



RESUMEN ACTIVIDAD CURRICULAR

Carrera: **DISEÑO GRÁFICO**

Nombre de la asignatura: *Diseño Gráfico 3*

Cátedra Arq. Jorge Filippis

Carga horaria: **ANUAL**

- Total: 240 hs.
- Semanal: 8 hs. (30 semanas)

Año y/o semestre de cursado: **2020**

Objetivos:

- *Reconocer e integrar en el proyecto de diseño la multiplicidad de aspectos que convergen en la interpretación de sus producciones y que obedecen a factores tanto internos como externos a las mismas.*
- *Comprender al diseño gráfico como un hecho comunicativo en el que deben considerarse las condiciones y condicionantes de su producción así como las funciones de interpretación y los condicionantes contextuales que lo determinan.*
- *Considerar al taller de diseño como eje de la formación donde el alumno comprenda y maneje el comportamiento semántico, sintáctico y pragmático de las formas y de las tipografías.*
- *Estimular la capacidad lingüística en el contexto del lenguaje visual para obtener un uso propio y enriquecido del mensaje verbal en la problemática de la comunicación.*
- *Fomentar una conciencia crítica, ecológica y social del diseñador y su participación en la construcción del entorno, su rol social, su responsabilidad y las áreas de desarrollo de la práctica profesional.*

Secretaría Académica

Pabellón III, Ciudad Universitaria.
C1428EGA, CABA. Argentina.

54.11.4789.6386
planificacionarq@fadu.uba.ar
fadu.uba.ar





Contenidos:

La Materia Diseño Gráfico III, perteneciente al tercer año de la Carrera de Diseño Gráfico considera al mismo como una actividad que implica programar proyectar, coordinar y realizar comunicaciones visuales destinadas a transmitir mensajes específicos a grupos determinados, así también como una disciplina en la que se entrecruzan saberes y haceres diversos, los cuales al conectarse se encuentran generando la prefiguración bajo el aspecto icónico del objeto diseñado.

Se trabaja en el taller sobre la comprensión del diseño gráfico como campo de desarrollo profesional y como disciplina: el rol del diseñador gráfico como el profesional que se ocupa de la configuración visual de los mensajes gráficos, su participación la construcción del entorno, su rol social, su responsabilidad y las áreas de desarrollo de la práctica profesional.

La cátedra permitirá explorar, descubrir y experimentar con distintas estrategias en lo proyectual y en la producción de distintas piezas gráficas.

Objetivos, Propósitos o Metas: SISTEMAS con abordajes estratégicos para la resolución de problemas de comunicación visual de alta complejidad. Se procurará trabajar con casos e instituciones reales -más allá de la posibilidad de implementación de los proyectos- para poner en práctica en un marco de realidad todas las variables intervinientes en la definición de los proyectos.

En cuanto al formato digital, además, se busca que los alumnos optimicen los recursos que este formato ofrece.

UNIDAD I: PROCESO DE DISEÑO COMO METODOLOGÍA MULTIDIRECCIONAL

El proceso de diseño que abarca la investigación y el desarrollo como proceso iterativo en la toma de decisiones desde el partido conceptual al desarrollo proyectual.

Manipulación de la imagen. Retórica Visual. Iconografía. Ilustración. Gráficos e Informáticos. Distintos tipos de operaciones, argumentación, figuras retóricas. Detección y diferenciación de las temáticas. Previsibilidad comunicacional de las piezas. Tiempo e instancias de lectura, escala, formatos y estructura de la información. Diseño de Persuasión. Publicidad. Funciones. Atributos. Las figuras retóricas en la publicidad. Teoría de la Imagen. Fundamentos. Tipología de piezas gráficas.

Segmentación y sistematización de públicos. Redes conceptuales y redes visuales.

Relaciones matriciales de subsistemas y segmentos.

Medios de Comunicación. Variables de estructuración de mensajes y su incidencia en el contexto social. Imagen y sociedad.

TP1 – Campaña de concientización social

- *Metodología de análisis ante un problema de diseño.*
- *Retórica de la imagen, operando sobre material de producción propia.*

Secretaría Académica

Pabellón III, Ciudad Universitaria.
C1428EGA, CABA, Argentina.

