre.

Cursada anual por promoción directa. Cada trabajo práctico debe aprobarse con 4 (cuatro) y el promedio de los mismos debe ser como mínimo de 6 (seis). Cada trabajo práctico tiene dos fechas de entrega. Asimismo están previstos trabajos teóricos que deberán aprobarse con 4 (cuatro) y cuyo promedio debe ser como mínimo 6 (seis).

Los trabajos teóricos también tienen fecha de recuperatorio.

Están previstos dos parciales. Cada uno se aprueba con 4. El promedio entre ambos debe dar 6.

La nota final de la cursada resulta de promediar: la nota final de trabajos prácticos, con la nota final de trabajos teóricos y las notas de los dos parciales mas la nota conceptual que surge de la evaluación que el ayudante realiza en el seguimiento de la cursada (cantidad de correcciones, participación, cumplimiento de las responsabilidades, esquicios y otros trabajos conceptuales realizados en clase).

BIBLIOGRAFÍA

- Aicher, Otl** (2001) *Analógico y digital*. Gustavo Gili, Barcelona.
- Albano, Sergio y otros** (2005) *Diccionario de semiótica*. Quadrata, Buenos Aires.
- Alonso, Rodrigo y Mercado, Leonardo** (2001) "Arte y diseño editorial: desde la revolución tipográfica al libro del futuro". En: Encuentro Nacional de Investigación en Arte y Diseño ENIAD 2001. Facultad de Bellas Artes. Universidad de La Plata. http://www.roalonso.net/es/arte_y_tec/revolucion_tipografica.php
- Austin, J.** (1982) *Cómo hacer cosas con palabras*. Paidós, Barcelona.
- AAVV** (1999) *First things first Manifiesto 2000*, Eye Nº 33, Londres
- AAVV** (2001) *Fundamentos del Diseño Gráfico*, Buenos Aires, Ediciones Infinito.
- Badiou, Alain** (2013) *Las condiciones del arte contemporáneo*. Conferencia, UNSAM, Universidad de San Martín, Buenos Aires 11 de mayo de 2013. Trad. <http://www.brumaria.net/284-alain-badiou/>
- Bajtín, Mijail** (2011) *Las fronteras del discurso*, Buenos Aires, Las Cuarenta
- Barthes, Roland** (1994) 'Retórica de la imagen'. En: *Lo obvio y lo obtuso*. Paidós, Barcelona.
- Barthes, Roland** (1994) *La cámara lúcida*. Paidós, Barcelona.
- Barthes, Roland** (1998) *Mitologías*. Siglo XXI, México.
- Berman, Marshall** (1988) *Todo lo sólido se desvanece en el aire*. Siglo XXI, Madrid.
