

Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo

Universidad de Buenos Aires

Carrera de Diseño Gráfico



Decano
Arq. Berardo Dujovne

Vice-Decano
Arq. Reynaldo Leiro

Secretario Académico
Arq. Jaime Grinberg

Carrera de Diseño Gráfico
Director
Arq. Enrique Longinotti

Coordinador Area de
Proyecto Comunicacional
Arq. Emilio D. Domínguez

PRESENTACION DE LA CARRERA

Diseño Gráfico es la disciplina que posibilita comunicar visualmente, informaciones, hechos, ideas y valores útiles al hombre mediante una actividad proyectual en la cual se procesan y sintetizan en términos de forma, factores sociales, culturales, perceptivos, estéticos, tecnológicos y ambientales.

El diseño gráfico pertenece al universo totalizador del Diseño. Siendo este la actividad proyectual para la creación de formas útiles al hombre, destinadas a cumplir funciones de vida urbana de habitabilidad, operacionales y táctiles o de comunicación visual.

Las distintas orientaciones disciplinarias del diseño no están separadas, por el contrario integran una totalidad. En ese aspecto el diseño gráfico posee un campo de acción, docencia e investigación que le es propio: debe indagar en el mundo perceptivo del hombre para obtener formas visuales auténticamente comunicantes.

La carrera de Diseño Gráfico se inicia en abril de 1985, con un total de 120 alumnos y un cuerpo docente integrado por ocho autodidactas y diez profesionales provenientes de distintas áreas de formación.

En los años posteriores la carrera sufrió un importante crecimiento, llevando la cantidad de alumnos a: **600** en 1986, **1400** en 1987, **2000** en 1988, **3200** en 1989, **4000** en 1990, **3200** en 1991, y desde 1992 a la actualidad manteniendo un caudal promedio de **4500** alumnos.

La carrera en su corta evolución, sufrió modificaciones, para resolver el incremento masivo del estudiantado. Fueron incorporados docentes de distintas áreas integrándose los nuevos graduados a los planteles docentes.

En el año 1990 la carrera incorpora la materia Tipografía en dos niveles anuales obligatorios y un tercer nivel optativo.

Se incorporan nuevas materias electivas como Fotografía, Psicología, Análisis literario y redacción, Semiología y Sistemas de Diseño Gráfico

Como política de integración académica, se incorporan las materias Mercadotecnia y Gestión Empresarial, Teoría del Habitar y Arte Precolombino, comunes a Arquitectura y Diseño Industrial.

OBJETIVOS DE LA CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

Postular la Realidad Nacional como principio, medio y fin de la tarea universitaria.
Promover, incentivar, desenvolver y divulgar la educación del Diseño Gráfico con un sentido nacional y democrático.

Considerar al Diseño Gráfico como un hecho emergente de nuestra sociedad y de nuestra evolución y cultura.

Contribuir a la actualización permanente, a la discusión y a la investigación de todas las fases del conocimiento relacionadas con el campo de la Comunicación.

Considerar muy especialmente para el desenvolvimiento pedagógico de la disciplina proyectual:

-nuestro contexto socio-económico .

-nuestra estructura tecnológica.

-la inserción de Argentina en Latinoamérica y en el mundo.

-la interrelación de nuestro país con la realidad socio-cultural y económica de los demás países.

Establecer un diálogo permanente, abierto y dinámico con el alumnado tendiente al enriquecimiento constante de la disciplina y al cultivo en él estudiante de una conciencia crítica y reflexiva.

Estructurar un enfoque metodológico de teoría y práctica del Diseño Gráfico que posibilite el más amplio desenvolvimiento de la actividad proyectual de la comunicación visual, vinculándolo con las otras áreas y disciplinas del diseño de la comunicación.

PERFIL DEL DISEÑADOR GRÁFICO

Propicia un perfil de Diseñador Gráfico que se aleje de una formación dogmática.

Privilegia la formación básica proyectual en el taller de Diseño donde deberá realizarse la síntesis del conocimiento disciplinario a través de los cursos anuales de la materia.

