

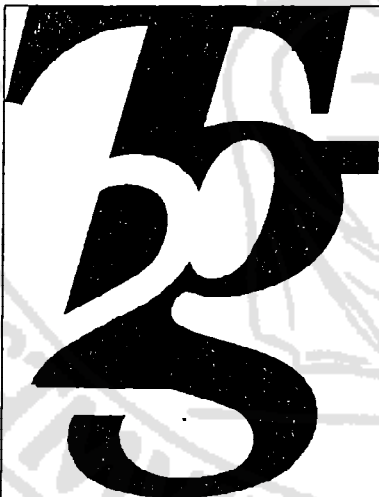


Tipografía 1
Cátedra Jorge Gaitto
Diseño Gráfico
FADU / UBA /

Alumno

Trabajo Práctico

Docente



Tipografía 2
Cátedra Jorge Gaitto
Diseño Gráfico
FADU / UBA /

Alumno

Trabajo Práctico

Docente

TRABAJO PRACTICO N° 1 De la letra al cartel

Objetivos:

- Explorar la morfología de la letra, destacando las partes que la constituyen.
- Generar una pieza gráfica que enfatice los resultados de éste análisis.

Consigna:

Teniendo en cuenta la constitución de la caja tipográfica, seleccionar uno o más signos, pudiendo ser de igual o distinta familia.

Se deberán mencionar aquí sus partes constitutivas.

Presentación:

Se trabajará en hojas formato 30 x 70 cm, apaisado o vertical, de acuerdo a las pautas de diseño.
La técnica a utilizar es libre y acromática.

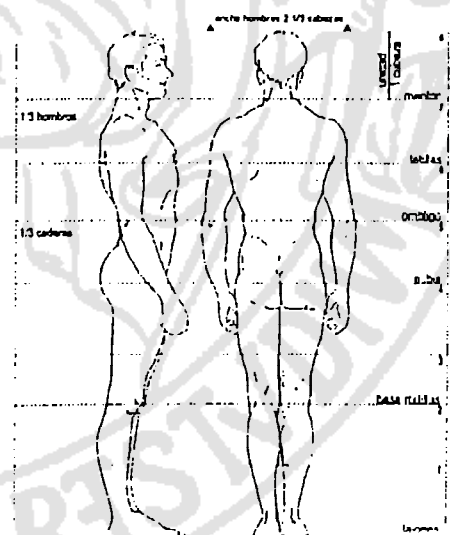
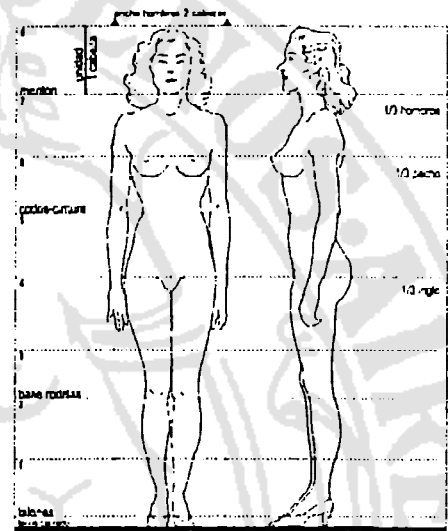
Evaluación:

Serán prioritarios en la evaluación los siguientes parámetros:

1. Conocimientos técnicos.
2. Manejo de formas y puesta en página.
3. Arte final.
4. Cumplimiento del cronograma.

Cronograma:

Realización en clase



Bibliografía

- La tipografía del siglo XX, Blackwell Lewis, Ed. G.G.
El arte de la tipoiconografía, Solomon Martín,
Ed. Art Direction Book Company NY
Diseñando con tipografía I, Carter Rob, Ed. Rotovision
Manual de Tipografía, Ruari Mclean, Ed. Hermann Blume



Universidad de Buenos Aires
Facultad de Arquitectura,
Diseño y Urbanismo
Carrera de Diseño Gráfico

Docentes

Alejandro Firszt - Claudio Zanotti
Andrea Ferraris - Walter Pedulla
Eugenia Carlesi - Patricia Rodríguez Tellis
Paola Aquaro - Fernanda Bonaventura

TRABAJO PRACTICO N° 2.

Máscara tipográfica

Objetivos

- A partir de la observación de los signos tipográficos, agudizar la mirada para detectar sus posibilidades expresivas.
- Poder generar mediante el empleo de varios signos y recursos innovadores, una pieza envolvente que en su uso tendrá carácter tridimensional.
- Resolver con acierto el diseño de una máscara.

Consigna

Teniendo en cuenta la morfología de la letra, seleccionar uno o más signos, de igual o distintas familias tipográficas. Cada signo se puede utilizar por única vez o bien repetirse cuantas veces resulte necesario.

Generar, de acuerdo a los requerimientos de uso y función, una máscara cuyo partido conceptual y gráfico deberá basarse en los carnavales latinoamericanos.

Presentación

El resultado del práctico será una pieza tridimensional, cuyo formato deberá ajustarse a las dimensiones del rostro. La técnica a utilizar es libre. El cromatismo de la misma, pertinente con la temática.