54.11.4789.6386
planificacionarq@fadu.uba.ar
fadu.uba.ar





- *La imagen, su relación con la tipografía y ambas accionando sobre el campo visual para abrir el espectro de la significación.*
- *La tipografía como imagen, la mancha tipográfica.*
- *Problemática particular del afiche: economía de información, manejo de la escala como componente en la comunicación.*
- *El contexto como condicionante en la comunicación.*
- *Desarrollar un sistema de comunicación complejo.*
- *Comprender la problemática de las campañas sociales.*
- *Comprender la función del diseñador gráfico como operador social.*
- *Implementar el recurso digital discursivo en la comunicación y acción de campaña en redes sociales y en cine, radio y tv.*

UNIDAD II: SISTEMAS GRÁFICOS CINÉTICOS.

Estrategias de lectura en piezas no convencionales. Gestión de contenidos inmersivos. La Realidad Aumentada como capas de información visual que aportan un conocimiento relevante sobre nuestro entorno en tiempo real.

El sistema y los subsistemas. Subsistema informativo, tecnológico, de emplazamiento y gráfico.

Los signos del espacio: identificación de la imagen espacial. La lectura del espacio.

Reconocimiento, marcación y puntuación del espacio. Condicionantes comunicacionales, ambientales y constructivos. Regímenes específicos de lectura: el volumen, la tipografía, la imagen.

El discurso tipográfico como entidad comunicante. La tipografía, a través de su capacidad metafórica de comunicar, incorpora al diseño de sus partes constitutivas el tiempo, el movimiento y el sonido, para convertirse también en un signo audiovisual.

TP2 – Diseño en de un video corto con propuesta tipografía cinética

- *Procesos creativos para animación tipográfica en la palabra, el texto y la letra,*
- *Guión y Storyboard: Construcción del relato para la animación tipográfica.*
- *Diseñar la escena: Componer pensando en los modos de animar y editar.*
- *Composición: del módulo a la letra, de la letra a la palabra, de la palabra a la composición.*
- *Dimensionar y reconocer a la tipografía como imagen audiovisual experimentando las diferentes maneras de narración tipográfica a través del diseño tipográfico animado con una propuesta estética que se adapte al tiempo narrativo de una obra audiovisual. Relato, movimiento y sonido.*
- *Implementar un sistema de Realidad Aumentada combinando en tiempo real objetos tangibles, ubicados en el campo de visión de una cámara montada en un dispositivo del tipo teléfono inteligente o tableta, con contenidos digitales tales como texto, imágenes, videos, enlaces, etc., integrados de manera tal que extiendan o amplíen de manera interactiva la dimensión informativa de la escena u objeto visualizado.*

Secretaría Académica

Pabellón III, Ciudad Universitaria.
C1428EGA, CABA, Argentina.

54.11.4789.6386
planificacionarq@fadu.uba.ar
fadu.uba.ar





- *Implementar un sistema de proyección sobre objetos tangibles, (mapping) con contenidos digitales tales como texto, imágenes, videos, enlaces, etc., proyecciones de vídeo y luz sobre cualquier superficie logrando escenarios dinámicos tridimensionales teniendo en cuenta la luz, colores y formas en la superficie, la perspectiva: teniendo en cuenta donde se posicionará el espectador y el sonido.*
- **UNIDAD III: DISEÑO DE DISCURSOS E INTERFACES VISUALES INTERACTIVOS. LA EXPERIENCIA DE USUARIO.**

Características de la comunicación con los nuevos procesos de mediación: del texto al hipertexto. Particularidades de la visualización de la imagen en pantalla: condicionantes técnicos y deconstrucción discursiva. Variables de estructuración de mensajes y su incidencia en el contexto social. Proyecto, diseño de interfaces, prototipos, diseño, usabilidad y experiencia de usuario.

