

PROGRAMA

Propuesta académica

Entendemos al pensamiento proyectual tipográfico como eje central de la comunicación de mensajes verbalizables.

Como forma gráfica del discurso verbal, la tipografía es al diseño, lo que la palabra al lenguaje.

Es estructurante del mensaje y por lo tanto requiere de un desarrollo metodológico particular

En ese sentido, creemos que es esencial en la formación del diseñador. Precisamente trabajamos sobre la metodología de trabajo. No enseñando la nuestra, sino desarrollando la de cada alumno.

Tratamos de hacer conscientes los mecanismos y procesos personales de trabajo. El proceso creativo como *mix* entre el conocimiento de la técnica y la situación de experimentación, entendida como experiencia.

Ponemos en crisis continuamente los prejuicios o preconceptos respecto a cualquier ley o forma supuestamente correcta de hacer las cosas.

Es por eso que nuestra cátedra no persigue un estilo o tendencia particular en el resultado formal de los trabajos prácticos. Pretendemos ser reconocidos precisamente por la diversidad.

Objetivos

Lograr el desarrollo de un pensamiento proyectual tipográfico, que vincule una sólida formación teórico-técnica con la resolución de problemas complejos de comunicación.

Lograr que el alumno asuma con decisión y compromiso tanto los aspectos creativos y comunicacionales como la administración del tiempo y los esfuerzos, desarrollando su propia metodología de trabajo.

Contenidos

Cubrimos todos los contenidos especificados en el programa de la materia. Cada uno de ellos se encuentra detallado en cada una de las guías de trabajo práctico, de manera que los alumnos sean absolutamente conscientes del proceso y etapas de aprendizaje en que se encuentran.

En la primer mitad del año, trabajamos muy fuertemente sobre los contenidos de orden técnico. Los consideramos fundamentales para trabajar con tipografía: la forma en que leemos, los parámetros de legibilidad y la composición en el espacio. Con los ejercicios se ponen a prueba en la práctica los supuestos técnicos, enfrentados con su funcionamiento en el mercado, definido como campo de consumo de mensajes de todo tipo. Este primer segmento es muy intensivo en el desarrollo e intercambio de contenidos teóricos y técnicos.

El ejercicio con el que culmina esta primer etapa es el diseño integral de una edición, donde el tema es aprender a construir y manejar una estructura tipográfica compleja.

Al llegar a este punto del desarrollo programático, ya están cubiertas todas las necesidades y demandas de información técnica previstas para el ciclo.

La segunda mitad del año es más ejecutiva. Se realizan ejercicios muy cercanos a la realidad laboral, entendida como único campo cierto de verificación del aprendizaje.

En esta segunda mitad es frecuente la presencia de profesionales con alta exposición a problemas de comunicación complejos, del ámbito local, regional e internacional, en diversa escala, que comparten sus experiencias con los alumnos, siempre vinculadas con la temática de cada ejercicio.

Objetivos específicos:

Lograr el manejo eficiente de los signos tipográficos en su puesta en acción. Verificar la importancia de la tipografía como canal de comunicación, desarrollando las posibilidades expresivas del diseño tipográfico y tomando plena conciencia de su potencial en la comunicación, interpretación y reproducción de mensajes.

Desarrollo de los contenidos

Espacio y composición

La línea y el plano.

El ritmo, equilibrio y composición.

Estructura compositiva y tipográfica.

El módulo y la grilla tipográfica.

Estructuras de puesta en página.

La tipografía tridimensional

La tipografía animada y en movimiento.

Jerarquización.

Variables, peso, condensación, inclinación.

Familias tipográficas.

Contraste. Blanco y negro. Color

Interlínea e interletra.

Énfasis y tono del discurso

UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES
FACULTAD DE ARQUITECTURA, DISEÑO Y URBANISMO
CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

Asignatura: Tipografía
Cátedra: Venancio

Año:
Curso: Nivel 2

Sintáxis y comunicación

Estructura del texto
Reglas ortográficas y técnicas.
El alfabeto y la caja tipográfica.
La letra, la palabra, la línea, la columna.
Marginados y sangrías
Los elementos de puntuación.

Tipografía e identidad

Forma y contenido.
Función y expresión.
Tipologías: Volante, Folleto, Libro, Revista, Diario, Catálogo, página Web.
Formas de composición.
Características de los signos. Combinaciones tipográficas.
Estilos y tendencias.
Identificación e identidad de publicaciones y ediciones.
Interfases gráficas digitales.