Evaluación

Serán prioritarios en la evaluación los siguientes parámetros:

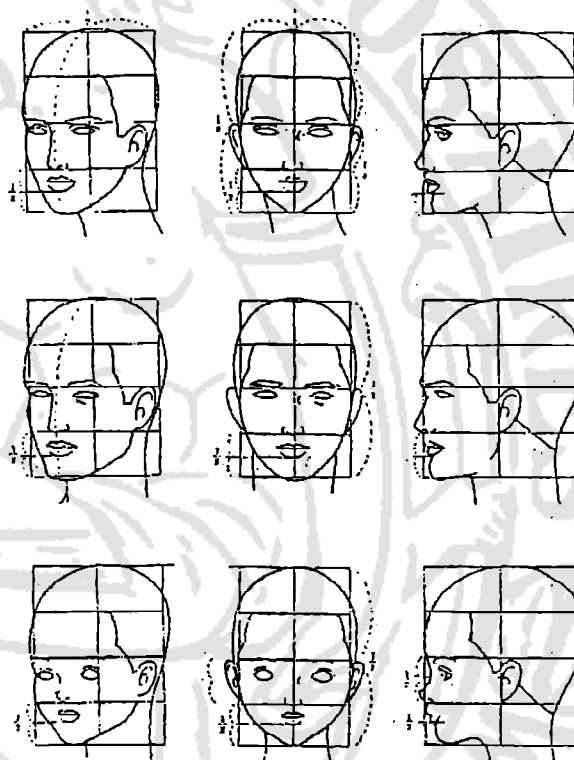
1. Partido conceptual.
2. Manejo de las formas.
3. Funcionamiento de la pieza.
4. Arte final.
5. Cumplimiento del cronograma.

Cronograma

14 hs. Bajada del práctico / Trabajo en clase

16 hs. Pegada.

15 hs. Entrega del trabajo práctico n° 2.





ANEXO TRABAJO PRÁCTICO N° 2.

Carnaval (ital. *carnavale*, de *carnelevale*. alter. *carnelevare*, quitar la carne)

La palabra carnaval está unida etimológicamente a la idea de abstinencia de carne: en sentido estricto, significa el primer día de cuaresma. La época precisa del carnaval está en relación con las prescripciones eclesásticas y precede teóricamente a la cuaresma.

La explosión de alegría y el uso de las máscaras, que son sus manifestaciones esenciales, tenían en sus orígenes un significado muy distinto al de relajamiento y evasión que hoy se les atribuye: la risa y la máscara estaban destinadas ante todo a alejar a los espíritus malignos. La licencia sexual del carnaval derivaba tal vez de antiguos ritos de la fecundidad de la tierra.

Los elementos del carnaval remontan, pues, a creencias muy antiguas, que dieron nacimiento a determinadas ceremonias de época histórica, tales como las fiestas de Dionisio en Grecia y las saturnales y lupercales en Roma. Con la llegada del cristianismo se fue perdiendo la significación simbólica y mágica de estas fiestas.

Bailes de disfraces, comparsas, desfiles de vistosas carrozas y banquetes caracterizan normalmente estas fiestas.

Lo que el carnaval urbano ha conservado de sus antecesoras primitivas es sobre todo la máscara.

Carnavales latinoamericanos

El carnaval se celebra durante los tres días llamados *carneestolendas*, que preceden al *Miércoles de Ceniza*; comienzo de la *Cuaresma* en el calendario cristiano. El primer día del carnaval difiere de un país a otro.

Carnaval del Diablo, Argentina. En la puna, el carnaval se inicia con el desentierro del diablo carnavalesco y termina ocho días después, cuando lo entierran. Durante esos nueve días el diablo reina en la vida de los puneños; trae alegría, baile, bebida y desenfreno. El sentido del carnaval es la transfiguración, la metamorfosis de todas las costumbres, la inversión de los valores, la traslación del poder de Dios al diablo.

Carnaval de Barranquilla, Colombia. El día más importante es el sábado, con la Batalla de Flores, un desfile que llega a tener varios kilómetros de longitud, y en el que los participantes se disfrazan de personajes de inspiración africana (como los congos), de animales (como la gallina, el torito, la culebra) o de seres fantásticos (como la Mari-monda). Es tradición arrojar harina a los espectadores que observan el desfile.

Carnaval de Oruro, Bolivia. También conocida como la Diablada, porque muchos de los personajes que participan en sus desfiles representan a diablos.

Comienza con la Entrada, un desfile encabezado por el personaje del arcángel San Miguel, vestido con ropas brillantes. Detrás vienen los dos diablos más famosos, con un cohorte de osos y cóndores. El diablo principal, Lucifer, viste el traje más extravagante y va acompañado de Supay, la diosa andina del mal.

La leyenda relata la aparición de la Virgen María a un ladrón en la mina llamada desde entonces Socavón de la Virgen como el origen de esta festividad. La mayoría de las danzas representan combates entre el bien y el mal, con el triunfo eterno del primero; historias de pastores en llamas; el contacto entre la cultura inca y españoles; o las penas de los esclavos negros.

Carnaval de Río de Janeiro, Brasil. Es un verdadero signo de identidad brasileña. Muy formalista —vigilancia policial, escuelas de samba especializadas, turismo y consumo— la fiesta actual se caracteriza por la suntuosidad de los disfraces y por una música con mucho ritmo. El placer sensual se celebra intensamente y el culto al cuerpo ocupa un lugar primordial en la ceremonia.

Carnaval de Salvador, Bahía, Brasil. Los *blocos*, asociaciones puestas bajo la advocación de un espíritu yoruba originario de Benín, son la base del Carnaval. Desfilan al son de las batucadas, orquestas compuestas sólo por percusionistas. Las calles se llenan de *trios eléctricos*, grupos que actúan encima de camiones acondicionados con espectaculares equipos de sonido, que tocan sin parar durante tres días y tres noches. La fiesta es esencialmente callejera.