Contempla la adecuación de los programas y contenidos de las asignaturas a la estructura básica de los talleres de Diseño a fin de tender a una formación integral del diseñador y no segmentar la información.

Tiende a implantar un sistema curricular que absorba fácilmente la introducción de nuevas problemáticas, producto de los continuos avances de la tecnología y el universo comunicacional.

Otorga al estudiante de Diseño Gráfico, en el último año del Ciclo de grado, la posibilidad de canalizar su orientación gestada en el transcurso de la carrera,

mediante materias optativas, referidas en sus contenidos a las especialidades básicas dentro del área.

CAMPO LABORAL

La inserción de Profesionales de la Comunicación visual ha evolucionado en los últimos años y la participación de los mismos dentro de organismos públicos y privados se manifiesta como una constante.

Las variables responden por un lado a la incorporación de diseñadores en agencias de publicidad, editoriales, empresas de servicios y empresas medianas o grandes donde existe un área de diseño propia y específica de las necesidades.

Los estudios de diseño de comunicación visual conforman otra de las variables de inserción laboral, ya que se establecen como prestadores de servicios de diseño en distintas áreas de la disciplina.

El empresariado argentino ha comprendido la necesidad del diseño como valor de mercado.

Asimismo la competencia con los productos importados obliga a los industriales a resolver la carencia histórica de diseño en sus productos.

Desde los estamentos gubernamentales, las políticas de información, prevención, etc., obligan a desarrollar mecanismos de comunicación sistemáticos eficientes y de valor estético.

Al estudiante y al profesional del diseño gráfico le cabe además la responsabilidad de actuar como difusor y educador de esta disciplina para asegurar su mejor futuro.

Las ciudades, cada vez más, para su normal desarrollo y crecimiento, necesitan de un reordenamiento gráfico-visual.

El Diseño Gráfico se ocupa, además de crear

Sistemas de identidad visual,

Marcas, isotipos y logotipos para empresas e instituciones,

Sistemas de señalización urbana vial y arquitectónica,

Arquigráfica,

Diseño Gráfico de diarios, revistas y libros,

Diseño Gráfico para la educación,

Afiches y folletos.

Campañas publicitarias y avisos para medios gráficos, vía pública y cinéticos.

Campañas de interés social.

Diseño de vidrieras, stands y exposiciones.

Diseño de envases.

Diseño de multimedia y de comunicaciones computarizadas.

Diseño cinético para cine, T.V. , video y computación gráfica.

ESTRUCTURA DE LA CARRERA

Universidad de Buenos Aires
Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo

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

Arquitectura	(6 años)
Diseño Industrial	(5 años)
Diseño Gráfico	(4 años)
Diseño de Indumentaria y textil	(4 años)
Diseño de Imagen y Sonido	(4 años)
Diseño del Paisaje	(5 años)

Se otorga diploma de grado con el título de **DISEÑADOR GRAFICO**, para ello deberán cursar no menos de 28 materias en el curso de 4 años.

La inscripción debe hacerse con los estudios secundarios completos y según las reglamentaciones vigentes.

La carrera está dividida en ciclos:

Ciclo Básico Común

El C.B.C. es dependiente de la U.B.A. y el mismo dura un año. Es el primer año de la carrera; son 7 materias (3 generales, 3 del Area proyectual y 1 de apoyo)

Ciclo de Grado:

Para iniciarlo se debe tener aprobado el C.B.C.

Se cursa a lo largo de 3 años (6 cuatrimestres).

Consta de 15 materias obligatorias más 6 materias electivas.

Al finalizar el Ciclo se otorga diploma de Grado.

Ciclo de Posgrado

Tiene el carácter de cursos de especialización y su implementación responde a los lineamientos de la Escuela de Posgrado de la F.A.D.U. según propuestas de la Carrera.

Plan de correlatividades

Materia

Correlativas

C.B.C.