- Benjamin, Walter** (1976) «El París del Segundo Imperio en Baudelaire». En: *Iluminaciones II*, Taurus, Madrid.
- Benveniste, Emile** (1979) «De la subjetividad en el lenguaje» En: *Problemas de lingüística general*. Siglo XXI, México
- Berger, John** (1980) *Modos de ver*, Gustavo Gili, Barcelona .
- Bernstein, D** (1989) *La imagen de empresa y la realidad*. Plaza y Janés, Barcelona.
- Blackwell, Lewis** (2004) *Tipografía del siglo XX*. Gustavo Gili, Barcelona.
- Bourdieu, Pierre** «L'économie des échanges linguistiques», en *Langue française* 34.
- Bourdieu, Pierre** (1995) *Respuestas por una antropología reflexiva*. Grijalbo, México.
- Bourdieu, Pierre** (1988) *Cosas dichas*. Gedisa, Buenos Aires.
- Bourdieu, Pierre** (1980) «El mercado lingüístico» En: *Questions de sociologie*. Ed. de Minuit, París. Trad. Mabel Piccini, Carrera de Com. Soc. UAM.
- Bourdieu, Pierre** (1985) *¿Qué significa hablar?* Akal, Madrid.
- Bourdieu, P./Eagleton, Terry** (1993) «Doxa y vida corriente» En: *El cielo por asalto* Nº 5, Buenos Aires
- Brea, Guillermo** (2014) "Empresarios y diseñadores, Un diálogo por construir". Recuperado en: <http://www.guillermobrea.com/escritos/empresarios-y-disenadores-un-dialogo-por-construir/>
- Calvera, Ana** (1997) «La idea en diseño gráfico». En: *Tipográfica* Nº 31, Buenos Aires
- Calvera, Anna**. comp. (2003) *Arte¿? diseño. Nuevos capítulos en una polémica que viene de lejos*. Barcelona, GG.
- Calvino, Italo** (1994) *Las ciudades invisibles*. Siruela, Madrid
- Carpintero, Carlos** (2007) *Sistemas de identidad. Sobre marcas y otros artificios*. Buenos Aires: Argonauta
- Cassisi, Luciano** (2006) "Marca y marca gráfica". Recuperado de http://foroalfa.org/es/articulo/33/Marca_y_marca_grafica
- Cassisi, Luciano** (2011) "¿Cómo definir el tipo marcario adecuado?" Recuperado de: <http://foroalfa.org/articulos/como-definir-el-tipo-marcario-adecuado>
- Costa, Joan** (1993) *La imagen corporativa*. CEAC, Barcelona
- Cassisi, Luciano** (2016) "Las funciones de la marca gráfica". Foroalfa. Recuperado en: <https://foroalfa.org/articulos/las-funciones-de-la-marca-grafica>
- Cosgaya, Pablo** (2011) "Nada personal" En: DNI, revista de diseño nacional e internacional, Buenos Aires, diciembre.
- Costa, Joan** (1989) *Imagen global*. CEAC, Barcelona