Carnaval de Veracruz, México. El primer día se quema al *pelele* Mal Humor, y en el último se procede al entierro de Juan Carnaval. El ambiente festivo inunda las calles. La música de marihuana, arpa y guitarra es la base de la música popular.

Máscara (probabl. del ár. *masjara*, bufón)

La máscara es una pieza de madera, cartón, tela, etc., modelada en forma de rostro humano o de animal, con la que se cubre la cara parcial o totalmente.

Las máscaras pueden cubrir la cara, la cabeza entera o la cabeza y los hombros y, en ocasiones, forman parte de un disfraz. Varían mucho en cuanto a su realismo y abstracción. Cada máscara es un símbolo, con un mito y una historia propias.

Bibliografía:

Gran Enciclopedia Larousse, Tomos 4 y 13

Encarta

Revista Viva, febrero 1999



Universidad de Buenos Aires
Facultad de Arquitectura,
Diseño y Urbanismo.
Carrera de Diseño Gráfico

J.T.P. Andrea Ferraris

Docentes Alejandro Firszt - Claudio Zanotti
Eugenia Carlesi - Patricia Rodríguez Telis
Paola Aquaro - Fernanda Bonaventura
Walter Pedulla

TRABAJO PRACTICO N° 3.

Monograma

Objetivos:

- Generar una observación particular de los signos tipográficos, de sus ligaduras y enlaces.
- Utilización de monogramas como alternativa gráfica de imagen de identidad.

Consigna:

Generar un monograma que represente a un solista o grupo musical de origen latinoamericano.

Teniendo en cuenta las raíces tipográficas y el orden estilístico de las mismas, seleccionar los signos necesarios para la generación de una imagen sólida que identifique la carga conceptual del grupo. Se podrán utilizar diversas raíces y operaciones de simetría que potencien el mensaje.

Presentación:

Se realizará en hojas formato A4.

- Original blanco y negro
- Original color
- Original color sobre fondo negro 50%
- Original color sobre fondo negro 100%
- Negativo blanco y negro
- Reducciones sucesivas (color y blanco y negro)
- Familias tipográficas, fuentes completas y modificaciones efectuadas.
- Partido conceptual (5 líneas)
- Implementación del monograma en una pieza a elección.

Parámetros de evaluación:

1. Manejo de las formas, familias y raíces
2. Carácter comunicacional del signo
3. Arte final
4. Cumplimiento del cronograma

Cronograma:

15 hs. Bajada del práctico / Trabajo en clase
17 hs. Pegada

14 hs. Pegada
15 hs. Trabajo en clase
15 hs. Correcciones

hasta 15 hs. Entrega

El monograma es un signo compuesto por dos caracteres (en el caso de más letras se define como "sigla") relacionados entre sí de manera singular.

Desde sus orígenes, que van hasta la antigua Grecia, el monograma aparece como firma, como símbolo de propiedad o como marca de identificación sobre productos manufacturados o mercaderías.

Independientemente de este fin, la idea de unir entre ellas a las letras, encontrando aproximaciones y superposiciones particulares, se desarrolla con soluciones bastante originales.

El monograma del primer período cristiano y sucesivamente aquellos de la época de Carlomagno demuestran también en su simplicidad una gran habilidad compositiva: a veces son aún las letras de un nombre completo que se unen para formar geometrías abstractas.

El monograma sigue la misma evolución sufrida por la forma de los caracteres: diferentes estilos y diversas aplicaciones lo caracterizan en los varios períodos históricos.

El monograma no nace de la trivial vecindad de algunas letras, sino más bien de la búsqueda de superposiciones y enlazamientos originales entre ellas para obtener una forma que no sea transparente. En efecto, la lectura del signo definitivo, en cuanto a imagen, fuerte no memorizada, no debe agotarse en la simple observación sino que debe estimular un proceso de interpretación; por tal razón las letras que componen el monograma, elaboradas a fin de aumentar el impacto visual del conjunto no se enlazan fácilmente sino que más bien intuyen el contexto del diseño en su totalidad.



Carlomagno
monograma personal



Albert DÜRER
monograma personal

Bibliografía:

Tipografía estudios e investigaciones, Antonio e Ivana Tubaro;
Universidad de Palermo / Librería Técnica CP 67, 1994
El diseño gráfico, Enric Satue; Alianza Editorial, 1988



Universidad de Buenos Aires
Facultad de Arquitectura,
Diseño y Urbanismo.
Carrera de Diseño Gráfico

J.T.P. Andrea Ferraris

Docentes Alejandro Firszt - Claudio Zanotti
Eugenia Carlesi - Patricia Rodríguez Tellis
Paola Aquaro - Fernanda Bonaventura
Walter Pedulla

TRABAJO PRACTICO N° 4. Cambio de rubro

Objetivos:

- A partir de la observación detenida de los signos tipográficos, agudizar la mirada para detectar sus posibilidades expresivas más allá de los códigos lingüísticos.
- Poder generar a partir de la estructura morfológica de la palabra, la representación de uno o más mensajes comunicacionales, sin alterar la lectura.
- Poner en juego los conocimientos retóricos, semánticos y sintácticos para la resolución de una problemática asentada pura y exclusivamente en el repertorio tipográfico.
- Resolver mediante recursos innovadores, la transmisión de ideas, más allá de los valores marketineros de una marca o producto.