- 1 Introducción al Conocimiento Científico
- 2 Introducción al Conocimiento de la Sociedad y el Estado
- 3 Conocimiento Projectual 1
- 4 Conocimiento Projectual 2
- 5 Dibujo
- 6 Matemática
- 7 Filosofía

C.P. 1

Primer año

- 1 Diseño 1
- 2 Morfología 1
- 3 Tipografía 1
- 4 Historia 1
- 5 Comunicación 1
- 6 Tecnología 1
- 7 Medios Expresivos 1

C.B.C.

Segundo año

- 1 Diseño 2
- 2 Morfología 2
- 3 Tipografía 2
- 4 Historia 2
- 5 Comunicación 2
- 6 Tecnología 2
- 7 Medios Expresivos 2
- 8 D. G. por Computación *
(Materia Optativa Projectual)

Finales

D.G.1/M.1/TIP.1
M.1
M.1/TIP.1

Trabajos Prácticos

H.1
C.1
TEC.1
M.E.1
H.1/C.1/TEC.1/M.E.1

D.G.1/M.1/TIP.1

Tercer año

Diseño 3

D.G.2/M.2/TIP.2/
H.1/C.1/TEC.1/M.E.1

4 Optativas Projectuales

D.G.2/M.2/TIP.2/
H.1/C.1/TEC.1/M.E.1

H.2/C.2/TEC.2/M.E.2

2 Optativas No Projectuales

D.G.2/M.2/TIP.2/
H.1/C.1/TEC.1/M.E.1

H.2/C.2/TEC.2/M.E.2

Plan de estudios

Ciclo básico común

Introducción al Conocimiento Científico	Cuatrimestral
Introducción al Conocimiento de la Sociedad y el Estado	Cuatrimestral
Conocimiento Proyectual 1	Cuatrimestral
Conocimiento Proyectual 2	Cuatrimestral
Dibujo	Anual
Matemática	Cuatrimestral
Filosofía	Cuatrimestral

Ciclo de Grado

ASIGNATURA	PROMOCION	CURSADO	Hs/Seman.
Diseño I,II,III	Directa	Anual	8
Morfología I,II	Directa	Anual	4
Tipografía I,II	Directa	Anual	4
Historia I,II	Examen	Cuatrimestral	4
Comunicación I,II	Examen	Cuatrimestral	4
Tecnología I,II	Examen	Cuatrimestral	4
Medios Expresivos I,II	Examen	Cuatrimestral	4

ELECTIVAS

Proyectuales	PROMOCION	CURSADO	HS/Seman.
Diseño Gráfico en Cine, T.V. y Video	Directa	Cuatrimestral	4
Diseño Gráfico Publicitario	Directa	Cuatrimestral	4
Diseño Gráfico para Productos y Envases	Directa	Anual	4
Diseño Gráfico Editorial	Directa	Anual	4
Diseño Gráfico por Computación *	Directa	Cuatrimestral	4
Diseño Gráfico para la Educación	Directa	Cuatrimestral	4
Fotografía	Directa	Cuatrimestral	4
Tipografía III	Directa	Anual	4
Sistemas de Diseño Gráfico	Directa	Cuatrimestral	4
Introducción al Diseño en Multimedia	Directa	Cuatrimestral	4
Heurística	Directa	Cuatrimestral	4
No Proyectuales			
Análisis Literario y Redacción	Examen	Cuatrimestral	4
Teoría y Práctica del Diseño	Examen	Cuatrimestral	4
Sociología	Examen	Cuatrimestral	4
Estética	Examen	Cuatrimestral	4
Psicología	Examen	Cuatrimestral	4
Mercadotecnia y Gestión Empresarial	Examen	Cuatrimestral	4
Arte Precolombino	Examen	Cuatrimestral	4
Semiología	Examen	Cuatrimestral	4
Teoría del Habitar	Examen	Cuatrimestral	4