Legibilidad

Mecanismos de lectura
Composición de textos
Ajustes ópticos
Familias tipográficas y funciones.
Legibilidad en textos impresos, en la señalización y en pantalla.
Legibilidad y Variables tipográficas.
Legibilidad y Color
Legibilidad y tridimensión.
Legibilidad y movimiento

Bibliografía

Libros:

- Analógico y digital**, Oll Aicher Gustavo Gili, Serie: Hipotesis, España. 2000.
- Anatomy of a typeface**, Alexander Lawson, David R. Godine, Publisher, Inc. Boston, 1990
- An essay on typography**, Eric Gill. David R. Godine Publisher Inc. New York, USA. 1988.
- Art of Human-Computer Interface Design**, Brenda Laurel. Addison-Wesley Pub Co. 1990
- Basic Typography: design with letters**, Ruedi Rüedegg, Codi Frönlisch. Van Nostrand Reinhold, New York, USA. 1989.
- Color & Typo for the screen**, Veruschka Gotz. Rotovision SA. Berlín. 1998.
- Covers & Jackets**, Steven Heller & Anne Fink. PBC International Inc. New York, USA. 1993.
- Crítica de la razón informática**, Tomás Maldonado. Paidós, Barcelona, España. 1998.
- Cyber-Rules**, Thomas Siebel, Pat House. Granica, Barcelona, España. 2000.
- Del Objeto a la Interfase**, Gui Bonsiepe. Ediciones Infinito, Buenos Aires, Argentina. 1999
- Designing Business Multiple Media, Multiple Disciplines**, Clement Mok. Adobe Press, USA. 1996.
- Designing Web Usability The Practice of Simplicity**, Jakob Nielsen. New Riders Publishing. 1999.
- Diseñar programas**, Karl Gerstner Editorial Gustavo Gili SA, Barcelona, España. 1979.
- Diseño y reproducción**, Giorgio Fioravante, Gustavo Gili, SA, Barcelona, 1988
- El diseño en el libro**, Douglas Martin. Ediciones Pirámide, Madrid, España. 1994.
- El arte de la tipografía**, Martin Solomon. Editorial Tellus, Madrid, España. 1988.
- El diseño gráfico desde su origen hasta nuestros días**, Enric Satué. Alianza Forma, Madrid, España. 1990.
- Emigre (the book)**. Graphic design into de digital realm, Rudy Van der Lans, Zuzana Licko, Z.Mary Gray Van Nostrand Reinhold, New York, USA. 1993.
- Hermann Zapf and his design philosophy**, Society of Typographic Arts. Chicago, USA. 1987
- Historia del diseño gráfico**, Philip Meggs. Van Nostrand Reinhold, New York, USA. 1991
- Interactivity By Design**, Ray Kristof, Amy Satran. Adobe Press, USA. 2001
- Historia del libro** Svend Dahl, Alianza Universidad, SA, Madrid, España, 1985
- Jan Tschichold, a life in typography**. Ruari McLean. Princeton Architectural Press, New York, USA. 1997
- La tipografía del siglo XX**, Lewis Blackwell. Editorial Gustavo Gili SA, Barcelona, España. 1993.
- Layout: The design of the printed page**, Allen Hurburt. Watson – Guptill Publications, USA, 1980
- Manual de diseño tipográfico**, Emil Ruder, Editorial Gustavo Gili, SA, México, 1992
- Manual de tipografía**, Ruari Mc Lean. Hermann Blume, Barcelona, España. 1987
- Newspaper design Today**, Allen Hurtt, Bob James, Lund Humphries Publisher, Ltd. London, 1989
- On Stone, The art and use of typography on the personal computer**, Sumner Stone. Bedford Arts Publishers, San Francisco, USA. 1991
- Pioneros de la tipografía moderna** Herbert Spencer, Ediciones Gili, SA, Barcelona, 1995
- Revival of the fittest, digital versions of the classic typefaces**, Varios Autores. Editores: Philip Meggs-Ray McKelvey, New York, USA. 2000.

Signos, símbolos, marcas, señales, Adrian Frutiger Ediciones Gustavo Gili, SA de CV, México. 1981

Sistemas de retículas, Josef Müller-Brockmann. Ediciones Gustavo Gili, SA de CV, México. 1992.