Consigna:

A cada alumno se le asignará un logotipo determinado. Deberá registrarlo gráficamente para poder analizar su estructura morfológica. Tendrá que detectar la idea comunicacional de la marca a partir de la relación de esta y el producto o la empresa emisora, analizar sus posibles mensajes, tipografías, enlaces, valores, cromas, niveles de lectura, etc. En una segunda instancia deberá reformular la propuesta, teniendo en cuenta que el nombre del producto o empresa ahora pertenecen a otro rubro (también asignado) y sobre el cual tendrá que operar en consecuencia.

Se indagará gráficamente acerca de la competencia en el mercado y formular una nueva resolución partiendo de un programa de diseño.

A partir de una nueva propuesta a nivel sintáctico-semántico, el alumno deberá presentarlo sin alterar la lectura ni el nombre asignado.

En todos los casos se trabajará exclusivamente con tipografía, no pudiéndose utilizar íconos de ninguna clase.

Presentación:

Se realizará en hojas formato A4, sobre soporte rígido.

El logotipo estará contenido en un campo máximo de 22 x 15 cm, tomándose una de estas dos dimensiones como fija (para el ancho o la altura indistintamente), obteniéndose la segunda dimensión en forma proporcional. El logotipo se centrará en la lámina.

1. Marca actual color y blanco y negro
2. Logotipo según nuevo rubro:
- 2.1. Versión blanco y negro

- 2.2. Negativo blanco y negro.
- 2.3. Reducciones blanco y negro con pie de marca
- 2.4. Versión color
- 2.5. Versión color con pie de marca
- 2.6. Reducciones color
3. Grilla estructural
4. Partido gráfico (5 líneas)

Parámetros de evaluación:

1. Agudeza de la mirada
2. Manejo de recursos retóricos
3. Precisión
4. Arte final
5. Cumplimiento del cronograma

Cronograma:

15 hs. Bajada del práctico	14 hs. Pegada
14 hs. Pegada	15 hs. Trabajo en clase
15 hs. Trabajo en clase	16 hs. Correcciones
16 hs. Correcciones	hasta 15 hs. Entrega

MOTHER

Lubalin

Bibliografía:

Imagen Global, Joan Costa
La Imagen Corporativa, Norberto Chaves
Marcas, Símbolos, Signos y Señales, Frutiger



Universidad de Buenos Aires
Facultad de Arquitectura,
Diseño y Urbanismo.
Carrera de Diseño Gráfico

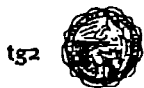
J.T.P. Andrea Ferraris

Docentes Alejandro Firszt - Claudio Zanotti
Eugenia Carlesi - Patricia Rodríguez Telis
Paola Aquaro - Fernanda Bonaventura
Walter Pedulla

ANEXO TRABAJO PRACTICO N° 4.

Lista Marcas | Rubros

- Ayudín	Gel íntimo masculino
- Milka	Leche laxante
- Pierre Cardín	Tapos de piso
- Carefree	Salchichas de viena
- Vienísima	Toallas íntimas femeninas
- Poligram	Café instantáneo
- Hortal	Pasta dental
- Ceramicol	Telefonía celular
- Prime	Pri-Me (Primero los menores) Organismo por la salud infantil
- Banelco	Asociación de lucha contra el alcoholismo
- Adidas	Cigarrillos rubios con filtro
- Quilmes	Leche descremada
- Loma Negra	Agua mineral sin gas
- Villavicencio	Fábrica de clavos sin cabeza
- Chevallier	Cementerio privado
- Avon	Grifería y sanitarios
- Good Mark	Insecticida para insectos voladores
- Taragui	Relojes de precisión
- Kasfruit	Guitarras eléctricas
- Bayer	Líneas aéreas
- Rotring	Peluquería unisex
- La Serenísima	Preservativos masculinos
- Topper	Quesos untables
- Marlboro	Sal de frutas
- Hendy	Cadena de video porno
- Bardall	Pimienta en granos
- Blockbuster	Dulce de leche
- Nobleza Gaucha	Perfume masculino
- Austral	Antifebril en supositorios
- Kosiuko	Yerba mate
- Resero	Ropa interior femenina
- Caro Cuore	Embutidos y chacinados
- Gatorade	Papel higiénico
- Citizen	Fósforos de madera
- Olivetti	Pinturas al agua
- Cabal	Clínica psiquiátrica
- Particulares	Grageas para la tos
- Wrangler	Desodorante para inodoros
- Billiken	Canal de películas condicionadas
- Clarín	Vehículo 4 x 4
- Ave Porco	Pañales descartables
- Chemea	Diuréticos adelgazantes
- Fanacoa	Cola vinílica
- Telekino	Alimento para perros



Universidad de Buenos Aires
Facultad de Arquitectura,
Diseño y Urbanismo.
Carrera de Diseño Gráfico

Profesor Titular Jorge Gaitto

Prof. Adjunto Nivel 2 Carlos del Río

J.T.P. Andrea Ferraris

Docentes Alejandro Firszt - Claudio Zanotti
Eugenia Carlesi - Patricia Rodríguez Telis
Paola Aquaro - Fernanda Bonaventura
Walter Pedulla

Trabajo Práctico Nro. 5 El Tren Fantasma: Audio

Objetivos:

A partir del sonido de la palabra generar una transformación expresiva dentro del campo gráfico.
Expresar desde recursos tipográficos la entonación, el ritmo, la acentuación, el clima, etc. generados desde lo auditivo.