- Chaves, Norberto** (1988) *La imagen corporativa*. GG, Barcelona
- Chaves, Norberto** (2001) *El oficio de diseñar. Propuestas a la conciencia crítica de los que comienzan*. Gustavo Gili, Barcelona.
- Chaves, Norberto; Belluscia, Raúl** (2003) *La marca corporativa. Gestión y diseño de símbolos y logotipos*. Paidós, Buenos Aires.
- Chaves, Norberto** (2005) *El diseño invisible. Siete lecciones sobre la intervención culta en el hábitat humano*. Paidós comunicación, Buenos Aires.
- Chaves, Norberto**(2010) "La marca ¿vestimenta o disfraz?" Recuperado de: http://www.norberto-chaves.com/articulos/texto/la_marca_vestimenta_o_disfraz
- Chaves, Norberto** (2015) "El testeo de la marca corporativa". Foroalfa. Recuperado en: <https://foroalfa.org/articulos/el-testeo-de-la-marca-corporativa>
- Chaves, Norberto** (2016) "Las recetas en el diseño de marca". Foroalfa. Recuperado en: <https://foroalfa.org/articulos/las-recetas-en-el-diseno-de-marca>
- Chaves, Norberto** (2017) "Acerca de la calidad gráfica. El dilema de los criterios de evaluación de la calidad: ¿fórmulas o formación?" Recuperado en: <https://foroalfa.org/articulos/acerca-de-la-calidad-grafica>
- Cherny, Rubén** (2007) "El instante creativo". En: http://foroalfa.org/es/articulo/74/El_instante_creativo_2
- Croci, Paula y Vitale, Alejandra (comp)** (2000) *Los cuerpos dóciles. Hacia un tratado sobre la moda*. La marca, Buenos Aires.
- Debray, Régis** (1994) *Vida y muerte de la imagen. Historia de la mirada en occidente*. Paidós, Barcelona
- Di Gioia, M.** (1995) *Envases y embalajes*. Macchi, Bs. As.
- Dondis, D. A.** (1976) *La sintaxis de la imagen*. GG, Barcelona.
- Ducrot, O.** (1984) *El decir y lo dicho*. Hachette, Buenos Aires.
- Eagleton, Terry** (1997) *Las ilusiones del posmodernismo*. Paidós, Buenos Aires.
- Elam, Kimberly** (2005) *Sistemas reticulares: principios para organizar la tipografía*. Gustavo Gili, Barcelona
- Feill, Chalotte y Peter** (2000) *Diseño del siglo XX*. Taschen, Koln.
- Fontana, R** (2000) «Alemania, la marca», en: *Tipográfica*, N° 43, Buenos Aires.
- Foucault, Michel** (1980) *Microfísica del poder*. La piqueta, Madrid.
- Foucault, Michel** (2002) *El orden del discurso*. Tusquets, Barcelona.
- Glaser, Milton; Ilic, Mirko** (2005) *Diseño de protesta*. Gustavo Gili, Barcelona.
- Gutiérrez, Martín** (2011) "Marcas dinámicas". Foroalfa. Recuperado en: <https://foroalfa.org/articulos/marcas-dinamicas>
- Heller, Steven e Ilic, Mirco** (2004) *Escrito a mano*. Gustavo Gili, Barcelona.
- Jakobson, Roman** (1985) *Ensayos de lingüística general*. Planeta, Barcelona.
- Jalluf, Zalma** (2004) "Diseño. Diálogo de muchos" En: *Tipográfica* 64 p. 10, octubre, Buenos Aires.
- Jameson, Frederic** (1995) *El posmodernismo o la lógica cultural del capitalismo avanzado*. Paidós, Barcelona.
- Joly, Martine** (2000) *Introducción al análisis de la imagen*. La marca, Buenos Aires.
- Julier, Guy** (2018) "¿El diseño puede ser activista? El desafío de enfrentar al neoliberalismo de un modo distinto". En: *Caiana. Revista de Historia del Arte y Cultura Visual del Centro Argentino de Investigadores de Arte (CAIA)*. No 12 | Primer semestre 2018, pp. 46-53.
- Kandinsky, Wassily** (1975) *Cursos de la Bauhaus*. Alianza, Madrid, 1983.
- Kiaer, Christina** (2009) "¡A la producción! los objetos socialistas del constructivismo ruso" Museu d'Art Contemporani de Barcelona (MACBA) y Servei de Publicacions de la Universitat Autònoma de Barcelona (UAB). Recuperado: <http://eipcp.net/transversal/0910/kiaer/es/print>
- Kerbrat Orecchioni, K.** (1983) *La connotación*. Hachette, Buenos Aires.
- Kristeva, Julia** (1981) *Semiótica 2. Fundamentos*, Madrid.
- Laclanche Boulé, Claude** (2003) *Constructivismo en la URSS: tipografías y fotomontajes*. Barcelona: Campgrafic