Sistemas de signos en la comunicación visual, Otl Aicher Gustavo Gili, Barcelona. 1979.

Stanley Morrison displayed, Herbert Jones. Frederic Muller Ltd. Londres. 1976.

Stop Stealing Sheep & find out how type works, Erik Spiekermann, E. M. Ginger Adobe Press, Mountain View, California, USA. 1993.

The graphic language of Neville Brody, Neville Brody Thames and Hudson. 1988.

Grid: A Modular System for the Design and Production of Newspapers, Magazines, and Books, Allan Hullburt. John Wiley & Sons. 1982

The Invisible Computer, Donald Norman. MIT Press, USA. 1999

The Visible Word, Legibility Herbert Spencer, Lund Humphries Publisher, Ltd. London, 1969

Type Sense, Susan G. Wheeler, Gary S. Wheeler International Thomson Computer Press, Boston, USA. 1996.

Type Graphics, Margaret E. Richardson, Rockport Publishers, Inc, USA, 2000

Typographers on type, M. Carter, H. Zapf, A. Frutiger y otros. Ruari McLean. W.W.Norton, Inglaterra. 1995.

Typographic Communication Today, Edward Gottschall. ITC, Cambridge, USA. 1989.

Typographics, Duncan Baird Publishers. Londón, England 1995.

Typography, Emil Ruder Zollikofer & co, Switzerland, 1967

Typography Now, the next wave, Rick Poynor, Edward Booth-Clibborn and Why Not Associates. Edward Booth-Clibborn, London. 1991

Typographic Design: Form and Communication, Rob Carter, Ben Day and Philip Meggs. Van Nostrand Reinhold, New York, USA. 1993.

Typography 1 a 21, Type Directors Club Inc. Watson- Guptill Publications, New York, USA. 1980 a 2000

Writing: the story of alphabets and scripts, Georges Jean. Harry N. Abrams Publisher Inc. New York, USA. 1992.

Writing and Illuminating and Lettering, Edward Johnston, Noel Rooke. Adam & Charles Black, London, 1994.

w.w.w.color Roger Pring, Ediciones Gili, SA, Barcelona, 2001

w.w.w.tipografía Roger Pring, Ediciones Gili, SA, Barcelona, 2001

Revistas:

Adobe Magazine, Adobe Systems Inc. Seattle, USA.
Baseline, Bradbourne Publishing, Londres
Communication Arts, Coyne & Blanchard Inc. California, USA.
Critique, The Magazine of Graphic Design Thinking. Sacramento.
El Correo. UNESCO. Números Julio 1998, Mayo 1989, Noviembre 1993. París, Francia.
Emigre Magazine, Emigre Graphics, Sacramento, USA.
Experimenta, Experimenta S.L. Madrid, España.
Eye Rick Poynor, editor London, UK.
I.D. Magazine, Beachhead of Delaware Inc. New York, USA.
Print, RC Publications Inc. Rockville, Usa.
tipoGráfica, Ediciones de Diseño. Buenos Aires, Argentina.
U&lc, Upper and lower case, ITC. USA.
WIRED, The Condé Nast Publications Inc. USA.

Pautas de evaluación

Se considerará el diseño como un proceso en donde serán prioritarios el análisis de la problemática planteada, el desarrollo de la misma y el interés, compromiso y evolución del alumno.

En cada proyecto se analizará la creatividad, fundamentación, concreción, presentación y puesta en página (entendida esta de un modo genérico) así también como la metodología del trabajo, la asimilación de los contenidos teórico-técnicos y el manejo de los tiempos en relación con el cronograma de trabajo.

Cada trabajo práctico se evaluará con nota, la que será conocida por los alumnos periódicamente.

La evaluación tendrá lugar en dos instancias, una primera por comisiones, en la que la pareja de docentes asignados a cada grupo de alumnos [que acompaña todo el proceso de desarrollo y aprendizaje] analizará y calificará los trabajos. La segunda instancia, será de nivelación y discusión general, en donde la totalidad del cuerpo docente revisará cada trabajo con el fin de producir ajustes o sugerencias, revisiones y análisis de los trabajos entregados y de su calificación.

La nota final será una decisión de los docentes responsables de cada comisión.

Reglamento

[De acuerdo al régimen de cursado y promociones de materias anuales vigente en la FADU]

Condiciones para el cursado y de la asistencia de los alumnos.