Consigna:

A cada alumno le será asignado el audio de un texto, al que deberá darle forma gráfica a partir de lo sensorial, tomando como instrumento las posibilidades que brindan los recursos tipográficos.

Se trabajará con el signo tipográfico, la palabra, el texto, el campo gráfico y la puesta en página, donde todos y cada uno de los componentes estarán al servicio de la recreación del clima generado en el audio original.

Presentación:

Se presentará una única pieza gráfica formato A3, vertical u horizontal. De acuerdo a las pautas de diseño propias.

Se trabajará en dos versiones: Color y Blanco y Negro montados sobre soporte rígido.

Pautas de evaluación:

1. Articulación de las formas, familias y raíces.
2. Manejo de recursos retóricos.
3. Carácter comunicacional de la pieza.
4. Arte Final.
5. Cumplimiento del cromograma.

Cronograma:

Bajada del práctico / Trabajo de Taller

Pre-entrega

Entrega. Hasta las 15hs.

Cierre del cuatrimestre - Debate.

Una Breve Historia

No sabemos con total seguridad, que la historia sea así, pero ahí vamos...

A finales de la década de los '70 en alguna FM porteña sale al aire "El tren Fantasma", este maravilloso programa de radio, en el cual podíamos escuchar la vanguardia musical de todos los tiempos. Su imagen, si digo bien su imagen, en cierto modo dio origen a la radio moderna en la Argentina.

Conducido por Omar Cerauolo y producido por Daniel Morano (Este último cantante y guitarrista de Alphonso se entregó). El programa radial se instala gracias a su participación en los '80 en FM del Plata; ahora sumándose Anibal García (Baterista de Alphonso se entregó) al mando de la musicalización.

Al finalizar su ciclo en Radio del Plata y tras un tiempo sin emisión reaparece en la Rock & Pop en la década del '90. Saliendo al aire durante distintos periodos.

Las cortinas que nos van a deleitar corresponden a su última aparición del año '98. Tomadas del programa inicial del ciclo que fue emitido desde el mes de agosto, los días sábados en el horario de 21 a 24 hs.

Deja el aire nuevamente en una fecha incierta, extraviado en el éter sin señales acústicas pero con la más fuerte imagen que un programa radial haya podido comunicar.

Audios:

1. Trata por favor de ser un poco más específico
2. Cada vez más cerca
3. El tiburón sedoso
4. Letrero Submarino
5. Casi 7 horas
6. Urgida por la fatalidad
7. El pecho afuera
8. Seremos Ricos
9. Que no tiene fin
10. Envoltura de plástico



Universidad de Buenos Aires
Facultad de Arquitectura,
Diseño y Urbanismo.
Carrera de Diseño Gráfico

Profesor Titular Jorge Gaitto

Prof. Adjunto Nivel 2 Carlos del Río

J.T.P. Andrea Ferrarís

Docentes Alejandro Firszt - Claudio Zanotti
Eugenia Carlesi - Patricia Rodríguez Telis
Paola Aquaro - Fernanda Bonaventura
Walter Pedulla

Diseño y Música

El ritmo es un atributo esencial de todas las artes.

Es la fuerza en movimiento que conecta los elementos de una composición. En tanto, el principio de la transición está basado en mantener el circuito de lectura secuencial, mediante un cambio gradual.

Ritmo es el latido del flujo de lectura. Cada latido indica un nivel de lectura, un paso gradual de un elemento a otro.

En música, el ritmo es creado por variables de sonidos (agudos, graves....) y el tiempo en que se suceden. Aunque diferentes instrumentos pueden emitir distintas notas, con cierta variación. El compositor articula los diferentes ritmos, dentro del todo de la obra musical. El diseñador puede emplear diferentes ritmos simultáneamente, aplicando, en tipografía, diversos trazos, variables de las letras y formas individuales.

Cada letra ofrece según su configuración, cierta velocidad y cadencia; que le otorgan identidad y un rol específico en la estructura total. (sinergia compositiva.)

"Cuando veo una función musical, los movimientos del conductor de la batuta parecen crear un diseño musical; las notas se parecen a las letras y sus variables."

Un diseñador orquesta, es decir dirige todos los elementos, haciendo uso de variaciones rítmicas. Si un elemento de la composición no cumple una función determinada, no acompaña, ni aporta algo; es equivalente a una nota que desentona o está fuera de lugar en un concierto. Entonces el "todo compositivo" entra en peligro.

Es difícil ejecutar un instrumento sin saber las notas musicales.

FICHA TÉCNICA: FUENTES: Meta plus bold 10p, Meta plus normal caps 8p, Lunatik light 8/11, Lunatik bold 8/11

BIBLIOGRAFÍA:

EL ARTE DE LA TIPOICONOGRAFÍA

MARTIN SOLOMON

WATSON-GRUPTILL PUBLICATIONS - NEW YORK



Universidad de Buenos Aires
Facultad de Arquitectura,
Diseño y Urbanismo
Carrera de Diseño Gráfico

Profesor Titular Jorge Gaitto

Prof. Adjunto Nivel 2 Carlos del Río

J.T.P. Andrea Ferraris

Docentes Alejandro Firszt - Claudio Zanotti
Eugenia Carlesi - Patricia Rodríguez Tellis
Paola Aquaro - Fernanda Bonaventura
Walter Pedulla

TRABAJO PRÁCTICO N° 6. Mancha/Escala de grises Etapa 1

Objetivos

- Explorar la mancha de una página a través de los distintos valores de grises y negro.
- Generar la configuración de la misma de acuerdo a distintas leyes: armonía, equilibrio, equilibrio dinámico, etc.