- Ledesma, María** (2003) *El diseño gráfico, una voz pública*. Argonauta, Buenos Aires.
- Ledesma, María y Paula Siganevich (comp)** (2007) *Piquete de ojo: visualidades de la crisis : Argentina, 2001-2003* FADU, Nobuko, Buenos Aires
- Ledesma, María** (2013) "Cartografía del diseño social", Vol 43, No 1, Anales IAA, Buenos Aires. Recuperado en: <http://www.iaa.fadu.uba.ar/ojs/index.php/anales/article/view/107/95>
- Ledesma, María; López, Mabel (comp.)** (2018) *Retóricas del diseño social*. Wolkowicz editores, Buenos Aires.
- Leveratto, Luciana** (1999) «Argencard en sistema», en: *Tipográfica*, N° 42, Buenos Aires.
- Lissitzky, El** ([1927] 1967) "The Future of the Book" en *New Left Review*, enero/febrero (traducción: Eduardo Costa).
- Lupton, Ellen y Cole Phillips, Jennifer** (2016) *Diseño gráfico: Nuevos fundamentos*. Barcelona: Gustavo Gili
- Marmori, G.** "Iconografía femenina y publicidad". Gustavo Gili, Barcelona.
- Marafioti y otros (comp)** (2001) *Recorridos semiológicos*. Eudeba, Buenos Aires.
- Magariños de Morentín, Juan** (1991) *El mensaje publicitario*. 2da. edición. Edicial, Buenos Aires.
- McQuiston, L.** (1995) *Graphic Agitation 1*, Londres, Phaidon
- McQuiston, L.** (2004) *Graphic Agitation 2. Social and Political Graphics in the Digital Age*, Londres, Phaidon, 2004.
- Memelsdorff, Frank** (2011) *Estrategias y diseño. Diálogo entre empresas y diseñadores*. Wolkowicz editores, Buenos Aires.
- Miller, J. Abbott; Lupton, Ellen** (2005) *El ABC de la Bauhaus y la teoría del diseño*. Gustavo Gili, Barcelona.
- Mitchell, W.J.T.** (2003) "Mostrando el ver: una crítica de la cultura visual". En *Estudios visuales*, no. 1, nov. Akal; Madrid.
- Moles, Abraham; Wahl, Eberhard** (1982) «Kitsch y objeto». En: *El análisis estructural*. Ceal, Buenos Aires.
- Montagn, Pimentel, Groisman** (2004) *Cultura digital*. Paidós, Buenos Aires.
- Mukarovsky, Jan** (1997) *Escritos de estética y semiótica del arte*. Gustavo Gili, Barcelona.
- Paris Clavel, Gerard** (1997) *Entrevista en revista Tipográfica*. Buenos Aires
- Parret, H., Ducrot, O.** (1995) *Teorías lingüísticas y enunciación*. Ofic. de Publ. de CBC, UBA. Buenos Aires
- Parret, H.** (1993) *Semiótica y pragmática*. Edicial, Buenos Aires.
- Pelta, Raquel** (2004) *Diseñar hoy. Temas contemporáneos de diseño gráfico*. Ediciones B, Barcelona.
- Peninou, G.** (1976) *Semiótica de la publicidad*. Gustavo Gili, Barcelona.
- Pibernat i Domenech, Oriol** (1990) «La marca». En: *Tipográfica* N° 11 y 12, Buenos Aires.
- Poynor, Rick** (2003) *No más normas. Diseño gráfico posmoderno*. Gustavo Gili, Barcelona.
- Pujol, Mónica** (2007) "Diseñando espacios de sentido"
http://foroalfa.org/es/articulo/8/Disenando_espacios_de_sentido.
- Prieto, Luis** (1967) *Mensajes y señales*. Seix Barral, Barcelona.
- Pró, Maite** (2003) *Aprender con imágenes: incidencias y uso de la imagen en las estrategias de aprendizaje*. Paidós, Buenos Aires.
- Ricoeur, Paul** (1977) *La metáfora viva*. Megápolis, Buenos Aires.
- Ries A. y Trout, J.** (1990) *Posicionamiento*. Tesis, Bs. As.
- Romero, Daniel** (1992) «Competencia comunicativa». *Apunte para la Cátedra Lengua II* Fac. de Humanidades, UNLP
- Samara, Timothy** (2004) *Diseñar con o sin retícula* [versión castellana Mela Dávila] Gustavo Gili, Barcelona
- Sarlo, Beatriz** (1994) *Escenas de la vida posmoderna*. Ariel, Buenos Aires.
- Sarlo, Beatriz** (2009) *La ciudad vista*. Siglo veintiuno, Buenos Aires.
- Schmucler, Héctor** (1997) *Memoria de la comunicación*. Biblos, Buenos Aires.
- Saussure, Ferdinand** (1986) *Curso de lingüística general*. Losada, Buenos Aires.
- Semprini, A.** (1995) *El marketing de la marca*. Paidós, Barcelona.
- Sexe, Néstor** (2001) *Diseño.com*. Paidós, Buenos Aires.
- Siganevich, Paula; Nieto, María Laura** (2017) *Activismo Gráfico, conversaciones sobre diseño, arte y política*. Wolkowicz editores, Buenos Aires.
- Sonsino, S.** (1990) *Packaging. Diseño, materiales y tecnología*. GG, Barcelona.