1. Ser alumno regular de la carrera.
2. Cumplir con los requisitos que establece el régimen de correlatividades del Plan de Estudios vigente.
3. Conservar la condición de alumno regular en la asignatura, concurriendo puntualmente y permaneciendo durante la totalidad del horario establecido a no menos del 75% de las clases. No podrá figurar ausente en más de dos clases consecutivas.
4. En el *número de las clases* quedan comprendidas la totalidad de las establecidas en el Plan de Labor del año en curso. Las inasistencias por causas excepcionales (enfermedad del alumno, fallecimiento de familiar directo) podrán dar lugar a justificación del número de inasistencias permitidas, siempre y cuando el alumno presente ante la Cátedra, la debida documentación probatoria, la que previo análisis podrá aceptar o denegar. En estos casos el número total de inasistencias no podrá superar el 60% de las clases. La Cátedra elevará a la Dirección de la Carrera para su registro un informe de la resolución adoptada. En todos los casos la justificación de las inasistencias no exime al alumno de la realización de los trabajos prácticos desarrollados durante su ausencia, los que serán evaluados de acuerdo a los criterios establecidos.
5. Realizar y presentar en tiempo y forma la totalidad de los trabajos correspondientes a la materia. En el caso de incumplimiento de este requerimiento el alumno perderá automáticamente su condición de regular en la asignatura.

Promoción directa

1. Serán calificados los alumnos que hayan satisfecho previamente los requisitos exigidos en las condiciones para el cursado.
2. Los alumnos serán calificados por la cátedra con una única nota final, de 0 a 10.
3. La calificación surgirá de la evaluación que la cátedra realice del trabajo del alumno en las distintas instancias previstas: entregas de trabajos parciales y/o finales.

De los Trabajos.

Finalidad.

Los trabajos realizados en forma individual y grupal constituyen la principal actividad para el desarrollo y evaluación de los conocimientos previstos en la enseñanza de las asignaturas del Taller.

Contarán para su ejecución con la asistencia directa de la cátedra y sus docentes, incorporando en forma coordinada durante su realización aquellos conocimientos que el propio proceso de elaboración de las

propuestas vaya demandando. Estos conocimientos constituyen los objetivos conceptuales asignados a cada ejercitación, en el desarrollo de la materia.

Ejecución.

Los trabajos finales deberán ser realizados en los plazos ordinarios que fija el Plan de Labor. Las modalidades de su ejecución serán establecidas por la Cátedra.

En todos los casos el 50% como mínimo del total de los trabajos realizados en el año deberá ser ejecutado por los alumnos en forma individual.

Aceptación.

Los trabajos realizados por los alumnos serán motivo de observaciones y aceptaciones parciales durante las ejercitaciones. En esta relación entre los docentes y alumnos durante el cursado de la materia se constituye el principal vínculo pedagógico. Las sucesivas correcciones y reelaboraciones de los trabajos por parte de los alumnos, presupone un proceso de avance en la incorporación y perfeccionamiento de los conocimientos, los cuales serán reconocidos y constatados en los trabajos encomendados.

De la promoción.

La calificación se configurará en base a los siguientes componentes:

- a) Evaluación de los conocimientos incorporados en la realización de los trabajos establecidos por la Cátedra. Como mínimo serán dos por año, en este caso el último trabajo constituye el Trabajo Final de la materia, debiendo en todos los casos ser aprobado.
- b) Verificaciones de conocimientos, en las instancias establecidas por la Cátedra. Los objetivos, las formas de realización y evaluación serán las establecidas por la Cátedra las que serán difundidas previamente a su realización para conocimiento de los alumnos.
- c) Apreciación del trabajo del alumno por parte de la Cátedra en relación a la actitud desarrollada en el curso y en la evolución en los conocimientos alcanzados. Estos aspectos son complementarios e integrantes de las evaluaciones y verificación de los conocimientos.

La calificación final que el alumno reciba no necesariamente deberá coincidir con el promedio de todas las calificaciones parciales obtenidas en cada uno de los trabajos prácticos y verificaciones realizadas. En todos los casos refiere al nivel de los conocimientos alcanzados por los alumnos al finalizar la materia.

UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES
FACULTAD DE ARQUITECTURA, DISEÑO Y URBANISMO
CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

Asignatura: Tipografía
Cátedra: Venancio

Año:
Curso: Nivel 2

Listado de docentes

Ajamil, Mariano. Docente.
Ares, Mara. Docente.
Burstein, Flavio. Docente.
Castresana, Valeria. Jefe de Trabajos Prácticos
Contreras, Darío. Docente.
Goya, Fabián. Docente.
Heinberg, María. Adjunta.
Laje, Santiago. Docente.
López, Carla. Jefe de Trabajos Prácticos
Rave, Silvina. Docente
Romero, Alejandro. Docente.
Venancio, Carlos. Titular

Profesores Ad Honorem.

Celemín, Gabriel.
García Ferrari, Tomás.
Short, Carolina.
Rodríguez Giménez, Andrea.

Profesores y Profesionales Invitados

Luchetto, Mirian.
Almeida, Marta.
Lovalvo, Gustavo.
Holboll, Maureen.
Quintiero, Victoria.
Palacios, Iñaki.

Guía de trabajos prácticos

TP1

Tipografía sin valor comercial

Metodología.

Objetivos generales

- Elaborar una metodología personal de trabajo.
- Desarrollar una estrategia de trabajo.
- Asumir una postura crítica frente al trabajo propio.
- Desarrollar formalmente un concepto. Analizar alternativas, variaciones y ajustes.

Objetivos específicos

- Desarrollar mecanismos de búsqueda, selección y descarte de elementos.
- Entender la evolución del conjunto. Generar recorridos visuales. Reconocer el tema principal y el secundario.
- Valorar la función expresiva y comunicativa de la letra: como texto y como forma o imagen.
- Valorar el contenido. Legibilidad textual y del conjunto.
- Utilizar el color como un elemento comunicativo.

Consigna

Reelaborar la pieza inicial realizada en el esbozo, revisando desde la estrategia de comunicación hasta el resultado formal.

Desarrollo

En una primera etapa, se trabajará con los elementos de la composición, detectando los esenciales, los prescindibles y/o los faltantes.

Se ajustará la idea y se reelaborará la estructura, trabajando con los elementos en blanco y negro, su ubicación en el espacio y sus relaciones.

Deberá agregarse la siguiente información adicional:

pieza sin valor comercial - nombre del alumno - año

Esta primera etapa se desarrollará en formatos pequeños: 7,5 x 10,5 cm (A7) ó 10,5 x 15 cm (A6), o aún menores, que permitan abarcar rápidamente la complejidad de la pieza y sintetizar los elementos esenciales. Se trabajará con papel calco, lápiz negro o la técnica que cada uno crea más conveniente para realizar cambios o ajustes rápidos, permitiendo el máximo ahorro de energía. Luego, en una segunda etapa, se ensayarán pruebas cromáticas en tamaño A6, sumándose la complejidad del color y su carga psicológica. Deberán ensayar una versión en rojo-negro-blanco y otra versión sin ningún condicionante de color.

Por último, los alumnos elegirán la versión de cada uno que considere más adecuada para comunicar la idea del autor. Esa pieza será producida en tamaño A4 y se entregará, sin montar, junto a las dos versiones descartadas y la pieza original realizada, más un cuadernillo en tamaño A4 que compile, en orden, el proceso de trabajo realizado.

TP2:

PD: Al pie de la letra

Diseño de Postal. Variables.

Objetivos generales

- Organizar contenidos textuales.
- Enfatizar elementos a partir de variables tipográficas.
- Organizar una información específica.
- Identificar el uso de abreviaturas, números y otros elementos tipográficos de composición que provocan desajustes en el color de los textos.

Objetivos específicos

- Trabajar con las reglas gramaticales, de sintaxis y de comunicación.
- Identificar las partes que componen un texto sin pérdida de unidad en el conjunto.
- Reconocer los pequeños elementos de la caja tipográfica como recursos gráficos y como posibilidades expresivas.
- Valorar el ajuste en los pequeños conjuntos de elementos microtipográficos.

Consigna

Organizar y elaborar el contenido y la puesta en página de la información correspondiente a la tarjeta postal asignada a cada alumno y vinculada a un diseñador tipográfico célebre.

Desarrollo

A partir de la información en bruto se trabajará con la organización y el armado de párrafos, decidiendo su forma de composición.

Deberán definir un partido de diseño, establecer con qué criterio se enfatizarán las partes que se consideren relevantes y cuál será la estructura interna de los datos para conseguir un claro nivel de lectura y organización, considerando que se podrá utilizar sólo la familia tipográfica asignada y las variables de la misma que resulten necesarias.