* Puede cursarse en nivel II ó nivel III

D.G.	Raúl Belluccia	Titular Regular Diseño I-II-III
Arq.	Guillermo Gonzalez Ruiz	Titular Regular Diseño I-II-III
D.G.	Alfredo Saavedra	Titular Regular Diseño I-II-III
Arq.	Daniel Wolkowicz	Titular Regular Diseño I-II-III
Arq.	Alfredo Yantorno	Titular Regular Diseño I-II-III
Arq.	Perla Ambran	Titular Regular Diseño I-II-III
Arq.	Jorge Filippis	Titular Regular Diseño I-II-III
Arq.	Ricardo Mendez	Titular Regular Diseño I-II-III
Arq.	Mónica Pujol	Titular Regular Diseño I-II-III
Arq.	Perla Ambran	Titular Regular Morfología I-II
Arq.	Cesar Pereyra	Titular Regular Morfología I-II
Arq.	Silvia Pescio	Titular Regular Morfología I-II
Arq.	Miguel Rolfo	Titular Regular Morfología I-II
Arq.	Enrique Longinotti	Titular Regular Morfología I-II
Arq.	Horacio Wainhaus	Titular Regular Morfología I-II
D.G.	Ruben Fontana	Titular Regular Tipografía I-II
DCV.	Silvia Gonzalez	Titular Regular Tipografía I-II
D.G.	Mario Cordo	Titular Interino Tipografía I-II
D.G.	Pablo Cosgaya	Titular Regular Tipografía I-II
Arq.	Jorge Gaitto	Titular Regular Tipografía I-II
D.G.	Luis Goldfarb	Titular Interino Tipografía I-II
Arq.	Enrique Longinotti	Titular Regular Tipografía I-II
Arq.	Carlos Mendez Mosquera	Titular Regular Historia II / Prof. Consulto
Arq.	Marcela Gené	Titular Regular Historia I
D.G.	Carlos Macchi	Titular Regular Historia I
Prof.	Simón Feldman	Titular Regular Medios Expresivos I / Prof. Consulto
Prof.	Eduardo Feller	Titular Regular Medios Expresivos II
Lic.	Jorge La Ferla	Titular Regular Medios Expresivos II
Prof.	Roberto Meisegeier	Titular Regular Tecnología I-II / Prof. Consulto
Lic.	Leonor Arfuch	Titular Regular Comunicación I-II
Lic.	María del Valle Ledesma	Titular Regular Comunicación I-II
Arq.	Cristina Argumedo	Titular Interina D.G por Computación
Lic.	Francisco Baggiani	Titular Interino Sociología
D.G.	Jorge Bardelás	Titular Interino Teoría y Práctica del Diseño
Lic.	Beatriz Borovich	Titular Interino Análisis Literario y Redacción
Lic.	Héctor Depino	Titular Interino Psicología
Arq.	Roberto Doberti	Titular Interino Teoría del Habitar
Lic.	Oswaldo Gagliardo	Titular Interino Mercadotecnia y Gestión Empresarial
D.I.	Beatriz Galán	Titular Interina Teoría y Práctica del Diseño
Prof.	Ramiro Larrain	Titular Interino Fotografía
D.G.	Sergio Manela	Titular Interino D.G Editorial
Lic.	Carlos Mangone	Titular Interino Semiología (Adj. Regular Comunicación I-II)
Prof.	Marcelo Perez Rivas	Titular Interino D.G Publicitario
D.G.	Héctor Romero	Titular Interino D.G de Productos y Envases
D.G.	Antonio Sensini	Titular Interino D.G. de Productos y Envases
D.G.	Alejandro Smith	Titular Interino D.G para la Educación
Prof.	César Sonderegger	Titular Interino Arte Precolombino
Arq.	Daniel Wolkowicz	Titular Interino Sistemas de Diseño Gráfico
Dra.	Marta Zatonyi	Titular Interina Estética

PROGRAMAS DE LA CARRERA DE DISEÑO GRAFICO (Síntesis)

DISEÑO

Diseño I

El Diseño / El Diseño Gráfico

Diseño ambiental. El diseño como disciplina. Actividad y profesión.
Las relaciones entre el diseño y sus respectivas áreas de acción.
Diseño urbano, arquitectónico, industrial, indumentaria, el paisaje. La comunicación cinética.
Comunicación diseñada y no diseñada en la actividad proyectual en nuestro entorno.
El pensamiento del Diseño Gráfico y la evolución de este en las tres últimas décadas.
El devenir del Diseño Gráfico y las nuevas tecnologías. Diseño Gráfico y arte gráfico. Diseño Gráfico y publicidad. El campo y mercado del Diseño Gráfico.
Los fines y los medios del Diseño Gráfico.

