

| HORAS DE CLASE |            |           |            | DOCENTE RESPONSABLE               |
|----------------|------------|-----------|------------|-----------------------------------|
| TEÓRICAS       |            | PRÁCTICAS |            | D.I Danna Gallego                 |
| p/semana       | p/cuatrim. | p/semana  | p/cuatrim. | DOCENTE COLABORADOR               |
| 4              | 64         | 2         | 32         | Téc. Marcos Antonio Soliz Sánchez |

**DESCRIPCIÓN:**

*Vivimos en un medio en donde casi todo lo que nos rodea ha llegado a ser un soporte para la comunicación visual, desde la localidad en la cual vivimos, hasta los productos de consumo que encontramos en nuestra casa. Las redes sociales y las diferentes plataformas digitales no escapan a este fenómeno.*

*Esta asignatura tiene como objetivo adquirir nociones básicas del diseño gráfico de diseño 2D con el fin de que los estudiantes tengan una primera aproximación con el área de estudio que les permita seleccionar, sintetizar y ordenar la información necesaria que permita describir y comunicar un proyecto.*

**PROGRAMA SINTÉTICO:**

**UNIDAD TEMÁTICA I:** Fundamentos del diseño. Miradas sobre los diseños. La construcción de la imagen. Comunicación visual. Distintas representaciones de la imagen. Lenguajes visuales.

**UNIDAD TEMÁTICA II:** Tipografía. Construcción del discurso visual.

**UNIDAD TEMÁTICA III:** Identidad / Comunicación. Sistemas de identidad.

**PROGRAMA ANALÍTICO:** **Contenidos mínimos:** Figura y fondo. Teoría del color. Psicología del color. Tono, valor, saturación. Fundamentos del tratamiento de la imagen y el texto. Medios y técnicas de expresión: color, textura, tinta, lápiz, fotografía, ilustración, etc. Nociones de tipografía: características del tipo, aspectos formales y semánticos (énfasis, tipografía como signo y símbolo). Nociones de técnicas de impresión y preparación de originales. Diseño de piezas de comunicación: logo, 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.

**UNIDAD TEMÁTICA I:** Fundamentos del diseño. Miradas sobre los diseños. La construcción de la imagen. Comunicación visual. Distintas representaciones de imagen. Lenguajes visuales.

**Fundamentos del Diseño.**

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.

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

**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 vehiculizadores de sentidos.

**UNIDAD TEMÁTICA II: Tipografía. Construcción del discurso visual.****Tipografía.**

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 TEMÁTICA III: Identidad / Comunicación. Sistemas de identidad.****Identidad / Comunicación.**

Introducción a sistemas simples. Relación de organización, imagen, tipografía y pensamiento. Diseño aplicado. Diseño de marca. Imagen Institucional. Diseño de piezas de comunicación: representación gráfica de la marca, papelería personal y comercial (hoja membretada, tarjeta, sobre) afiche, folleto, carpeta institucional, publicaciones para plataformas digitales. 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.

El presente Programa se ha elaborado bajo responsabilidad de las/los docentes cuyas firmas se exponen a continuación. Las autoridades de cada Facultad, y de la Secretaría General Académica o Dirección de Coordinación Educativa de esta Universidad suscriben prestando conformidad.



GOBIERNO DE LA PROVINCIA DE BUENOS AIRES  
2022 - Año del bicentenario del Banco de la Provincia de Buenos Aires

**Hoja Adicional de Firmas**  
**Anexo de Firma Conjunta**

**Número:**

**Referencia:** [Programa] Fundamentos del Diseño I (Cód. 523)

---

El documento fue importado por el sistema GEDO con un total de 3 pagina/s.

