

Programa Taller de diseño en comunicación visual 3C

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

Contenidos mínimos

Gráfica de impresos. Diagramación y tipografía. Semántica. Legibilidad. Imagen. Aspectos sintácticos, semánticos y estilísticos. Aspectos pragmáticos. Sistematización de publicaciones. Diseño de colecciones, fascículos, diarios, revistas. Diagramación de identidad. Gráfica de medios visuales y audiovisuales.

Objetivo general

Desarrollar habilidades para realizar investigaciones de campo, que permitan profundizar la capacidad para el análisis crítico y la formulación de hipótesis, adquiriendo habilidades para producir piezas de diseño que respondan a las funciones comunicativas que estas deban asumir.

Objetivos específicos

- Conocer la problemática del diseño de información estática y de información dinámica. La especificidad de cada medio, sus condicionantes y valoración como soportes de comunicación.
- Aprender a interpretar a los emisores, sus mensajes y a considerar la influencia del contexto en el que operan y las características y expectativas de las audiencias.
- Conocer y experimentar los pasos metodológicos para asistir en el área de diseño de información.

Contenidos

Los contenidos de la materia están desarrollados de menor a mayor complejidad de primer a quinto año respectivamente. Los primeros años el desarrollo de los trabajos prácticos está enfocado más a una búsqueda experimental teórico/práctica para que los alumnos incorporen la mayor cantidad posible de herramientas y metodologías para la práctica del diseño.

A partir de tercer y cuarto año los trabajos prácticos, que siguen siendo experimentales, comienzan a tener una mayor vinculación con la práctica profesional real. En quinto año los alumnos desarrollan una tesina de grado que implica resolver una problemática real.

Diseño de información impresa: funcional, didáctica y persuasiva.

Medios gráficos de comunicación. Clasificación. Circuito editorial.

Tipografía. Grilla. Diagramación.

Libros, revistas, periódicos y otras publicaciones. Dinámica específica de cada medio. Anatomía y estructura.

Relación sistémica entre códigos de comunicación icónicos, lingüísticos, cromáticos, estructurales.

Valorización, roles y jerarquías.

Imagen e ideología. Competencia y mercado de inserción.

Diseño de información dinámica:

Concepto de tiempo. Relato gráfico. Secuencialidad. Sistemas multimediales.

Internet. La página Web. Publicaciones electrónicas.

1. Elementos comunicacionales

Conceptos e implementación

Soporte/ material visual, virtual. Costos. Mercado. Clasificación

Tipografía / familias. Nuevos criterios de diseño de alfabetos. Correcciones ópticas. Proporciones. Tipografía como texto. Tipografía como imagen. Legibilidad. Fuentes. Mercado.

Imagen / modos de representación. Variables tecnológicas. Estática y dinámica.

Áreas de trabajo. Plano, espacio, movimiento.

El proceso de diseño. Metodologías.

2. Diseño de información de baja complejidad

Diseño para información, entretenimiento y difusión cultural.

Editorial. Libro. Colección. Sistema tipográfico para ediciones. Sistematización de ediciones.

Packaging CD. Ediciones independientes. Troqueles. Sistemas de impresión. Acabados superficiales.

Investigación y análisis. Estudio de mercado. Diseño y diagramación. Contenido estructural. Procesamiento de la información. Producción. Circuito editorial.

3. Diseño de información de mediana complejidad

Secuencia. Continuidad. Editorial. Revista. Fascículo. Circuito de distribución. Diseño para persuasión. Desarrollo de estrategias. Información. Redundancia y ruido. Creatividad y comunicación. Condicionantes tecnológicas.

4. Diseño de información de alta complejidad

Medios masivos de comunicación. Periódicos impresos. Periódicos digitales, la noticia on line. Política editorial. Análisis de mercado. El diseñador y el redactor. Elaboración interdisciplinaria. Circuito editorial. Infografía impresa y digital. Contexto. Función. Propaganda política e ideología.

5. Entornos digitales

Espacio donde confluye el diseño de información y la señalética.

Modos de lectura en entornos digitales. El hipertexto y la línea del tiempo.

Cambio de paradigma. De la información estanca a la información dinámica y compar-

tida. Sistema de signos y conceptos señaléticos en sitios web. Interfaz gráfica y usuario. Usabilidad. Navegabilidad. Códigos visuales Revista Digital. Del impreso a lo digital. Nuevas plataformas. Revista digital para tablets y teléfonos celulares.

RÉGIMEN DE CURSASA

La regularización depende de la aprobación del 100% de los trabajos prácticos. Esto implica que los alumnos sean evaluados constantemente. Definimos las consignas para la evaluación de la siguiente manera:

- Trabajos prácticos.
- Ejercicios de experimentación creativa visual.
- Práctica de observación en terreno.
- Lectura de bibliografía obligatoria y apuntes de cátedra.
- Clases expositivas.
- Apoyo audiovisual
- Exploración en Internet.

La asistencia a las clases es obligatoria durante todo el año lectivo, y las horas de cursada son tiempo de trabajo específico del alumno, y no un espacio de mera corrección de trabajos ya realizados. Dentro de las mismas se dictarán clases teóricas.

Los ejercicios serán grupales y/o individuales, según los temas y objetivos.

Se efectuarán entregas parciales con carácter obligatorio, que serán debidamente notificadas a los alumnos, y que serán evaluadas por el docente respectivo.

Los resultados de estas evaluaciones constituirán, tanto para el docente como para el alumno, un estado de situación de los trabajos prácticos, lo que evitará resultados sorpresivos en la evaluación final. El no cumplimiento de estas instancias serán tomadas como no satisfactorias.

La evaluación se define en relación a los objetivos básicos de la materia, y a los objetivos específicos de cada ejercitación, que serán enunciados expresamente por los docentes, en cada caso conjuntamente con el enunciado del TP.

La calificación final no necesariamente deberá coincidir con el promedio de las obtenidas durante el año, y se tendrá en cuenta la evolución del alumno.

BIBLIOGRAFÍA ESPECÍFICA

- Arfuch, Cháves, Ledesma. Diseño y comunicación. Paidós, Buenos Aires, 1997.
- Berger, J. El sentido de la vista. Alianza. Madrid, 1990.
- Canga Larequi, J. El diseño periodístico de la prensa diaria. Bosch comunicación. Barcelona, 1994.
- De Lorenzi, M. "Comienza el futuro", en Tipografía N°31. Bs. As. 1986.
- Eco, Umberto. La estrategia de la ilusión. Lumen, Buenos Aires, 1988.
- Frascara, Jorge. Diseño gráfico y comunicación. Infinito, Bs. As. , 1996.
- García, M. Diseño y remodelación de periódicos. EUNSA. Pamplona, 1984.
- Habermas, J. Historia y crítica de la opinión pública. GG. México, 1986.
- Manual de estilo de Clarín. Clarín / Aguilar. Bs. As. 1997.
- Mattelart, A. Historia de las teorías de la comunicación. Paidós. Barcelona, 1996.
- Sarlo, Beatriz. Escenas de la vida posmoderna. Ariel, Buenos Aires, 1994.
- Schmucler, Héctor. Memoria de la comunicación. Biblos, Buenos Aires, 1997.
- Ulanovsky, C. Paren las rotativas. Espasa Calpe. Bs. As. 1997.

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 N° 5, Buenos Aires
- Canosa, L., Duran, N., Matas, J. y PAU, L. (1983) Imagen gráfica de la señalización exterior. México:UAMAz
- 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). Imaginarios 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 2018
- 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