Función Social del Diseño Gráfico

Rol del Diseño Gráfico. Rol social del diseñador.
Función del Diseño. Inserción en el habitat. Campo de acción del Diseño Gráfico.
Las necesidades básicas del hombre y medios materiales de satisfacción.
Responsabilidad y ética del Diseño Gráfico.

La Comunicación Visual

El lenguaje visual. Sensación, percepción y comunicación visual.
El acto perceptivo. Mensaje y señal.
El acto comunicativo.
El símbolo. Tipos y proceso de simbolización.
El símbolo como hecho psicológico.
La representación como fenómeno comunicacional, códigos y lenguajes.

El Signo Gráfico

Lo gráfico y la forma gráfica. Las formas naturales geométricas.
Texturización. Punto, línea, plano. Los signos gráficos básicos. La teoría de la Gestalt. Psicología de la forma y relaciones entre figura y fondo.
Las leyes del lenguaje gráfico. Signo abstracto y figurativo. Procesos de síntesis y esquematización.
El signo, símbolo, índice y señal.

El Ideograma / El pictograma

El ideograma y su evolución hacia el pictograma.
Evolución histórica, la abstracción y la iconicidad.
La geometrización.
Los pictogramas antropomórficos, zoomórficos y objetuales. Los pictogramas como sistemas de signos.
Universalidad del lenguaje pictogramático y tendencia hacia la normalización internacional.

La imagen

La imagen, análisis de las estructuras morfológicas, comunicacionales, históricas y tecnológicas. Su interrelación en los productos de diseño vinculados al contexto sociocultural.

Denotación y Connotación.

Introducción a la Retórica de la Imagen. Operaciones de refuerzo semántico.

El Signo Tipográfico

La letra como signo visual. Evolución de los caracteres. La estructura como código e imagen de comunicación.

Operaciones tipográficas puras y tipográficas icónicas.

La Retícula Gráfica

La retícula como estructurante del plano y la composición gráfica. La organización reticular y las formas geométricas para la generación de mensajes visuales.

La forma unitaria. La parte y el todo formal.

La Marca

Concepto de Identidad, marca, isotipo y logotipo.

Isotipo y logotipo como medio de identificación visual.

Función sémica: identificación, legibilidad, pregnancia, pertinencia, memorabilidad, perdurabilidad, síntesis.

El Sistema Gráfico

Introducción al sistema gráfico. Mecanismos de análisis y reflexión para la comprensión de parte y totalidad de un sistema.

El Método Proyectual en Diseño Gráfico

El proceso de diseño. Metodologías. Las etapas programáticas. La ideación visual y el programa de diseño. Creación: innovación. El pensamiento vertical y el pensamiento lateral. El pensamiento divergente y el pensamiento convergente.

Diseño II

El Sistema de Identidad Visual

El todo y las partes. Análisis comunicacional. La Gestalt. Concepción sistemática. Los conceptos de unidad, totalidad y síntesis. El partido conceptual. Sistemas gráficos de complejidad media. Modelos existentes y experimentales, condicionantes del contexto. Receptores, disciplinas que intervienen en los procesos de análisis del receptor. Metodología de objetivación.

La Retícula Gráfica

La Retícula como estructura ordenada no limitativa y metodología sistemática. La relación retícula y formatos de papel. Tipos de retícula.

La Diagramación

Estructuración del campo visual. La caja gráfica. Los módulos de la caja. Modulación vertical y horizontal. Grilla de diagramación. Puesta en página. Interacción imagen y tipografía. Usos tipográficos. La columna, la interlínea, la interletra. El folio. Características de la comunicación editorial. El libro.

La Fotografía

La fotografía, el fotografismo, la retórica fotográfica. La imagen de la imagen.

