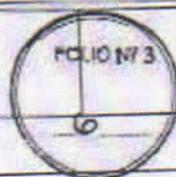


UNIVERSIDAD PROVINCIAL DEL SUDOESTE



FACULTAD: DE DESARROLLO LOCAL Y REGIONAL

PROGRAMA DE: DISEÑO GRÁFICO I

CÓDIGO: 206

HORAS DE CLASE				DOCENTE RESPONSABLE
TEÓRICAS		PRÁCTICAS		
p/semana	p/cuatrim.	p/semana	p/cuatrim.	DOCENTE COLABORADOR
4	64	2	32	Dra. Porras, Erica Marcela D.G. Aguado, Larissa Haily

DESCRIPCIÓN:

El Diseño gráfico es una actividad creativa y técnica que tiene el fin de proyectar ideas, hechos, mensajes, valores a través de la imagen. Dado el veloz crecimiento en el intercambio de información en la actualidad, esta actividad posibilita la comunicación de factores sociales, culturales, económicos, estéticos y tecnológicos.

"Las ciudades han llegado a ser verdaderos soportes para manifestar y divulgar por medio de comunicados de todo visual. Algo similar sucede en el interior de las viviendas: libros, revistas, diarios, televisión, envoltorios y etiquetas de productos de consumo son otras tantas presencias del mismo fenómeno. Rodean al hombre día tras día".

El objetivo principal de esta materia es formar y capacitar a los alumnos, en los conocimientos básicos del Diseño Gráfico, con el fin de que adquieran una aproximación al área de estudio desde los conceptos, necesidades y características básicas.

METODOLOGÍA:

Para dar cumplimiento a los objetivos propuestos, se dictarán clases teóricas y los alumnos realizarán trabajos prácticos. Experimentarán mediante diversas técnicas los diferentes lenguajes del diseño, comprendiendo e incorporando los fundamentos del diseño, la tipografía y la imagen como ejes centrales de la comunicación gráfica. Ejercitarán diseño de baja complejidad, con énfasis en los partidos conceptuales y gráficos.

PROGRAMA SINTÉTICO:

UNIDAD I: Fundamentos del Diseño. Miradas sobre los diseños. La Construcción de la Imagen. Comunicación Visual. Distintas representaciones de la Imagen. Lenguajes Visuales.

UNIDAD II: Tipografía. Construcción del discurso visual.

UNIDAD III: Identidad / Comunicación. Sistemas de Identidad.

PROGRAMA ANALÍTICO:

UNIDAD I: Fundamentos del Diseño. Miradas sobre los diseños. La Construcción de la Imagen. Comunicación Visual. Distintas representaciones de la Imagen. Lenguajes Visuales.

Conceptos. Objetivos del diseño. Tipos de diseño. Elementos fundamentales. Partido conceptual y materialización de conceptos. Fases del proyecto gráfico. Tratamiento de la imagen y el texto. Introducción a la imagen. Imagen y estética.

¹ Munari, B. (2014). *Diseño y comunicación visual*. Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili S.A.

Vigencia a partir del año: 2016

[Handwritten signatures]

UNIVERSIDAD PROVINCIAL DEL SUDOESTE



FACULTAD: DE DESARROLLO LOCAL Y REGIONAL

PROGRAMA DE: **DISEÑO GRÁFICO I**

CÓDIGO: 206

Teoría y manejo del color. Medios y técnicas de expresión: color, textura, tinta, lápiz, fotografía, ilustración, etc. Introducción a las organizaciones. Estructura, grilla, módulo. Archivos gráficos, formatos de imagen.

• Miradas sobre los diseños.

La actividad proyectual. Áreas y funciones del diseño, inserción en el hábitat. Relación arte - diseño. Rol profesional del diseñador. Responsabilidad social y cultural. Diseño gráfico y comunicación. La realidad del diseño en el entorno. La arquitectura, el diseño industrial. Análisis y clasificación de la producción de comunicación diseñada y no diseñada en nuestro entorno. El campo disciplinar y el mercado del diseño.

• La Construcción de la Imagen. Comunicación Visual.

El lenguaje y la visión. El acto perceptivo. Análisis de las estructuras morfológicas, comunicacionales, históricas y tecnológicas; su interrelación con los productos de diseño vinculados al contexto socio-cultural.