TP3 – Diseño de Interacción e Interfaces. APP

- *Desarrollar una aplicación que será utilizada en puestos de auto consulta ubicados en la vía pública.*
- *Se busca tomar contacto con los conceptos de: proyecto, diseño de interfaces, prototipos, diseño, usabilidad y experiencia de usuario.*
- *Design thinking: acción UX / Empatizar, definir, idear, prototipar, testear, ejecutar*
- *Requerimientos (usuario y funcionales)*
- *Puesta en común de requerimientos definidos*
- *Prototipado Iterativo*
- *Desarrollo y presentación de wireframes (iteración)*
- *Testeado*
- *Presentación de gráfica final (iteración)*

UNIDAD IV: DISEÑO DE SISTEMAS DE ALTA COMPLEJIDAD.

Conceptos de programa visual y sistemas de identidad. Planificación de sistemas y subsistemas. El concepto de imagen institucional y corporativa. Fenomenología de la imagen de marca. Concepción y proceso de la imagen institucional. La marca como un sistema activo. Análisis de diferentes enfoques de planificación, construcción, diseño y gestión de sistemas de identidad visuales de instituciones. El sistema gráfico. El sistema de Identidad visual. La articulación discursiva de los componentes del sistema, la articulación gráfica. La marca. El isologotipo: articulación y relaciones imagen-texto, Funcionalidad de las distintas piezas. Regímenes de lectura, escala, etc. Estilos comunicativos. Estilos gráficos. Lenguajes gráficos. Nuevas tendencias en las estrategias de gestión de las marcas. Análisis de programas visuales, sistemas y subsistemas de identidad. Elementos

Secretaría Académica

Pabellón III, Ciudad Universitaria.
C1428EGA, CABA. Argentina.

54.11.4789.6386
planificacionarq@fadu.uba.ar
fadu.uba.ar





UBA, FADU.

Universidad de Buenos Aires Facultad de Arquitectura
Diseño y Urbanismo

portadores de la imagen institucional. Las aplicaciones bidimensionales, tridimensionales y digitales. Manuales de estilo y normativos. Concepto de branding de marca. La planificación estratégica de la imagen institucional y corporativa. Metodologías de análisis, de administración estratégica, de implementación operativa y de evaluación de la imagen global.

Definiciones de estrategia. Estrategias de diferenciación. Definiciones de audiencias y de estrategia de comunicación. Elaboración de programas de comunicación con su posterior ejecución y evaluación. Programa de Identidad visual global en sistemas gráficos de alta complejidad.

TP4 - Imagen corporativa

- *Concebir un sistema de aplicaciones que se adapte a las necesidades del comitente y tenga en cuenta el requerimiento de diseño que tiene cada objeto.*
- *Desarrollar una estrategia de comunicación y un concepto rector a partir del análisis del comitente asignado.*
- *Desarrollar un programa visual acorde a las necesidades, sus reglas básicas de configuración, sus variables, constantes y todo aquel elemento propio de los manuales de marca que el estudiante considere pertinente para la comprensión global de la problemática.*
- *Lograr que estas reglas de configuración gráfica en manos de terceros (estudios / agencias/pares) permitan desarrollar piezas de comunicación pertenecientes al sistema original.*

Secretaría Académica

Pabellón III, Ciudad Universitaria.
C1428EGA, CABA. Argentina.

54.11.4789.6386
planificacionarq@fadu.uba.ar
fadu.uba.ar





Modalidad de Enseñanza:

La materia tendrá una modalidad teórico-práctica. El desarrollo de la misma se articulará en base a trabajos prácticos. Los mismos se articularán en base a material teórico obligatorio.

La cursada cuenta con trabajos prácticos, ejercicios previos, esquiços y clases teóricas colgadas, preentregas, entregas, evaluación y devolución.

Los trabajos prácticos apuntan al desarrollo de contenidos acordes a los distintos niveles y problemáticas de diseño.

Los ejercicios previos están diseñados para ejercitar la experimentación y la investigación de nuevas formas de comunicación.

Los esquiços, son ejercicios que se resuelven en el marco del taller, en un tiempo corto, y que tienen como objetivo la desestructuración de modelos preestablecidos. Las clases teóricas dan, no sólo el marco teórico referente a la problemática de diseño a abordar en el trabajo práctico, sino que incentivan la búsqueda de nuevas formas de pensamiento. Las colgadas tienen como objetivo que todos los alumnos puedan ver el trabajo de todos sus compañeros. Docentes y alumnos pueden nivelar, cuestionar, preguntar, proponer.