El Sistema gráfico tridimensional / El Sistema gráfico ambiental

Las tres dimensiones y el diseño gráfico. La grilla tridimensional. El producto gráfico en el espacio. La interacción disciplinaria entre Arquitectura, Diseño Industrial y Diseño Gráfico. La Arquigráfica / la señalética.

El Sistema Audiovisual

La participación del D.G. en los medios audiovisuales. La conjunción de imagen y sonido en el pensamiento del diseño gráfico. La imagen cinética, la TV, la tecno cultura de la imagen. La gráfica por ordenador. Las nuevas tecnologías.

El Sistema de Identificación Visual

La identidad institucional. Etapas y procesos de análisis previos a la intervención del diseño. La identidad emisora. Los servicios y los productos. La institución como sistemas de comunicación. Objetivos de comunicación e identificación. El programa gráfico como sistema. La marca isotipo logotipo/colores institucionales. Manual de normas.

Diseño III

La función social del diseño

El diseñador como factor de transformación del entorno.
Su participación en el mejoramiento del habitat del hombre.

El Problema del Diseño

Métodos de análisis de problemas.
El contexto. Los condicionantes, las premisas. El partido conceptual. El diseño del programa. El proceso de diseño como metodología multidireccional. Cronograma de trabajo. Requisitos legales. Análisis de costo. El proyecto gráfico en vinculación con las disciplinas del mercado, el marketing, la sociología, la psicología, la economía de mercado. Evolución tecnológica y su incidencia.

Los Sistemas Gráficos

Sistemas gráficos cinéticos. Sistemas y subsistemas. Sistemas de alta complejidad. Nuevas variables de estructuración de mensajes y su incidencia en el contexto social. Procesos de evaluación y verificación.

El Sistema de Identidad Visual

Elementos portadores de la imagen institucional.
Las aplicaciones básicas bidimensionales y tridimensionales. La planificación del sistema y subsistema. La estrategia operativa y metodológica.
El sistema gráfico, tipográfico y cromático.

Sistemas de Señalización

Introducción al concepto de señalización y señalética. Clasificación de los sistemas de señales y símbolos. Normas de standardización. Normas constructivas.
El sistema y los subsistemas. Subsistema informativo. Subsistema tecnológico.
Subsistema de emplazamiento. Subsistema gráfico. La señal como objeto urbano-arquitectónico. La gráfica como acción modificadora de hábitat.

MORFOLOGIA

Morfología I

Las formas Bi y tridimensionales

Elementos visuales y organización. Forma y estructura. Forma como organización y como todo pregnante. Principios de economía de la forma. Formas tipográficas: estructura y relaciones formales. Reticulas y tramas. Series y familia de figuras. Leyes de simetría. Sensación y percepción. Forma y materialidad. Cualidades sensibles. Configuración, tamaño, escala, proporción, brillo, textura, valor, color, posición, orientación. Elementos de la composición, campo y estructura inducida. Equilibrio, movimiento, recorrido visual, tensión y ritmo. Figura y fondo. Contraste y fusión. Indicadores de profundidad. Introducción a la problemática del espacio tridimensional

Luz y Color

Acromaticidad, claves de valor. Contraste y gradación. Sistemas clasificatorios del color. Variables del color: tinte, valor y saturación. Introducción a la interacción del color. Color luz y color pigmento. Colores impresos.

Las formas Bi y tridimensionales

Forma y estructura en organizaciones complejas.
Percepción y comunicación.
Figura y Fondo: reversibilidad, ambigüedad, transición. Uso de indicadores de profundidad. Reconocimiento del espacio plano, espacio ambiguo.

Instrumental

Experimentación en técnicas húmedas y secas y en sistemas de representación

Morfología II

Organizaciones formales en la tridimensión. Relación espacio tiempo, recorridos visuales.
Exterior-interior, concavidad-convexidad, escala.
Programación visual: generación de sistemas formales. La estructura del mensaje gráfico. Relación forma y significado.

Luz y color

Interacción del color. Contrastes y armonías. Equilibrio cromático. Contraste simultáneo. Dinámica del color. Aspectos significativos y comunicacionales del color. Los colores y la gráfica.