- Spoerhase, Carlos** (2017) "¿Más allá del libro?" *New left review* 103, pp. 91-104 marzo-abril
- Stalman, A.** (2014) *Brandoffon. El branding del futuro* Barcelona: Planeta
- Torres Fernández, Inmaculada** (2015) *Diseño crítico: de la transgresión a la autonomía*. Centri Universitari de Diseny i art de Barcelona.
- Tschichold, Jan** (2002) *El abecé de la buena tipografía / Jan Tschichold*; traducido por Esther Monzó. Campgràfic, Valencia.
- Tschichold, Jan** (2003) *La nueva tipografía: manual para diseñadores modernos / Jan Tschichold*; traducido por María Teresa Alberó y Estela Marqués; introducción de Josep M. Pujol. Campgràfic, Valencia.
- Verón, Eliseo** (2004) *Fragmentos de un tejido*. Gedisa, Buenos Aires.
- Vidable, Daniel** (comp) (2016) *Espacio social y espacio simbólico. Territorios del diseño*. Buenos Aires: Wolkowicz editores
- Voloshinov, Valentin** 'El discurso en la vida y el discurso en la poesía'. Trad. Jorge Panesi, UNLP, Fac. de Humanidades -Letras.
- Wojciechowski, Gustavo** (2002) *Tipografía, poemas polacos*. Argonauta, Buenos Aires.
- Wheeler, Alina** (2013) *Diseño de marcas*. Anaya, Colección de diseño, Barcelona.
- Winkler, Dietmar** (1998) "Más allá del modelo de la Bauhaus" En: *Revista Tipográfica* N° 32, pp 10-17. Buenos Aires.
- Zimmerman, Yves** (2010) "De lo adecuado y lo bello". <http://zimmermann-a.com/es/blog-es/articulos/de-lo-adecuado-y-bello/>

