



## PROGRAMA ANALÍTICO

### 1. DATOS GENERALES DE LA ACTIVIDAD CURRICULAR

#### ASIGNATURA: Diseño Gráfico III

---

- > Plan de estudios: 2016.
- > Carga horaria total: 196 hs.
- > Carga horaria semanal: 8hs.
- > Duración del dictado: Anual.
- > Turno: Noche.
- > Tipo de promoción: Directa.

#### UBICACIÓN EN EL PLAN DE ESTUDIOS

---

### SEGUNDO AÑO - CICLO DE FORMACIÓN INICIAL

#### 2. OBJETIVOS

- Investigar, experimentar y poner en práctica las particularidades del diseño visual.
- Entender como significantes en el proceso comunicacional la especulación con los lenguajes visuales, los ritmos de lectura, las relaciones entre imagen y texto, y entre objeto y medio.
- Considerar la interacción física y emotiva de la comunicación como componentes del diseño.
- Comprender el rol potencial del consumidor/ lector/usuario como constructor de sentidos y productor activo de contenidos.
- Experimentar con sistemas abiertos.
- Explorar los diálogos entre las tipologías y los soportes visuales haciendo uso de sus propias especificidades.
- Poner en práctica los recursos y procedimientos discursivos que conforman la construcción de la dimensión poética (retórica) en el Diseño.
- Introducir a las nociones de interactividad en medios analógicos y digitales.
- Reflexionar acerca de las condiciones de producción, circulación y apropiación de los contenidos culturales en la era de las hipermediaciones.
- Establecer una aproximación al análisis de las estrategias metodológicas del diseño.

#### 3. CONTENIDOS

##### Unidad Temática 1:

Factores que entran en juego en el diseño visual. Signo; signifiante y significado; denotación y connotación; polisemia de la imagen. Información, simbolización y retórica. Lenguajes visuales. Especulación tipográfica. Estructura visual. Construcción y deconstrucción. Relaciones: texto-imagen, imagen-campo, imagen-objeto. Narración, secuencia y ritmo. Acción e interacción. Diseño y medios. Productores, consumidores y prosumidores. Conceptos de transmedialidad, cultura en red y convergencia digital. Diseño de experiencias. Metodologías del diseño.

##### **Bibliografía Obligatoria**

**Bürdek, Bernhard.** "La metodología clásica del diseño". En: Diseño. Historia, teoría y práctica del diseño industrial (Ed. GG, 1994).

**Jones, John Christopher.** Diseñar el Diseño (pp. 132 a 143) Ed. G.G, Barcelona, 1985.

**Pelta, Raquel.** "Del diseño sin límites a los básicos" (cap. 1) En: Diseñar hoy: temas contemporáneos de diseño gráfico. Buenos Aires, Paidós, 2004.

**Press, Mike y Cooper, Rachel.** "Diseñar la experiencia" En: El diseño como experiencia. El papel del



diseño y los diseñadores en el siglo XXI. GG 2009.

**Didi-Huberman, George.** "Cuando las imágenes tocan lo real".

**El Lissitzky.** "Nuestro libro". En: Fundamentos del Diseño Gráfico. Buenos Aires, Ed. Infinito, 2005.

**Manovich, Lev.** "La vanguardia como software" Departamento de Artes Visuales (Universidad de California), 2002.

**Scolari, Carlos.** "¿Qué son las narrativas transmedia?" y "Cómo se producen las narrativas transmedia".

**En: Narrativas transmedia.** Cuando todos los medios cuentan. Barcelona, Deusto, 2013.

**Shklovski, V.** "El arte como artificio" En: Teoría de la literatura de los formalistas rusos. Tzvetan Todorov. México, Siglo XXI, 1978.

## **Unidad temática 2:**

El lenguaje de la imagen y la mirada cultural. El acto perceptivo. Análisis de las estructuras morfológicas, comunicacionales, históricas y tecnológicas; su interrelación con los productos de diseño vinculados al contexto socio-cultural. Medios y nuevos medios. Media, hipermedia y transmedia. Texto e hipertexto. Link e hiperlink. El carácter interactivo de los medios. Interacción y usuario. Experiencia de usuario. Productores, consumidores y prosumidores. Conceptos de interfaz y media software. Transparencia y opacidad de las interfaces. Metáfora de la interfaz. La metáfora como componente de la comunicación cotidiana. La metáfora como forma de pensamiento. Diseño y edición de soportes impresos y audiovisuales.