Instrumental

Técnicas y sistemas de representación en función de la expresión y la comunicación.

TIPOGRAFIA

Escritura y tipografía

Aspectos sensibles, aspectos geométricos, aspectos ópticos.
El signo tipográfico. La letra.
Proporciones. Forma y contraforma.

Familias y fuentes tipográficas

Clasificación de los estilos. Las familias tipográficas. La familia Univers:
Los sistemas tipográficos multiestilo

Representación, marcado y corrección de textos

Formas de representar textos. Cálculo y marcado de originales. Códigos de corrección.

Técnicas de producción

La composición manual, composición en caliente. Composición en frío.
Fotocomposición. El proceso personal.

Legibilidad

Los Mecanismos de percepción . Principios de legibilidad. Características de los signos. Mayúsculas y minúsculas. Interletrado e interlineado. Justificación y marginados. Identidad de los párrafos. Legibilidad en libros, prensa y señal.

Composición y jerarquización tipográfica

La línea tipográfica, la columna. El color tipográfico. El color cromático.
Contraste. Textura. Ritmo, equilibrio y dinamismo.
Puesta en página. Tipografía e imagen.

El sistema tipográfico de retículas

Propósito del sistema de retículas. Cuerpo tipográfico y longitud de línea.
Ancho de columna. Interlineado. Márgenes. El área tipográfica.
Construcción del sistema. El sistema como generador de programa.
El sistema como parte de la identidad.

Refuerzo semántico, sintáxis y comunicación

Forma y contenido. Función y expresión. Estructura del texto.
La palabra. Los signos de puntuación.
Componentes no alfabéticos de la caja tipográfica

Refinamientos tipográficos

Espaciado óptico de signos. Espaciado óptico de líneas. Parágrafos y señales.
Alineamientos no tradicionales de la palabra.
Extrañas parejas tipográficas.

Tipografía e identidad

Signos pictográficos. Signos simbólicos. Monograma.
Logotipo. El sistema tipográfico y la identidad corporativa.

Aplicaciones tridimensionales

La simulación del volumen. Tipografía y arquitectura. Tipografía y señal.

Tipografía para la organización y comunicación de informaciones
Formularios, planillas, documentos. Programas, listados, clasificados.
Gráficos, esquemas, cuadros comparativos.

La tipografía en movimiento
Cine, Televisión y Video.



COMUNICACION

Comunicación I

Comunicación y significación. Proceso de significación. El universo del signo. El modelo de Saussure.

El signo. El modelo de Peirce. Icono, Índice y símbolo. La problemática de la iconicidad.

Limites a la noción de signo. Denotación y connotación. La superación del concepto de iconicidad. El texto visual.

Retórica de la imagen. Reglas de coherencia e isotopía de la imagen. Argumentación y figuras retóricas. Diseño Gráfico y comunicación.

Comunicación II

La comunicación como conformadora de identidades intersubjetivas.
La comunicación social.
Conformación de opiniones y tendencias.

El diseño gráfico como trama cultural. Crítica al concepto de comunicación unívoca. Redes y entrecruzamientos comunicacionales.

El proceso de enunciación. Construcción del receptor dentro y fuera de la pieza. La intervención del receptor.

Realidad cultural y regulación de necesidades sociales. Antinomias y coincidencias.

FOTOGRAFIA

Objetivos:

Dotar al diseñador gráfico del conocimiento técnico básico indispensable para el uso de la fotografía.

Rol de la fotografía como sistema expresivo de comunicación visual en el diseño gráfico.

Contenido:

1- Aspectos tecnológicos

La cámara como sistema: función, componentes.

La cámara humana.

Lentes: función, diseño. Principios ópticos. Distancia focal. Angulo de tema.

Lentes simples y compuestos, diafragma, obturador.

Materiales sensibles: sus funciones, sus características y usos. Materiales usuales. Procesos.

2- Aspectos comunicacionales

Breve historia de la fotografía. La fotografía como medio documental y como hecho dramático. Su relación con los movimientos artísticos.

La fotografía y el diseño gráfico.