BIBLIOGRAFÍA GENERAL DE LA CATEDRA C

- Aicher, O. y Krampen** (1979) *Sistemas de signos en la comunicación visual*. Gustavo Gili, Barcelona
- Aicher, O.** (1994) *El mundo como proyecto*. Gustavo Gili, Barcelona
- Aicher, Otl** (2001) *Analógico y digital*. Gustavo Gili, Barcelona
- Austin, J.** (1982) *Cómo hacer cosas con palabras*. Paidós, Barcelona
- Berman, Marshall** (1988) *Todo lo sólido se desvanece en el aire*. Siglo XXI, Madrid
- Benjamin, Walter** (1976) «El París del Segundo Imperio en Baudelaire». En *Iluminaciones II*, Taurus, Madrid.
- Benveniste, Emile** (1979) «De la subjetividad en el lenguaje» En: *Problemas de lingüística general*. Siglo XXI, México
- Bonsiepe, Gui** (1999) *Del objeto a la interfase*. Infinito, Buenos Aires
- Busquet, L.** (1977) *Para leer la imagen*. Publicaciones ICE, Madrid
- Bourdieu, Pierre** «L'économie des échanges linguistiques», en *Langue française* 34
- Bourdieu, Pierre** (1995) *Respuestas por una antropología reflexiva*. Grijalbo, México
- Bourdieu, Pierre** (1988) *Cosas dichas*. Gedisa, Buenos Aires
- Bourdieu, Pierre** (1980) «El mercado lingüístico» en: *Questions de sociologie*. Ed. de Minuit, París. Trad. Mabel Piccini, Carrera de Com. Soc. UAM
- Bourdieu, Pierre** (1985) *¿Qué significa hablar?* Akal, Madrid
- Bourdieu, P./Eagleton, Terry** (1993) «Doxa y vida corriente» En: *El cielo por asalto* Nº 5, Buenos Aires
- Canosa, L., Duran, N., Matas, J. y PAU, L.** (1983) *Imagen gráfica de la señalización exterior*. México:UAM-Az
- Costa, J.** (1989) *Señalética*. CEAC. S.A. Barcelona
- Cross, E., Elliot, D., Roy, R.** (1980) *Diseñando el futuro*. Gustavo Gili, Barcelona
- De Fleur, M. L. Ball, Rockeach** (1993) *Teoría de la comunicación de masas*. Paidós, Barcelona
- Diethlm, W.** (1976) *Signo, símbolo y señal*. ABC Zurich
- Ducrot, O.** (1984) *El decir y lo dicho*. Hachette, Buenos Aires
- Eagleton, Terry** (1997) *Las ilusiones del posmodernismo*. Paidós, Buenos Aires
- Eco, U.** (1988) *La estrategia de la ilusión*. Lumen, Buenos Aires
- Eco, U.** (1976) *Signo*. Labor, Barcelona
- Eco, U.** (1976) *Tratado de semiótica general*. Lumen, Barcelona
- Entel, A.** (1996) *La ciudad bajo sospecha*. Lumen, Buenos Aires
- Findler, R.** (1998) *Mediamorfosis. Comprender los nuevos medios*. Granica, Barcelona
- Floch, J. M.** (1988) *Semiótica, marketing y comunicación*. Infinito, Barcelona
- Follis, J. y HAMMER, D.** (1979) *Architectural signing and graphics*. Billboard Publications, Nueva York
- Foster, G.** (1964) *Las culturas tradicionales y los cambios tecnológicos*. Fondo de cultura económica, México
- Fontana, R.** (1996) *Pensamiento tipográfico*. Edicial, Buenos Aires
- Frascara, J.** (1996) *Diseño gráfico y comunicación*. Infinito, Buenos Aires
- Frascara, J.** (1997). *Diseño gráfico para la gente*. Infinito, Buenos Aires
- Foucault, Michel** (2002) *El orden del discurso*. Tusquets, Barcelona.
- Frutiger, A.** (1981) *Signos, símbolos, marcas, señales*. GG, Barcelona
- García Canclini, N.** (1997). *Imaginario urbanos*. Eudeba, Buenos Aires
- García Canclini, N.** (1999). *La globalización imaginada*. Paidós, Buenos Aires
- Gonzalez Ruiz, G. Y Shakespear, R.** (1971) *Sistema de señales urbanas*. Municipalidad de Buenos Aires. Buenos Aires: Banco de la Ciudad de Buenos Aires
- Gombrich, E. H.** (1987) *La imagen y el ojo*. Alianza, Madrid
- Gombrich, E. H., Hochberg, J.; Black, M.** (1996) *Arte percepción y realidad*. Paidós, Barcelona
- Groupe U.** (1993) *Tratado del signo visual, para una retórica de la imagen*. Cátedra, Madrid
- Gubern, R.** (1999) *Del bisonte a la realidad virtual, la escena y el laberinto*. Barcelona: Anagrama
- Gubern, R.** (1994) *La mirada opulenta. Exploración de la iconosfera contemporánea*. G. G. Barcelona
- Gubern, R.** (1997) *Medios icónicos de masas*. Historia 16, Madrid
- Hoffman, D.** (2000) *Inteligencia visual. Cómo creamos lo que vemos*. Paidós Transiciones, Barcelona
- Jameson, Frederic** (1995) *El posmodernismo o la lógica cultural del capitalismo avanzado*. Paidós, Barcelona
- Jowett, Garth** (1992) «Imágenes de largo alcance». En: Williams, Raymond, ed. *Historia de la comunicación vol. 2*. Paidós, Barcelona