## **Bibliografía Obligatoria**

**Lakoff, George y Johson, Mark.** Metáforas de la vida cotidiana (cap. 1 a 10). Cátedra, Madrid, 2009.

**Lizcano, Emmánuel.** "Cómo hacer cosas—y deshacerlas— con metáforas" [Extractos]. En: Metáforas que nos piensan. Sobre ciencia, democracia y otras poderosas ficciones. Ediciones Bajo Cero, 2006.

**Manovich, Lev.** "¿Qué son los nuevos medios?" (cap. 1) y "La interfaz" (cap. 2). En: El lenguaje en los nuevos medios de comunicación: la imagen en la era digital. Buenos Aires, Paidós, 2006.

**Norman, Donald.** "La ciencia del diseño" y "El punto de vista de la máquina". En: El diseño de los objetos del futuro. Paidós, 2010.

**Scolari, Carlos.** Scolari, Carlos. "La interfaz y sus metáforas" [cap. 2]; "Interfaces, gramáticas y contratos de interacción" [cap. 6]. En: Hacer clic. Hacia una sociosemiótica de las interacciones digitales. Gedisa, Barcelona, 2004.

**Scolari, Carlos.** "De los nuevos medios a las hipermediaciones" [cap. 2] y "Economía política de las hipermediaciones: los textos" [cap. 6]. En: Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva. Gedisa, Barcelona, 2008.

## **Unidad Temática 3:**

La información, el diseño de información y el diseño de entornos digitales interactivos. La evolución tecnológica y su incidencia en las comunicaciones contemporáneas. Los nuevos procesos de mediación: del texto al hipertexto. Las competencias comunicativas en contextos mediáticos. Experimentación en nuevas variables de estructuración de mensajes y su incidencia en el contexto social. Diseño de interfaces. Diseño de información en los hipermedios. La dimensión cognoscitiva del diseño. Elementos para el diseño multimedial. Metodología de diseño de entornos digitales para la información, la educación, la investigación y el entretenimiento. Conceptos de usabilidad en contextos digitales. La historicidad e institucionalidad visual de las formas del "diseño de información". La naturalización de las representaciones y las iconografías institucionalizadas.

## **Bibliografía Obligatoria**

**Costa, Joan.** "Información visual y conocimiento" En: La esquemática. Visualizar la Información. Barcelona, Paidós, 1998.

**Levant de Bretteville, Sheila.** "Algunos aspectos del diseño desde la perspectiva de una diseñadora". En: Fundamentos del diseño gráfico. Ed. infinito, 2005.

**Rico, Esteban J. y Gómez, Martín.** "Diseño de información: una disciplina emergente"; "Enfoques, definiciones y perspectivas"; "Imagen, convergencia y expansión comunicativa" En: Estudios críticos sobre diseño de información. Editorial de FFyL-UBA, 2011.

**Scott, Joan W.** "El género: una categoría útil para el análisis histórico". En: El género: la construcción cultural de la diferencia sexual. Lamas, Marta (compiladora). PUEG, México, 1996 (265-302p).