Consignas

A partir de seis casos dados, seleccionar uno con el cual trabajar.

El ejercicio consiste en aplicar en los distintos recuadros del caso elegido un valor determinado, quedando el fondo en blanco.

Se aplicará por lo menos una vez el negro, y no menos de tres valores de grises, pudiéndose repetir cualquiera de éstos.

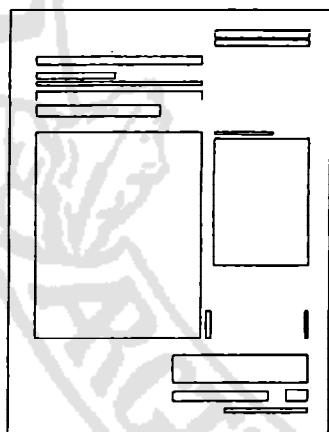
Presentación

Se trabajará en hojas formato A4.
La técnica a utilizar es libre.

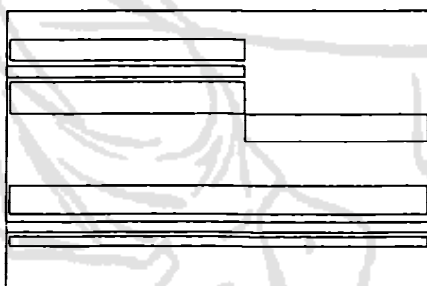
Evaluación

Serán prioritarios en la evaluación los siguientes parámetros:

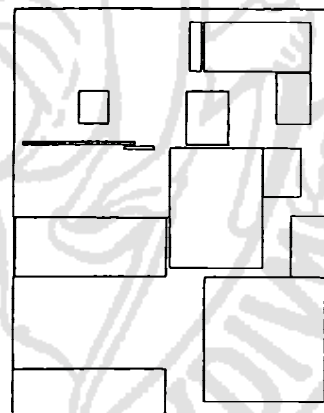
1. Investigación de la mancha en la página.
2. Manejo de las leyes de configuración.
3. Presentación.



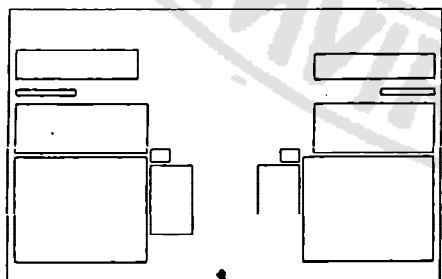
1



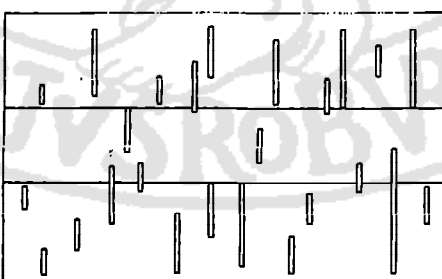
2



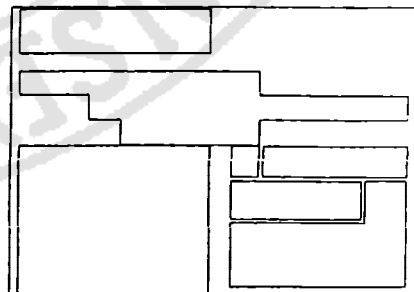
3



4



5



6

Los seis diagramas presentes en la página son los que se utilizarán en el desarrollo del T.P. 6.

Fueron extraídos de trabajos de distintos diseñadores del siglo XX.



Profesor Titular Jorge Gaitto

Prof. Adjunto Nivel 2 Carlos del Río

J.T.P. Andrea Ferraris

Universidad de Buenos Aires
Facultad de Arquitectura,
Diseño y Urbanismo.
Carrera de Diseño Gráfico

Docentes Alejandro Firszt - Claudio Zanotti
Eugenia Carlesi - Patricia Rodríguez Telis
Paola Aquaro - Fernanda Bonaventura
Walter Pedulla

TRABAJO PRACTICO Nº 7. Concurso de Logotipo

Objetivos:

- A partir de la observación detenida de los signos tipográficos, agudizar la mirada para destacar sus posibilidades expresivas.
- Generar a partir de la estructura morfológica de la palabra, la representación de uno o más mensajes.
- Poner en juego los conocimientos retóricos, semánticos y sintácticos para la resolución de una problemática asentada pura y exclusivamente en el repertorio tipográfico.
- Dotar de identidad a una publicación universitaria.

Consigna:

El logotipo a diseñar será utilizado para la publicación generada por la Cátedra. El mismo deberá contener como signo verbal de primer orden PUNTO G.

Será concebido como el signo generatriz de un sistema más amplio, lo que implica que deberá permitir una apertura para el diseño de distintas piezas de comunicación.

El logotipo estará acompañado por el nomenclador COMUNICACION TIPOGRAFICA UNIVERSITARIA.

Se acompañará con la propuesta una resolución con características de monograma, que contemple su utilización en piezas de tamaño reducido.

En todos los casos se trabajará exclusivamente con tipografía, no pudiéndose utilizar íconos de ninguna clase. Es válido el uso de misceláneas.

Para la versión color se utilizarán como máximo dos tintas planas.