Función expresiva de la distancia focal: énfasis del espacio, la selección del aspectos de la realidad.

Movimientos de cámara: su función, énfasis y corrección de la perspectiva, modificación de la forma y las relaciones espaciales.

El formato de cámara y la composición: escala y dimensión de la pieza final.

Los materiales sensibles, en función de lo expresivo: la reproducción de lo real y las alteraciones de lo representado. El laboratorio.

Climas, trucos y procesos especiales. Nuevas técnicas.

La fotografía de objetos: objetos de diseño industrial (en bases cosmética, electrodomésticos, maquinarias, etc.)

El espacio: escenarios y ambientaciones exteriores, interiores de exteriores.

El estudio: la realidad y las escenografías.

Fotografía de arquitectura: modelos en escala real y reducida.

Personajes y modelos. Objetivos. El lugar. La luz, maquillaje y vestuario.

La dirección del personaje. La expresión.

El mercado. La gestión. Los encargos. Tema fijo o libre. Boceto abierto o cerrado.

El trabajo en equipo. La pre-elaboración, la producción, la toma. Los sistemas digitales.

El diseñador gráfico y el fotógrafo profesional, sus relaciones e incumbencias.

ESTETICA

Definición de arte

Compromiso consciente y sublimación. Duración y Einfühlung. Simbología.
Subjetivación y objetivación. La totalidad intensiva.

Las dos vertientes

Pensamiento positivista. Pensamiento dialéctico.
La historia: concepto positivista y concepto dialéctico de la historia. Arqueología del saber.
Las dicotomías dialécticas: Sociedad - individuo; Sujeto - Objeto; la idea - lo concreto; lo racional - lo irracional; lo lúdico - la tragicidad del saber; lo Apolíneo y lo Dionisiaco; lo Tanático y lo Erótico.
Dialéctica de las vertientes: como fenómeno socio-histórico. Como fenómeno filosófico-estético. Como fenómeno artístico.

Tiempo y espacio

Pregunta histórica sobre el espacio-tiempo. Concepto espacio-tiempo positivista.
La idea actual de tiempo-espacio. Memoria. El arte como simbolización de estos conceptos.

Ética y estética

El kitch. Estética del gusto.
Relación del arte con ley, con las ciencias. Relación entre los géneros artísticos.

Arte, mito, antropología

Mitopoyesis y Mitomanía. Epistemagénesis desde lo mítico, lo artístico y lo científico. El héroe: positivo, romántico, trágico. Una visión distinta del héroe: el hombre faustiano.
Necesidades y funciones en la antropología y el arte. La cultura, la Ley.

Sujeto y objeto

Sujeto trascendente y sujeto empírico. La necesidad de su interdependencia. Relación del sujeto con el mundo fáctico. El deseo.

Forma y contenido

Forma: tipificación, tipologización.
Composición. Estilo. Técnicas artísticas.
Contenido: idea, tema.

Lo bello y lo feo

Angeles y demonios. Concepto histórico de lo bello. Lo feo como categoría estética. La negación del tiempo vs. cogito-ser en el tiempo. La utopía. Los referentes de hoy.
Estética y la ética de lo cotidiano.

Reproductibilidad en el arte

La pieza única. El concepto de aura. La democratización del arte.

PSICOLOGIA

1- Sociología y el Diseño Gráfico

Relaciones entre el Diseño Gráfico y la Sociología.

Espacios epistemológicos compartidos.

Objeto de estudio de la Sociología.

Que es un sistema. Concepto de modelo. La sociedad como sistema. Los paradigmas sociológicos como modelos.

La realidad construida.

El objeto del Diseño Gráfico.

El D.G. como generador de "realidad".

2- Naturaleza y cultura

Cultura y ambiente. Cultura mediática y ambiente mediático.

El universo institucional. El concepto de institución y de rol. Institución y representación institucional. El proceso de institucionalización: simbolización, objetivación, tipificación y legitimación.

3- Características del D.G. como generador de institucionalidad

Lenguajes, morfología y legitimidad: los niveles de legitimación y los universos simbólicos.