**Wurman, Richard S.** Angustia Informativa. (Selección de capítulos). Prentice Hall Argentina, 2002

## **Unidad Temática 4:**



Sistemas de identidad y comunicación en el mundo contemporáneo. Conceptos sobre la imagen corporativa. La imagen y la gestión de intangibles. Nuevas tendencias en las estrategias de gestión de la imagen institucional y de la imagen corporativa. Elementos portadores de la imagen institucional. Diseño gráfico ambiental y comunicación visual en el espacio tridimensional. El DG en su relación con la arquitectura y el equipamiento. Sistemas gráficos de señalización y diseño de información. Sistemas gráficos complejos: de la tridimensión y el impreso a la interactividad. Análisis de programas visuales. Programas de identidad visual en sistemas de alta complejidad. Manuales de estilo y normativos. Metodologías y estrategias proyectuales. La concepción dialéctica del proceso de diseño. Del sistema global y sus ramificaciones al lenguaje patrón. De los problemas a los objetos. Estrategias de intervención en subsistemas. Estrategias y tácticas. Definiciones y diferenciación de audiencias de comunicación. La planificación estratégica de la imagen institucional. Diferencias entre sistemas de identidad para instituciones públicas y empresas u organizaciones privadas. Metodologías de investigación de campo en equipos interdisciplinarios. Herramientas para la intervención del Diseño en sistemas complejos. Los aportes de la sociología, la etnografía y la antropología.

### **Bibliografía Obligatoria**

- Baur, Ruedi.** "Oriente y orientación". En: Revista Tipográfica no 74, 2006
- Baur, Ruedi.** "El hospital mejora la salud de su señalización". Darcy Christen, entrevista en In Vivo Magazine (2015)
- Bürdek, Bernhard.** "Identidad corporativa". En: Diseño. Historia, teoría y práctica del diseño industrial (Ed. GG, 1994).
- Capriotti, Paul.** Planificación estratégica de la Imagen Corporativa (Ed. IIRP, 1999). Caps. 1 y 10
- Costa, Joan.** "Estrategia". En: La comunicación en acción. Informe sobre la nueva cultura de gestión (Ed. Paidós, 2004).
- Costa, Joan.** "La imagen, objetivo principal" (pp 162 a 166). En: La imagen de marca. Un fenómeno social (Ed. Paidós, 2004)
- Paris Clavel, Gerard.** "El diseño cobra sentido realmente si persigue un objetivo social". En: Revista Tipográfica no 33, 1997
- Quiroga, Ana P.** "Identidad y sujeto situado". En: Crisis, procesos sociales, sujeto y grupo. (Ediciones Cinco, 2005)
- Rand, Paul.** "Logos, banderas y escudos". Publicado por AIGA, 1991
- Alexander, Christopher.** "La ciudad no es un árbol". En: Cuadernos summa-nueva visión, año 1, no9, 1968.
- Fuentes, Rodolfo.** La práctica del diseño gráfico: una metodología creativa. Paidós, 2005
- Guber, Rosana.** "El trabajo de campo como instancia reflexiva del conocimiento". En: El Salvaje Metropolitano (Paidós, Bs. As.)
- Jones, John Christopher.** "Diseñar el diseño", pp 132 a 142. (Ed. GG, 1985)
- Morin, Edgar.** "El diseño y el designio complejos" (pp 39 a 71). En: Introducción al pensamiento complejo (Ed. Gedisa, 2009)
- Munari, Bruno.** "Metodología proyectual" En: Cómo nacen los objetos. (Ed. GG, 1981)

### **Modalidad de Enseñanza:**

La propuesta pedagógica desarrolla tres aspectos fundamentales en la formación del profesional universitario: el aprendizaje, la indagación teórica, la experimentación e investigación sobre el proyecto, tomando como base la responsabilidad social de la tarea que debe desempeñar el diseñador en su contexto social. La estructura de trabajo en los talleres está enfocado hacia problemáticas próximas a la realidad, actividades de extensión y de complejidad creciente según los avances de nivel del curso. El objetivo didáctico es brindar desde la praxis y la teoría estructuras de conocimiento, procesos, metodologías de producción de diseño, estrategias para problemáticas comunicacionales dentro de un espacio pedagógico libre y participativo, en el cual se valora tanto el proceso de aprendizaje del alumno como el resultado de su producción. La valoración de los procesos y resultados tiene la intención de lograr que el alumno desarrolle las competencias necesarias para su desempeño profesional en un mercado laboral altamente competitivo insertando problemáticas y enfoques actualizados, junto a un equipo docente con inserción real en ámbitos de desarrollo profesional, en investigación académica-teórica y reflexión sobre el rol social-cultural de la disciplina

### **Modalidad de Evaluación:**

Promoción directa sin examen final los alumnos que presenten todos los proyectos establecidos, que deberán ser aprobados con una calificación no inferior a 4 (cuatro puntos) de una escala de 1 a 10.