Las preentregas permiten a los docentes hacer una evaluación más detallada del trabajo de cada alumno y hacer una devolución que permite saber al alumno dónde está parado. Es un corte que permite saber cómo voy y cómo puedo seguir.

Las entregas tienen el objetivo de dar cierre al proceso de diseño y abrir el proceso de evaluación. La devolución es el cierre de todo el proceso de aprendizaje, es el momento en que el docente y el alumno pueden evaluar juntos, sacar conclusiones y abrir posibilidades para los próximos trabajos.

La evaluación en el momento del desarrollo de las actividades está basada en algunos indicadores:

Clases Teóricas – Prácticas:

Etapa no Proyectual:

- Clase General
- Clase Grupal

Etapa Proyectual:

- Exposiciones a cargo de los alumnos
- Estudios de material bibliográfico.
- Elaboración de Proyectos.

Correcciones:

- Crítica de tablero.

Secretaría Académica

Pabellón III, Ciudad Universitaria.
C1428EGA, CABA. Argentina.

54.11.4789.6386
planificacionarq@fadu.uba.ar
fadu.uba.ar





- *Crítica Grupal o Colgada*
- *Crítica por nivel.*

Medios y Recursos:

- *Se prevé la proyección de slides, videos y piezas gráficas junto con la utilización de textos adecuados a temas tratados.*

Incorporación de trabajos de extensión: que permitan trabajar contextos de lecturas y prácticas de sentido, en una práctica real. Producir desde la Universidad en aquellas áreas dónde el mercado no da respuesta devolviendo lo recibido como actores de cambios sociales.

Los trabajos prácticos se realizan bajo la supervisión constante de los profesores, en una interacción que permite que el alumno concrete su proceso de aprendizaje y los miembros de la cátedra evalúen el rendimiento del estudiante y la metodología aplicada, para poder hacer las correcciones necesarias siendo un resultado de un esfuerzo permanentemente concientizado, con posibilidades abiertas de superación y en un clima distendido.

Cada unidad tiene una cantidad de objetivos a resolver o superar, las pautas de evaluación, en consecuencia, son la verificación de que esta dificultad ha sido superada y en qué medida. Habrá objetivos por unidad y objetivos particulares de acuerdo a las características del curso y a la índole de los temas planteados. Los alumnos deben conocer las pautas sobre las cuales van a ser evaluados y tener conciencia de su importancia dentro del proceso.

Cada unidad se desarrollará de la siguiente manera:

- *Apertura: la exposición del tema y los objetivos pretendidos.*
- *Desarrollo: se solicita al alumno el análisis, diseño y armado del material presentado.*
- *Cierre: Presentación y entrega del material, con la supervisión del docente, donde los alumnos expondrán sus conclusiones, permitiendo quizá un debate por la bibliografía consultada, complementando la presentación.*

Los temas a tratar se les proporcionarán una clase antes de ser presentados, para que el alumno, pueda llegar a clase ya con la lectura realizada. El desarrollo temático se apoya en ejemplos de casos particulares. No siendo los únicos temas propuestos los que se presentan en el índice temático. Se expondrán las ideas generales e introductorias de cada uno de los aspectos que permiten contextualizar el fenómeno a estudiar y dejar que el alumno de forma individual o en equipo aporte más información específica al tema de su particular interés, a través de la lectura, la investigación y discusión en clases. En paralelo al desarrollo de los temas reseñados se irán realizando en forma continua tareas de carácter práctico para el cumplimiento de cada trabajo práctico hasta completar cada Unidad.

Modalidad de Evaluación:

Secretaría Académica

Pabellón III, Ciudad Universitaria.
C1428EGA, CABA, Argentina.

54.11.4789.6386
planificacionarq@fadu.uba.ar
fadu.uba.ar





La evaluación general de la cursada toma en cuenta aspectos generales como:

- A- Asistencia del alumno*
- B- Participación en clase (la participación en clase está conformada por dos aspectos: interacción docente / alumno y alumno / alumno). En este último se valora la diferencia que genera el compromiso del alumno en proyectos de otros compañeros mediante la intervención sólo orientativa del docente.*
- C- Entrega de los trabajos en la fecha y horarios pautados.*

La evaluación puntual de cada trabajo práctico toma en cuenta la verificación de los tres niveles semióticos en este orden:

- A- Semántico*
- B- Pragmático*
- C- Sintáctico*

Dado el carácter enteramente proyectual de la materia las correcciones son grupales y por colgada en la primera instancia de cada trabajo y personal en la etapa final.