El dorso deberá estar dividido en dos sectores, como es tradicional en las tarjetas postales. En uno de ellos se trabajará con un criterio de catálogo tipográfico, es decir, deberán ponerse en página los signos de un alfabeto completo y la paleta de colores disponible de la familia utilizada.

Se trabajará sobre papel blanco en un formato de 14 x 10 cm (tarjeta postal).

Los textos no podrán ser simulados.

La pieza se imprimirá frente y dorso. Deberán producirse 10 copias de la misma en blanco y negro. Se entregarán, con las características de un original impreso, dentro de un sobre claramente identificado.

TP3:

Grandes tipos negros

Diseño de serie y colección.

Objetivos generales

- Desarrollar una estrategia de trabajo.
- Desarrollar un proyecto de manera conceptual.
- Vincular la tecnología y los mecanismos de producción con ideas proyectuales y de comunicación.

Objetivos específicos

- Vincular los problemas de legibilidad generales con el problema concreto de la puesta en página.
- Desarrollar, construir y manejar la estructura tipográfica.
- Manejar distintos niveles de comunicación a partir de énfasis y jerarquías tipográficas.
- Identificar los problemas, en función de las necesidades de la edición, de diseño y comunicación.
- Manejar y reconocer los códigos editoriales.

Consigna

A partir de un personaje relevante y paradigmático del jazz, deberá desarrollarse una propuesta conceptual y gráfica para una colección de libros y CD musicales.

Desarrollo

En una primera instancia deberá desarrollarse una estrategia de trabajo que derivará en una estructura tipográfica que dé respuesta a la elección tipográfica y sus variables de uso.

Luego se diseñarán las páginas que resulten descriptivas de la problemática global del diseño de la colección, tanto para el libro como para el CD. El libro y el CD no necesariamente deben tener el mismo formato pero sí formar parte del mismo sistema gráfico. Deben poder funcionar también independientemente uno del otro como piezas únicas.

Se entregarán los bocetos montados en dobles páginas sobre cartulina gris de 35x50 cm (flexibles).

Se entregará además, en formato reducido y en una única lámina, la totalidad de las páginas y/o láminas diseñadas.

Se acompañará la presentación con la grilla impresa sobre material transparente con cruces de corte, para que permita superponerla a las páginas y comprender claramente su estructura.

TP4:

WWW

Diseño de un website

Objetivos generales

- Tipografía e identidad.
- Sintaxis y comunicación.
- Estructura conceptual y estructura formal.
- Versatilidad tipográfica. Aplicar conceptos generales para trabajar sobre un soporte no conocido o con una tecnología diferente a la habitual.
- Linealidad y simultaneidad de los vínculos conceptuales.

Objetivos específicos

- Conocer las características del diseño en pantalla.
- Legibilidad en pantalla.
- Aplicar el uso de la grilla en una nueva situación.
- Experimentar con el funcionamiento de la tipografía en soporte digital.
- Manejar y conocer los códigos propios de cada medio de comunicación.

Consigna

Desarrollar un sitio que incluya comunicación comercial, institucional y operativa para la web.

Desarrollo

En base al site designado, alguna de las empresas productoras y comercializadoras de fuentes, software y bibliografía sobre tipografía, se realizará el relevamiento de empresas que brindan servicios similares (benchmarking). A partir de dicha investigación, se desarrollará el diseño de la interfase gráfica del nuevo sitio. Primeramente deberá estudiarse el problema para este soporte en particular y plantear una estructura diseñando el mapa de navegación.

A partir de allí, se definirá la estética de la pieza y se diseñarán cada una de las páginas, indicando la vinculación entre las mismas.

Cada trabajo será realizado por grupos de dos alumnos.

El site deberá contener la información que se considere necesaria, permitiendo la búsqueda específica de información, presentación institucional, descripción de los productos y servicios que brinda, búsqueda por secciones, forma de contactarse y solicitar información o asistencia, acceso al estado de cuenta personal y toda otra sección que se crea pertinente.

Los títulos, las secciones y la estructura serán definidos por cada grupo debiendo ser pertinentes a la empresa elegida. La propuesta deberá dar cuenta claramente del sistema de navegación y los criterios de diseño para la generación de nuevas páginas.

Se entregará un mapa de navegación con la estructura del website y cada una de las páginas impresas en hojas tamaño A4 apaisadas, sin montar y, en un diskette, la captura de pantalla de cada página.