Presentación:

El logotipo se presentará en soporte 35 x 50 cm, en su versión blanco y negro positivo con nomenclador de 1º orden.

Luego, en hojas formato A4.

- Versión color
- Versión negativo blanco y negro
- Versión color sobre fondo negro 50%
- Reducciones sucesivas (color y blanco y negro)
- Familias tipográficas, fuentes completas y modificaciones efectuadas.
- Grilla estructural
- Partido gráfico (5 líneas)
- Los archivos correspondientes en un disco 3 1/2 en formato .ai

Parámetros de evaluación:

1. Agudeza de la mirada
2. Estudio y reconocimiento de las cualidades expresivas de los signos
3. Manejo de los recursos retóricos
4. Legibilidad, memorabilidad, conducta pregnante
5. Arte final
6. Cumplimiento del cronograma

Cronograma:

15 hs. *Bojada del práctico*

14 hs. *Pegada*

15 hs. *Trabajo en clase*

16 hs. *Correcciones*

14 hs. *Pegada*

15 hs. *Trabajo en clase*

16 hs. *Correcciones*

hasta 15 hs. *Entrega*

15 hs. *Concurso*

Jurado:

El jurado estará compuesto por Jorge Gaitto, Carlos del Río, Andrea Ferraris, Alejandro Firszt, Claudio Zanotti, Eugenia Carlesi, Patricia Rodríguez Telis, Paola Aquaro, Fernanda Bonaventura, Walter Pedulla y la totalidad de los alumnos del nivel 2 de la Cátedra Gaitto.

Premio:

Luego de una preselección de los trabajos destacados, se realizará la elección del ganador del concurso.

El trabajo seleccionado será implementado por la cátedra para la publicación correspondiente



Universidad de Buenos Aires
Facultad de Arquitectura,
Diseño y Urbanismo.
Carrera de Diseño Gráfico

J.T.P. Andrea Ferraris

Docentes Alejandro Firszt - Claudio Zanotti
Eugenia Carlesi - Patricia Rodríguez Telis
Paola Aquaro - Fernanda Bonaventura
Walter Pedulla

TRABAJO PRACTICO N° 8. Publicación Punto G

Objetivos:

- Ejercitar la resolución de problemas de diseño editorial de cierta complejidad.
- Resolver con acierto los requerimientos particulares de uso y función de una pieza de diseño editorial.
- Poner en manifiesto el protagonismo de los signos tipográficos tanto en su función lingüística como en su función icónica o morfológica.
- Dotar de identidad a una publicación universitaria.

Consigna:

Dentro de los requerimientos de diseño, se deberá desarrollar una publicación de 8 páginas más tapas. Su interior estará compuesto por 5 secciones:

1. Editorial
2. La fuente
3. El laboratorio
4. Los monstruos sagrados
5. Identidad

Se prevee la incorporación de staff y sumario a modo de información permanente.

Los textos correspondientes a cada sección serán brindados por la Cátedra. Asimismo serán provistas las imágenes en archivos que cada alumno seleccionará según sus pautas de diseño.

Presentación:

Se presentará la maqueta de la publicación completa, en formato de pliego A3 vertical o apaisado, de acuerdo a los requerimientos del diseño.

Se trabajará el interior a una tinta, y con dos la tapa y contratapa (de acuerdo a los colores del logotipo).

Además la entrega deberá ser acompañada por el pliego continuo de la pieza en formato A2.

Parámetros de evaluación:

1. Agudeza de la mirada
2. Desarrollo del programa de identidad editorial
3. Definición de estilo
4. Proceso de diseño
5. Arte final
6. Cumplimiento del cronograma

Cronograma:

14 hs. Bajada del práctico

15 hs. Teórica

14 hs. Correcciones

16 hs. Teórica

14 hs. Correcciones

16 hs. Trabajo en clase

14 hs. Correcciones

16 hs. Trabajo en clase

14 hs. Pre entrega

hasta 15 hs. Entrega



Universidad de Buenos Aires
Facultad de Arquitectura,
Diseño y Urbanismo.
Carrera de Diseño Gráfico

J.T.P. Andrea Ferraris

Docentes Alejandro Firszt - Claudio Zanotti
Eugenia Carlesi - Patricia Rodríguez Telis
Paola Aquaro - Fernanda Bonaventura
Walter Pedulla

TRABAJO PRACTICO N° 9. Insert Punto G digital.

Objetivos:

- Resolver problemas de diseño editorial de complejidad mayor.
- Avanzar en el concepto de sistema de comunicación visual a partir de piezas de diseño editorial.
- Manejar con cierta ductilidad las nuevas tecnologías.
- Análisis, estudio y uso de las nuevas fuentes tipográficas digitales.
- Poner de manifiesto recursos de diseño objetual para que actúen al servicio de la comunicación editorial.

Consigna:

Cada alumno deberá resolver la incorporación de un insert a la publicación Punto G.
Se diseñará la gráfica del objeto CD Rom, que le es propia y los posibles soportes de comunicación derivados del packaging presentado. El CD Rom contendrá como mínimo dos fuentes diseñadas especialmente para el uso digital.
Tanto las fuentes como los datos de autor se desprenderán de un trabajo de investigación que deberán encarar los alumnos a fin de incorporarlas a la publicación.
El diseño resolverá las cuestiones propias de sujeción, resguardo, cuidado, soporte, contenedor-contenido y acompañará el estilo, el espíritu y la estética de la publicación madre.