Los trabajos prácticos serán generados, corregidos y evaluados durante todo el año. En los mismos los estudiantes deberán aplicar los conocimientos impartidos en las clases teórico-prácticas.

Los trabajos prácticos entregados a término -en su carácter de terminados- y su aprobación, darán al alumno la aprobación anual de la materia. Además, se evaluará en las instancias parciales y final los contenidos incorporados por los alumnos durante las clases teóricas y la lectura del material bibliográfico.

Estas notas tienen valor del 1 al 10:

- A- 1 y 2 (desaprobado)*
- B- 3 (desaprobado con reservas)*
- C- 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10 (aprobado)*

La nota de aprobación final anual es 4 (cuatro).

En el proceso de evaluación que participan todos los docentes del nivel para evaluar a cada alumno, sumados los adjuntos y jefes de trabajos prácticos de todos los niveles, esto resguarda al alumno de opiniones únicas. El proceso concluye con la devolución al alumno por parte de su docente de una nota y una evaluación que incluye, desempeño en clase, participación, descubrimiento, procesos personales del alumno e intercambio de la opinión del alumno con respecto a su trabajo, a modo de conclusión. Esto nos permite incluir la evaluación como parte del proceso de aprendizaje de los alumnos.

Todos los trabajos prácticos tanto grupales como individuales serán evaluados valorándose la iniciativa, la curiosidad y los medios utilizados para cumplimentarlos y la capacidad de expresión oral cuando se presenten en el aula.

Secretaría Académica

Pabellón III, Ciudad Universitaria.
C1428EGA, CABA, Argentina.

54.11.4789.6386
planificacionarq@fadu.uba.ar
fadu.uba.ar





UBA, FADU.