- Kanizsa, G.** (1988) *Gramática de la visión, percepción y pensamiento*. Paidós comunicación, Barcelona
- La Ferla, J. y Groisman M.** (1999) *El medio es el diseño. Estudios sobre la problemática del diseño y su relación con los medios de comunicación*. EUDEBA, Buenos Aires
- Lynch, K.** (1984) *La imagen de la ciudad*. G.G., México
- Maldonado, T.** (1972) *Ambiente humano e ideología*. Nueva Visión, Buenos Aires
- Meggs, P.** (1991) *Historia del Diseño Gráfico*. Trillas, Madrid
- Masotta, O.** (1986) *Lecciones de introducción al psicoanálisis*. Gedisa, Buenos Aires
- Moles, A. Costa, J.** (1999) *Publicidad y diseño*. Infinito, Buenos Aires
- Moles, Abraham; Wahl, Eberhard** (1982) «Kitsch y objeto». En: *El análisis estructural*. Ceal, Buenos Aires
- Montagn, Pimentel, Groisman** (2004) *Cultura digital*. Paidós, Buenos Aires
- Mukarovsky, Jan** (1997) *Escritos de estética y semiótica del arte*. Gustavo Gili, Barcelona
- Munari, B.** (1983). *¿Cómo nacen los objetos?, apuntes para una metodología proyectual*. Gustavo Gili, Barcelona
- Müller-Brockman, J.** (1998) *Historia de la comunicación visual*. Gustavo Gili, Barcelona
- O' Donell, James** (2000) *Avatares de la palabra*. Paidós, Buenos Aires
- Parret, H.** (1995) *De la semiótica a la estética*. Edicial, Buenos Aires
- Pelta, Raquel** (2004) *Diseñar hoy. Temas contemporáneos de diseño gráfico*. Ediciones B
- Peninou, G.** (1976) *Semiótica de la publicidad*. Gustavo Gili, Barcelona
- Pignatari, Décio** (1977) *Información, lenguaje y comunicación*. Gustavo Gili, Barcelona
- Puig, A.** (1979) *Sociología de las formas*. Gustavo Gili, Barcelona
- Ricard, A.** (1982) *Diseño ¿por qué?* Gustavo Gili, Barcelona
- Rock, I.** (1985) *La percepción*. Prensa científica S.A., Barcelona
- Ruder, E.** (1983) *Manual de diseño tipográfico*. Gustavo Gili, Barcelona
- Sanz, J. C.** (1996) *El libro de la imagen*. Alianza, Madrid
- Sarlo, Beatriz** (1994) *Escenas de la vida posmoderna*. Ariel, Buenos Aires
- Schmucler, Héctor** (1997) *Memoria de la comunicación*. Biblos, Buenos Aires
- Schnaith, N.** (1988) «Los códigos de la percepción del saber y de la representación de una cultura visual» en *Tipografía*, Volumen 4. Buenos Aires: Ediciones de Diseño, abril de 1988, pp. 27 - 29
- Satué, E.** (1988) *El diseño gráfico desde sus orígenes hasta nuestros días*. Alianza, Madrid
- Swann, A.** (1994) *Diseño y marketing*. Gustavo Gili, Barcelona
- Vilches, L.** (1995) *La lectura de la imagen: prensa cine y televisión*. Paidós Comunicación, Barcelona
- Villafañe, J.** (1998) *Introducción a la teoría de la imagen*. Pirámide S.A., Madrid
- Voloshinov, Valentin** (1992) 'El discurso en la vida y el discurso en la poesía'. Trad. Jorge Panesi, UNLP, Fac. de Humanidades, La Plata
- Wilensky, A.** (1986) *Marketing estratégico*. Tesis, Buenos Aires
- Zántoyi, M.** (1998) *Aportes a la estética. Desde el arte y la ciencia del siglo XX*. La marca, Buenos Aires
- Zunzunegui, S.** (1992) *Pensar la imagen*. Cátedra: Universidad del País Vasco. Signo e imagen, Madrid

Prof. Mercedes Filpe
 Prof. Sara Guitelman
 2018