La imagen fotográfica. Componentes Visuales de la Fotografía. Modo de Representación. Convenciones de la Fotografía. Elementos básicos de la técnica. Experimentación y relevo. El Mensaje Fotográfico. La fotografía como práctica. Procedimientos de construcción de sentido. Denotación y connotación. Función de anclaje y relevo.

• Distintas representaciones de la Imagen. Lenguajes Visuales.

La representación como fenómeno comunicacional: códigos y lenguajes. Lenguajes de representación visual. Técnicas. Collage, ilustración plástica, fotomontaje y comic. Procesos de síntesis y complejización. El signo, el símbolo, el índice y la señal. El ideograma: evolución hacia el pictograma. Evolución histórica, la abstracción y la iconicidad. Los lenguajes como vehiculadores de sentidos.

UNIDAD II: Tipografía. Construcción del discurso visual.

Legibilidad. Características del tipo, aspectos formales y semánticos (énfasis, tipografía como signo y símbolo). Estilos tipográficos. Funcionalidad y lectura. Formas básicas de composición. La letra, la palabra, el texto.

La tipografía como imagen. Técnicas de representación.

• Construcción del discurso visual.

Introducción a la retórica de la imagen. Operaciones de refuerzo semántico. Análisis denotativos y connotativos. Operaciones tipográficas puras y tipográfico-icónicas. Estructuras Compositivas. La retícula. Puesta en página. La tipografía como código e imagen de comunicación. Interacción imagen-tipografía. Usos tipográficos. Estructuración del campo visual. Diagramación. Configuración de elementos del discurso visual. Procedimientos para construcción de sentido en piezas gráficas. Características de las diferentes tipologías gráficas. Experimentación en la interpretación visual de la comunicación de alto impacto.

UNIDAD III: Identidad / Comunicación. Sistemas de Identidad.

Vigencia a partir del año: 2016

[Handwritten signatures and initials]

UNIVERSIDAD PROVINCIAL DEL SUDOESTE

FOLIO N°
3/3
B

FACULTAD: DE DESARROLLO LOCAL Y REGIONAL

PROGRAMA DE: DISEÑO GRÁFICO I

CÓDIGO: 206

Introducción a Sistemas simples. Relación de organización, imagen, tipografía y pensamiento. Diseño aplicado. Diseño de marca. Imagen Institucional. Diseño de piezas de comunicación: logotipo, papelería personal y comercial (hoja membretada, tarjeta, sobre) afiche, folleto, carpeta institucional. Diseño de piezas de comunicación: únicas o como parte de un sistema visual. Nociones de técnicas de impresión y preparación de originales. Ejecución de Proyecto.

• Sistemas de Identidad.

Conceptos de identidad. Procedimientos de construcción de identidad. Criterios de selección de rasgos y atributos de identidad. Marca como signo, isotipo y logotipo. Identificación. Introducción a los sistemas gráficos, mecanismos de análisis y reflexión para comprender la relación entre parte y totalidad. Sistema gráfico de identidad de baja complejidad.

BIBLIOGRAFÍA

- Chaves, N. (1994). *La imagen corporativa*. Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili S.A.
- Frutiger, A. (1993). *Signos, símbolos, marcas y señales*. Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili S.A.
- Johansson, K.; Lundberg, P.; Ryberg, R. (2011). *Manual de producción gráfica. Recetas*. Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili S.A.
- Wheeler, A. (2013). *Diseño de Marcas*. Madrid, España: Editorial Anaya Multimedia.
- Wong, W. (1995). *Fundamentos del Diseño*. Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili S.A.

DOCENTES RESPONSABLES		FIRMA 
Dra. Porras, Erica Marcela		
D.G. Aguado, Larissa Haily		
VISADO		
DECANO DE FACULTAD	SECRETARIO ACADÉMICO/ DIRECTOR ACADÉMICO	
Mg. GONZALO SEMILLA DECANO FACULTAD DE DESARROLLO LOCAL Y REGIONAL UNIVERSIDAD PROVINCIAL DEL SUDOESTE	LIC. MARIA CLAUDIA LUTZ DIRECTORA COORD. EDUCACIÓN UNIVERSIDAD PROVINCIAL DEL SUDOESTE	
FECHA y RESOLUCIÓN: 20/05/16 - CD 22 N° 126/16		FECHA: 14-03-2016
Vigencia a partir del año:	2016	