Presentación:

El insert se presentará a modo de maqueta 1:1 dentro de uno de los ejemplares de la publicación, cuidando la presentación y el arte final, como así también la producción objetual y gráfica.
Tanto el CD Rom, como su packaging deberán contener las fuentes requeridas en el apartado consignas. Las técnicas a utilizar son libres y responderán a los criterios y pautas de diseño que cada alumno considere conveniente.
Se adjuntará además la grilla correspondiente a la pieza.

Parámetros de evaluación:

1. Unidad gráfica y de estilo
2. Pertinencia del diseño presentado
3. Proceso de diseño
4. Innovación en la propuesta
5. Arte final
6. Cumplimiento del cronograma

Cronograma:

15 hs. Bajada del práctico

14 hs. Correcciones

16 hs. Trabajo en clase

14 hs. Correcciones

16 hs. Trabajo en clase

14 hs. Última corrección

16 hs. Trabajo en clase

hasta 15 hs. Entrega final

14 hs. Firma de libretas



Universidad de Buenos Aires FADU/DG Tipografía 1 Cátedra Galtto

Fuentes tipográficas

Baskerville John Baskerville, 1757
Garamond Claude Garamond, 1532
Caslon William Caslon, 1725
Sabon Jan Tschichold, 1966
Galliard Mathew Carter, 1972
Times Stanley Morison, 1931
Bernhard Modern Lucien Bernhard, 1931
Tiffany Ed Benguiat, 1974
Benguiat Ed Benguiat, 1977
Officina Erik Spiekermann, 1990
Goudy Frederic Goudy, 1925
Bodoni Giambattista Bodoni, 1790
OCR Adrian Frutiger, 1968
Memphis Rudolf Weiss, 1929
American Typewriter Joel Kaden & Tony Stan, 1974
Meta Erik Spiekermann, 1991
Eurostyle Aldo Novarese, 1962
Avant Garde Herb Lubalin, 1970
Univers Adrian Frutiger, 1957
Helvética Max Miedinger, 1957
Gill Sans Eric Gill, 1928
Optima Hermann Zapf, 1958
Futura Paul Renner, 1927
Kabel Rudolf Koch, 1927
News Gothic Morris Fuller Benton, 1908
Peignot Andre Cassandre, 1937
Palatino Hermann Zapf, 1952
Rotis Otl Aicher, 1989
Industria Neville Brody, 1990
Cooper Oz Cooper, 1926
Universal/Stencil H. Bayer/ Albers, 1925/26
Clarendon Robert Besley, 1845
Dogma Zuzana Licko, 1994
Variex Zuzana Licko & Rudy VanderLans, 1988
Trajan Carol Twombly, 1989
Oakland Zuzana Licko, 1985
Dead History Peter Scott Makela, 1990
Template Barry Deck, 1990
Matrix Zuzana Licko, 1986
Exocet Jonathan Barnbrook, 1994



Imagen TV

Género: Infantil

Garabatos. *Series y dibujos animados*
Colores. *Entretenimiento y dibujos animados*
Crayón. *Películas, series y dibujos animados*
Veo Veo. *Juegos*
Burbujas. *Entretenimientos y dibujos animados*
Recreo. *Juegos y competencias*

Género: Música

El plomo. *Rock variado*
Sampler. *Electrónica*
Disco Disco. *Dance y soul*
Dos x Cuatro. *Tango y milonga*
Orquesta. *Clásica*
DJ tv. *Especial para disc jockeys*

Género: Deportes

Ovación. *Fútbol*
Tercer tiempo. *Rugby*
Arena. *Deportes en general*
Punto a punto. *Fútbol de ascenso*
Sport tv. *Deportes en general*
Trofeos y condolencias. *Humorístico deportivo*

Género: Noticias

Titulares. *Informativo*
Contrapunto. *De opinión*
NTS. *Política y economía*
Al día. *Periodístico*
El crítico. *De opinión*
Archivo. *De investigación*

Género: Condicionado

Erótica. *Series y películas*
Triple x. *Series y películas*
Profundo. *Investigación*
Paralelo 69. *Dibujos animados para adultos*
Sexy boy. *Series y películas gay*

Gaitto

Los textos hoja 1

texto 1

Guerra de razas

Guerra de razas
la sangre se seca en el suelo
miramos por fuera, obviamos escencia,
juzgamos la piel
mordiéndolo el anzuelo.
Mares del racismo caen en mi mente, incompreensión.
Guerra de razas,
la sangre esclava se seca en el suelo
manifiestan violencia y agresión
escupen el odio sin remordimiento
mares de racismo traen...
(Animal)

Texto 2

El Sistema

Los funcionarios no funcionan.
Los políticos hablan pero no dicen.
Los votantes votan pero no eligen.
Los medios de información desinforman.
Los centros de enseñanza enseñan a ignorar.
Los jueces condenan a las víctimas.
Los militares están en guerra contra sus compatriotas.
Los policías no combaten los crímenes, porque están ocupados en cometerlos.
Las bancarrotas se socializan, las ganancias se privatizan.
Es más libre el dinero que la gente.
La gente está al servicio de las cosas.
(Galeano)

texto 3

El Hambre

Un sistema del desvínculo: El buey solo bien se lame. El prójimo no es tu hermano, es tu amante. El prójimo es un competidor, un enemigo, un obstáculo a saltar o una cosa para usar. El sistema, que no da de comer, tampoco da de amar: a muchos condena el hambre de pan y a muchos más el hambre de abrazos.
(Galeano)