Universidad de Buenos Aires Facultad de Arquitectura
Diseño y Urbanismo

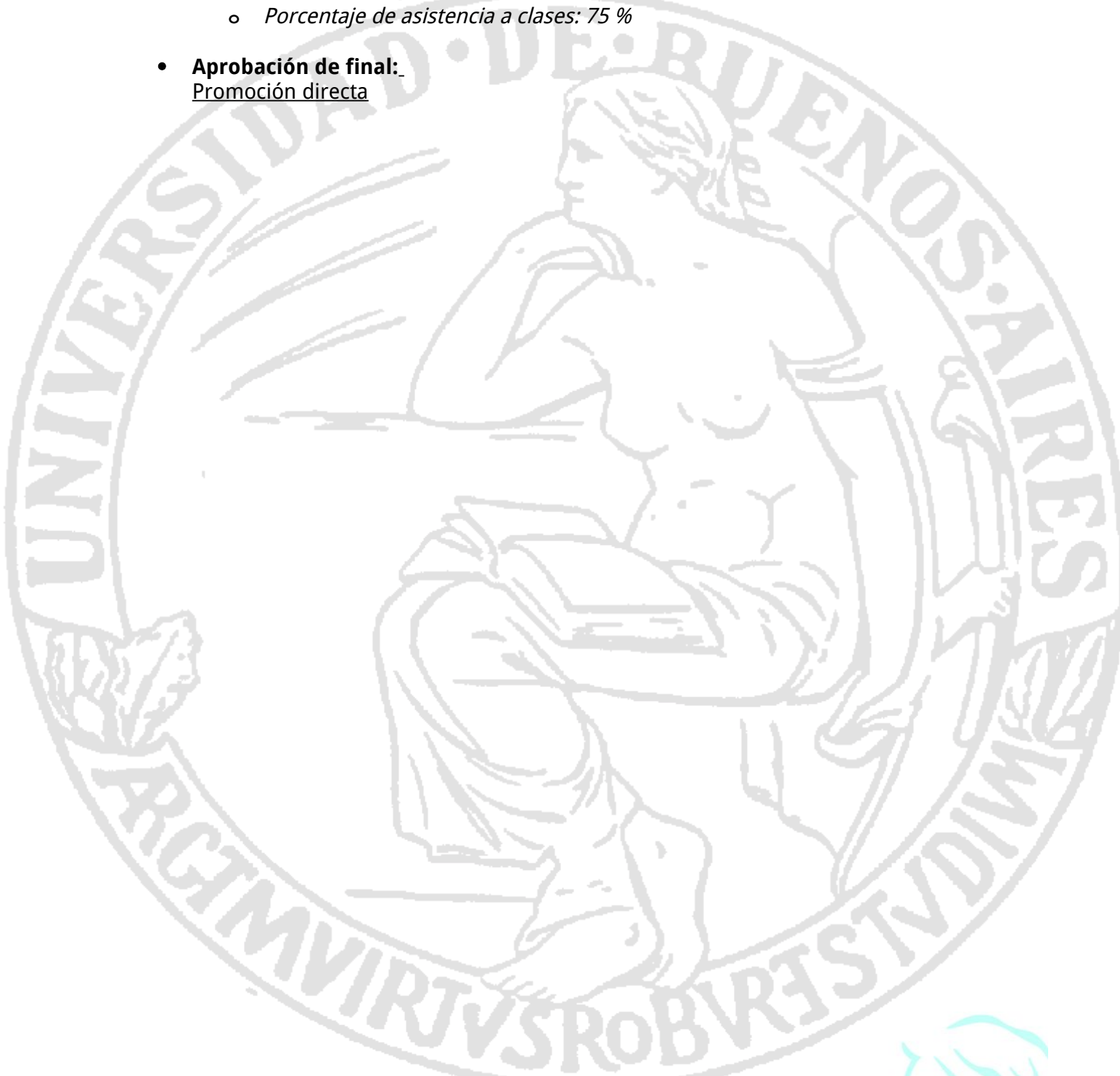
- **Aprobación de cursado:**

Requisitos para PROMOCIONAR la Asignatura

- *Porcentaje de trabajos prácticos presentados: 100%*
- *Porcentaje de trabajos prácticos aprobados: 80 %.*
- *Porcentaje de asistencia a clases: 75 %*

- **Aprobación de final:**

Promoción directa



Secretaría Académica

Pabellón III, Ciudad Universitaria.
C1428EGA, CABA, Argentina.

54.11.4789.6386
planificacionarq@fadu.uba.ar
fadu.uba.ar





Bibliografía:

- Bibliografía Básica:
 1. AICHER, O., "El mundo como proyecto". Editorial Gustavo Gili.
 - a. "Sistemas de signos en la comunicación visual". Martin Crampen.
 2. ARFUCH L., CHAVES N. Y LEDESMA M, "Diseño y comunicación". Editorial Paidós.
 3. BARTHES, R. "Retórica de la imagen".
 4. BONSIPE, G. "Retórica visual y verbal" en *Del objeto a la interfase. Mutaciones del diseño*. Editorial Infinito.
 5. CAIRO, A., "Infografía 2.1 Ensayo sobre el futuro de la visualización de Información", Ed. Alamut. Madrid.
 6. CHAVES, N., "La imagen corporativa".
 7. COLLE, R., "Infografía: tipologías"
 8. DONDIS, D., "La sintaxis de la imagen". Introducción al alfabeto visual.
 9. FRASCARA, J., "Diseño gráfico y comunicación". Editorial Infinito.
 - a. "Definiendo la audiencia".
 10. FILIPPIS, J. Y OTROS, "Glosario de Diseño" - Nobuko
 11. FRUTIGER, A., "Signos, símbolos, marcas, señales". Editorial Gustavo Gili Diseño
 12. GONZÁLEZ RUIZ, G., "Estudio de diseño. Sobre la construcción de las ideas y su aplicación a la realidad". Emecé editores.
 13. KANDINSKY, V., "De lo espiritual en el arte".
 - a. "Punto y línea sobre el plano".
 14. KNIGHT C. Y GLASER J., "Diagramas", Ed. Gustavo Gili
 15. KUPPERS, H., "Fundamento de la teoría de los colores".
 16. LEDESMA, M. "Piquete de ojo".
 17. MEGGS, P., "Historia del Diseño Gráfico". Editorial Trillas.
 18. MÜLLER BROCKMANN, J., "Sistemas de retículas: una manual para diseñadores gráficos". Editorial Gustavo Gili Diseño.
 19. MUNARI, B., "¿Cómo macen los objetos?". Editorial Gustavo Gili Diseño.
 - a. "Diseño y comunicación visual". Editorial Gustavo Gili Diseño.
 20. SATUÉ, E., "Historia del diseño gráfico". Alianza Editorial.
 21. VALERO SANCHO, J.L. (2001) "La Infografía: Técnicas, Análisis y Usos periodísticos". Ed. Aldea Global. Barcelona.
 22. WONG, W., "Fundamentos del diseño bi y tridimensional".
 23. Costa, Joan. *Imagen global. Enciclopedia del Diseño*. Barcelona, 1987.
 - a. "La imagen de marca. Un fenómeno social". Paidós. Barcelona, 2004.
 - b. "Imagen Corporativa en el siglo XXI". Ed. La Crujía. Buenos Aires, 2001.
 24. CAPRIOTTI, PAUL. "La imagen de empresa". Editorial El Ateneo. Barcelona, 1992.
 - a. *Planificación Estratégica de la Imagen Corporativa*. Editorial Ariel. Barcelona, 1999.
- Bibliografía Complementaria:

Secretaría Académica

Pabellón III, Ciudad Universitaria.
C1428EGA, CABA. Argentina.
54.11.4789.6386
planificacionarq@fadu.uba.ar
fadu.uba.ar





1. AIGA, American Institute of Graphic Arts, "Símbolos de señalización". Editorial Gustavo Gili Diseño.
2. ARGAN, G., "El arte moderno". Fernando Torres, editor.
 - a. "Archigraphia."
3. ARHEIM, R., "Arte y percepción visual". Salvat.
 - a. "Art Book". Editorial Pigmalión. Madrid, 1985.
 - b. "Art Directors Index to Ilustration, Graphics and Design."
4. BALLINGER, R., "Layout". New York.
 - a. "Lettering art in modern use".
5. BARTHES, R., "Lo obvio y lo obtuso". Editorial Paidós.
 - a. "Fragmentos de un discurso amoroso". Editorial Siglo XXI.
 - b. "Mitologías".
6. BAYER, H. Y OTROS, "Seven designers look at trademark design".
7. BIESELE, I. G., "Graphic Design International". Creative work of selected colleges of design from twelve countries."
8. BONSIEPE, G., "El diseño de la periferia". Buenos Aires, Municipalidad, Banco de la Ciudad de Buenos Aires, "Sistema de identificación visual". Buenos Aires, 1971.
9. CARTER, D., "Logo International". New York, 1984.
10. COLOMBO, F., "Televisión: la realidad como espectáculo". Editorial Gustavo Gili.
11. DOBROW, L., "When advertising tried harder; the sixties, the golden age of american advertising".
12. DONDIS, D., "El Diseño en España, antecedentes históricos y realidad actual".
 - a. "En torno al video." Editorial Gustavo Gili. Colección Punto y línea. Barcelona.
13. EHMER, H., "Miseria de la comunicación visual". Editorial Gustavo Gili.
14. FLETCHER, A., "Graphic Design".
15. GERSTNER, K., "Diseñar programas". Editorial Gustavo Gili Diseño.
16. GILL, B., "Olvide todas las reglas que le hayan enseñado sobre el diseño gráfico. Incluso las de este libro". Editorial Gustavo Gili Diseño.
17. HARPER, D., "Diseño, obra y uso". Editorial Gustavo Gili Diseño.
18. HERDEG, W., "Archigraphia, architectural and environment graphics".
19. HOFFMANN, A., "Curso de diseño gráfico".
20. HOLSCHEER, E., "Dibujo utilitario en Alemania".
21. HENRION, F., "Topographic design: examples of visual communication by leading graphic designers".
22. HURLBURT, A., "Diseño foto/gráfico". Editorial Gustavo Gili.
23. IGARASHI, TA., "Design for communication, design for environment, design for design". Tokio, 1983.
 - a. "jca Annual, Japan Creators Association."
24. JONES, J., "Métodos de diseño". Editorial Gustavo Gili Diseño.
 - a. "Diseñar el diseño". Editorial Gustavo Gili Diseño.

