

FACULTAD DE ARQUITECTURA, DISEÑO Y URBANISMO

CARRERA DE DISEÑO GRAFICO

Asignatura: **Diseño Gráfico I**

Cátedra: **Saavedra**

Promoción: Directa

Curso: Anual

Objetivos:

Introducir al alumno en los fundamentos del diseño de la comunicación como actividad proyectual y al conocimiento y aplicación de las técnicas y herramientas adecuadas para la configuración de mensajes visuales.

Con el estudio de las leyes de percepción visual, de los elementos icónicos intervinientes en el mensaje visual y de las reglas de composición del objeto en el plano, el alumno avanza en el proceso de proyectación, experimentando y desarrollando su capacidad creativa y expresiva.

En esta asignatura con modalidad de taller, el alumno se predispone a la exposición de diversos estímulos, y a trabajar en direcciones nuevas, ampliando la base de su información.

Programa :

Unidad I: Marco teórico y modelo operativo.

Conceptos básicos. Definiciones del capo. Diseño Gráfico. Diseño de comunicación y visual. Fundamentos y conceptos generales del lenguaje visual. El diseño de comunicación y su relación con las artes visuales. El Diseño como ciencia proyectual. Arte y Diseño. La función del diseño.

Unidad II: La percepción

El mirar y el ver. Observación y análisis. Puntos de vista. Concepción y morfología. La estructura. La piel. Luces y sombras. Sombras propias y proyectadas. El paradigma.

Unidad III: De la realidad al signo visual.

Leyes fundamentales de la visión y el diseño. Contraste. Figura y fondo. Concepto de valor. El proceso de síntesis. La síntesis gráfica. La secuencia. Los bocetos. El ajuste final.

Unidad IV: El pictograma

El pictograma, un lenguaje universal. Del signo visual al pictograma. Proceso de geometrización de los signos. Punto, línea y plano. El universo de las formas. Redes y grillas de construcción. Peso. Unidad visual. Potencia visual. Noción de sistema. Sistema de signos.

Unidad V: Retórica.

La poética de la imagen. Recursos retóricos básicos. Posibilidades expresivas de las imágenes. Eje analogía - abstracción. Procesos de comunicación. Códigos. Objetivos. Conceptos. Partido.

Unidad VI: Lenguajes Visuales.

Los lenguajes visuales como herramientas de comunicación. Fotografía. Pintura. Ilustración. Comics. Diseño. Tipografía. Los signos tipográficos como portadores de comunicación. Forma y Función. Estructura gráfica. Leyes de composición.

Unidad VII: Identidad gráfica.

Concepto de identidad. Identidad visual. Marcas. Clasificación. Calidad gráfica de las marcas. El proceso de diseño. Trabajo de campo. Recopilación, clasificación y evaluación de la información.

Determinación y análisis del receptor. Toma de partido. Metodología de diseño. Alternativas.

Unidad VIII: Sistemas de comunicación visual.

Concepto de Sistema de comunicación Visual. Sistemas y subsistemas gráficos. Subsistemas espaciales, cromáticos, tipográficos, morfológicos. Implementación del proyecto. Manual de normas. Sistemas gráficos y paragráficos.

Unidad IX: Programas de comunicación.

Control de calidad gráfica genérica de las marcas. Indicadores de rendimiento de los identificadores corporativos. Teoría de la imagen institucional. Concepción global del diseño. El campo de las intervenciones. Canales y vehículos de la expresión del discurso institucional. Conceptos básicos.

Trabajos prácticos

Trabajo práctico N° 1

¿Qué es el diseño?

Trabajo práctico N° 2

La realidad

Trabajo práctico N° 3

La síntesis

Trabajo práctico N° 4

La Metáfora

Trabajo práctico N° 5

Lenguajes visuales

Trabajo práctico N° 6

Identificadores Gráficos: Isotipo/ logotipo/ isologotipo.

Trabajo práctico N° 7

Investigación de campo/ Realidad institucional.

Trabajo práctico N° 8

Identidad Corporativa

Trabajo práctico N° 9

Sistemas de Comunicación Visual.

Trabajo práctico N° 10

Programas de Identidad Corporativa.