TP5:

DDD.

Experimental y Tridimensional

Objetivos generales

- Experimentar con tipografía y recursos no convencionales.
- Abordar nuevas problemáticas con la tipografía.
- La letra como imagen y la imagen como signo.
- Resolver problemas en otras escalas: el gran formato.
- Aprender a tomar decisiones en un corto plazo, asumir los riesgos tecnológicos y de producción y llevar a cabo un trabajo en equipo.
- Combinar los conceptos gráficos aprendidos para el espacio bidimensional (estructura, color, cuerpo, etc) con las posibilidades expresivas adicionales características de la tridimensión.

Objetivos específicos

- Diseñar un sistema gráfico que se desarrolle en tres dimensiones y que evidencie un objetivo comunicacional desarrollado por el alumno.
- Aprovechar los estímulos de una imagen fotográfica como generadora de argumentos e ideas, y desarrollarlos expresivamente a partir del discurso tipográfico.
- Asumir las limitaciones de la materialidad y experimentar nuevos recursos desde esas condiciones.
- Experimentar con las posibilidades del doblado, el plegado, cortes y troqueles.

Consigna

Se trabajará en grupos de tres alumnos.

A partir de una imagen disparadora, se desarrollará una pieza de comunicación compuesta por dos elementos:

- uno con características laminares*
- otro con características volumétricas*

Estos elementos deberán estar fuertemente vinculados mediante una idea o concepto a definir por los autores de manera que una necesite de la otra para comunicar la idea de la pieza.

El sistema deberá leerse como una pieza tipográfica, independientemente de que cada una de sus partes pueda o no tener tipografía.

La instalación se armará en el aula/taller el día de la entrega. Deberá considerarse que la instalación debe quedar concluida a las 20.30 hs, momento en el que deberán estar listas para su exposición.

El equipo docente brindará asistencia a los alumnos desde el comienzo de la hora de clase.

Pautas generales

Podrá utilizarse cualquier tipo de material.

No existen limitaciones para el uso de color

El elemento laminar deberá estar incluido en una superficie de 90 x 200 cm, vertical.

El conjunto deberá inscribirse dentro de una dimensión máxima de 90 x 200 x 100 cm (ancho/alto/profundidad).

TP6:

¡Extra!

Diseño editorial de diario

Objetivos generales

- Desarrollar una estrategia de trabajo en equipo profesional para un proyecto de gran escala.
- Desarrollar un proyecto de manera conceptual.
- Establecer pautas para la optimización del trabajo en grupo, organizando una clara definición y división de tareas. Fijar cronogramas y manejo del tiempo.
- Vincular los problemas de legibilidad generales con el problema concreto de la puesta en página en un gran formato.
- Desarrollar, construir y manejar la estructura y el programa tipográfico.

Objetivos específicos

- Reconocer distintos tipos de información reflejándolos gráficamente, teniendo en cuenta los distintos elementos de edición y los niveles de comunicación.
- Lograr correspondencia entre la propuesta periodística y la gráfica.
- Identificar los problemas en función de las necesidades de la edición, de diseño y de comunicación.
- Manejar y reconocer los códigos particulares del diseño editorial de un diario.

Consigna

Generar una propuesta editorial nueva en la cual el planteo gráfico y el contenido periodístico formen un todo coherente.

Desarrollo

El ejercicio se desarrollará en grupos cuatro personas.

En una primera instancia se deberá definir la propuesta periodística y la audiencia a la que se va a dirigir la pieza. En base a esto, se generará el nombre y la propuesta gráfica que conforman la identidad del diario, inclusive la paleta tipográfica y de colores a utilizar

El siguiente paso será definir el formato y la grilla base en relación a la elección tipográfica.

Con todos estos elementos se generará un modelo de tapa, tapa catástrofe, falsa doble, doble central y contratapa.

Este sistema se completará con el diseño de tapa de un suplemento a elegir entre las siguientes opciones: Espectáculos, Cultura, Deportes o Joven.

Se entregarán las páginas montadas como dobles o simples, según el caso, sobre cartulina color gris flexible tamaño 50x70 cm doblada al medio o 70x100 cm si fuera necesario. Además, se deberán adjuntar en formato reducido y en una única lámina, la totalidad de las páginas diseñadas. Se acompañará la presentación con la grilla impresa sobre material transparente para comprender claramente su estructura.