Secretaría Académica

Pabellón III, Ciudad Universitaria.
C1428EGA, CABA. Argentina.

54.11.4789.6386
planificacionarq@fadu.uba.ar
fadu.uba.ar





25. KANDINSKY, V. Y MARC, F., "El jinete azul". Ediciones Paidós.
26. KINNER, "El diseño gráfico en la arquitectura".
27. LAMBERT, F., "Letter forms. Forme de caracteres. Forme tipografiche."
28. LASEAU, P., "La expresión gráfica para arquitectos y diseñadores". Editorial Gustavo Gili.
29. LAUS, ADGFAD, Agrupación fad de directores de arte, diseñadores gráficos e ilustradores. Barcelona.
30. LEWWIS, J., "Typography: Basic principles. Influences and trends since the 19th century". London, 1963.
 - a. "Lettering art."
31. LOBACH, B., "Diseño industrial. Bases para la configuración de los productos industriales".
32. LLOVET, J., "Ideología y metodología del diseño" Editorial Gustavo Gili.
33. MAGNUS, G., "Manual para dibujantes e ilustradores". Editorial Gustavo Gili.
34. MAYER, M., "Proyectos elementales de proyectación y configuración. Curso básico de la Escuela de Artes Aplicadas de Basilea". Editorial Gustavo Gili.
35. MAC CORMICK, E., "Ergonomía, factores humanos en ingeniería y diseño".
36. MAC LEAN, R., "Manual de tipografía". Editorial Blume.
37. MARMORI, G., "Iconografía femenina y publicidad". Editorial Gustavo Gili.
38. MEGGS, P. Y OTROS, "Typography: form and communication".
39. MORGAN, "Marketing para la pequeña empresa de diseño".
40. MÜLLER BROCKMANN, J., "Gestaltungsprobleme des grafiklers".
41. MURRAY, R., "Manual de técnicas para directores de arte y diseñadores". "Official graphic art in Switzerland."
42. PENINO, G., "Semiótica de la publicidad". Editorial Gustavo Gili.
43. PORTER, T., "Manual de técnicas gráficas para arquitectos, diseñadores y artistas".
44. PRUEITT, M., "Computer Graphics, 118 computer-generated designs".
45. RAND, P., "Thoughts on design".
46. RICARD, A., "Diseño. ¿Por qué?". Editorial Gustavo Gili.
47. ROSELLINI, R., "Un espíritu libre no debe aprender como esclavo". Editorial Gustavo Gili.
48. ROSEN, B., "Type Typography, the designers type book".
49. RUDER, E., "Manual de diseño tipográfico". Editorial Gustavo Gili Diseño.
50. SANDERS, "Manual de producción del diseñador gráfico".
51. SCOTT, R., "Fundamentos del diseño".
52. SCHMITTEL, W., "Corporate design international". Zürich, 1984.
 - a. "Shigeo Fukuda". Tokio, 1979.
53. SONTAG, S., "Sobre la fotografía". Editorial Sudamericana.
 - a. "The Annual of the Fourth Exhibition of the Designers and Art Direction Association."
 - b. "The new graphic art". Suiza, 1959.

Secretaría Académica

Pabellón III, Ciudad Universitaria.
C1428EGA, CABA. Argentina.

54.11.4789.6386
planificacionarq@fadu.uba.ar
fadu.uba.ar





UBA, FADU.

Universidad de Buenos Aires Facultad de Arquitectura
Diseño y Urbanismo

54. WILLIAMS, C., "Los orígenes de la forma".

REVISTAS

55. "Communication Arts."

56. "Eye."

57. "Graphics."

58. "Idea."

59. "Novum."

60. "Print."

61. "Raf."

62. "Ray gun."

63. "Step by step."

64. "Tipo/gráfica."

65. "Wired."



Secretaría Académica

Pabellón III, Ciudad Universitaria.
C1428EGA, CABA, Argentina.

54.11.4789.6386
planificacionarq@fadu.uba.ar
fadu.uba.ar

