

U.B.A. - F.A.D.U.

CARRERA DE DISEÑO INDUSTRIAL

ASIGNATURA: "Diseño Gráfico para Productos y Envases - Packaging"

CATEDRA: Hector Romero

PROGRAMA AÑO:

OBJETIVOS GENERALES

Compresión de las variables que se articulan en el desarrollo de diseño de la imagen visual de envases y racionalización de los métodos de abordaje en sus aspectos contextuales, conceptuales y proyectuales. Conocimiento del mercado y de la tecnología, ya que en lo proyectual, el conocimiento de esas áreas y su articulación interviene en el campo de las restricciones con las cuales debe operar el diseño.

CONTENIDOS GENERALES

Caracterización del diseño de envases de productos de consumo masivo.

El Mercado: Análisis y clasificación de rubros.

Decodificación de los elementos constitutivos.

Significación del color y de la forma - Apelaciones - Resoluciones formales sobre el carácter simbólico del envase - El usuario - Identidad y comunicación.

El concepto del producto - Abordaje metodológico - El informe básico del producto - Componentes visuales sistémicos.

El pack industrial, valores ergonómicos, comunicacionales.

Etiquetería, tipologías - Requisitos legales - Código de barras.

BIBLIOGRAFIA GENERAL

-Apuntes generados por la cátedra.

-“Le couleur vend votre emballage”- Ediciones ABC Zürich

-“Structural design on paper board cartons”- Packaging Sha Company, Ltd.

-“Cómo nacen los objetos”- Bruno Munari- Ediciones Gustavo Gilli

-“Marketing estratégico”- Alberto Wilensky- Ediciones Tesis

REGLAMENTO DE CURSADO

Sobre la base de cuatro horas semanales, se requerirá el 75% de asistencia sobre el total de la cursada y el 100% de asistencia a clases teóricas, dictadas por el titular de la cátedra.

Los trabajos prácticos serán obligatorios. Durante el cuatrimestre el alumno deberá aprobar el 100% de los mismos.

CRITERIOS DE EVALUACION

Se realizará mediante una escala numérica de cero a diez, en cada uno de los trabajos prácticos, en la que estará considerada, además del resultado final, el proceso de trabajo y el grado de participación del alumno en las tareas individuales y grupales programadas por la cátedra.

GUIA DE TRABAJOS PRACTICOS

(normas generales de presentación)

Los mismos serán presentados en maqueta con carácter de prototipo. Así mismo, se adjuntará la documentación de todos los pasos realizados (relevamiento, análisis conceptuales, apuntes marginales, prebocetos, bocetos de volumen en el plano) en paneles de cartón de 35 cm. x 50 cm. o módulo, los que serán considerados en la evaluación.

T.P. N° 1

Tema:

Reproducción de un envase de vidrio o plástico en yeso

Objetivos:

Que el alumno tenga un primer acercamiento al material y a la tridimensión, para poder acceder a la confección de maquetas (prototipos), que le permitan mostrar sus diseños desde el plano al espacio.

Planteo inicial del funcionamiento de un molde: enganches, paredes débiles, registro de unión, vaciado del material.

Materiales:

- 2 Kg. de yeso París o tipo París
- vaselina sólida o cualquier sustancia grasa
- balde plástico, con capacidad de 1 ó 2 litros (para agua)
- recipiente para preparar yeso
- un frasco a reproducir de vidrio o plástico de no más de 10 cm de altura, 4/5 cm. de ancho y 2 ó 3 cm. de espesor, de formas sencillas
- un cuchillo común de cocina
- cinta de plástico adhesiva
- cartón acetato o dos envases de cartón parafinado (Tetra-Brick)
- bolsa de residuos. Trapo para limpieza. Delantal.

Bibliografía:

- Apuntes generados por la cátedra

T.P. N° 2

Tema:

Supermercadismo. Relevamiento.

Objetivos:

Ingresar al conocimiento de la caracterización del diseño de envases de consumo masivo.

Decodificación de los elementos constitutivos de un envase - Significación del color y de la forma.

Interpretación sobre el carácter simbólico del envase - El usuario - Identidad y comunicación.

Conocer el concepto del producto - Componentes visuales sistémicos -

El pack industrial - Valores ergonómicos y comunicacionales.

Bibliografía:

- Marketing estratégico- Alberto Wilensky- Ediciones Tesis

T.P. Nº 3

Tema:

El Brief

Objetivos:

Que el alumno conozca, a partir de la confección de un brief, su valor como documento, extendido por el comitente a cerca de un producto.

Conocimiento de las partes que componen la pieza.

Conocimiento de su importancia como presentación de diseño.

Bibliografía:

-Marketing estratégico- Alberto Wilensky- Ediciones Tesis

-Apuntes generados por la cátedra

T.P. Nº 4

Tema:

El Prototipo

Objetivos:

Introducir al alumno en el conocimiento del proceso del diseño bidimensional, y concluyendo en la resolución tridimensional (prototipo).

En esta etapa y antes de iniciar la tarea de construir la maqueta, se insistirá en el bocetado bidimensional del objeto, teniendo en cuenta su resolución a partir de formas geométricas esenciales.

Comprensión de los valores conceptuales, comunicacionales, simbólicos y ergonómicos.

Utilización del brief como pauta de diseño.

T.P. Nº 5

Tema:

Etiquetería

Objetivos:

Introducción en conocimiento de las etiquetas en su función no solo comunicadora de un producto, sino además como vendedora del mismo.

Tipologías - Sistemas de Impresión - Formas de aplicación - Requisitos legales

- Código de barras.

Bibliografía:

-Steven Sonsino, "Packaging"- Barcelona, España. Edit. Gustavo Gilli, 1990

-María Dolores Vidales Giovannetti, "El mundo del envase"- Barcelona, España. Edit. Gustavo Gilli, 1995- México, Edit. Gustavo Gilli, 1995

-"Package design japan"- Colonia, Alemania, Taschen, 1989

-Wucios Wong, "Principios del diseño en color", 2º Edit.- Barcelona, España. Edit. Gustavo Gilli, 1990