



Programa Analítico

2025

Unidad 1

La aparición de la imprenta y la especialización en la comunicación visual

1.1 Antecedentes de la especialización en la comunicación visual. La evolución del libro: del papiro al códice. La aparición de la imprenta y su rápida expansión. La imprenta gutenberguiana y sus características. La relación de la imprenta con las tendencias estéticas del Renacimiento. Las teorías de la autonomía del arte y el rol del diseño en la modernidad. La evolución del libro durante el período de incunables. El surgimiento del mercado de libros y autores. La aparición de los Estados nacionales en el campo de la comunicación visual. La tipografía como oficio; tipógrafos y editores: Jenson, Manuzio, Garamond, Tory.

1.2. Del Renacimiento a la Revolución Francesa. El desarrollo del diseño y la influencia estética de los sucesivos movimientos artísticos: Manierismo, Barroco, Rococó y Neoclasicismo. La Reforma y Contrarreforma católica y su impacto en el campo de la edición. La conformación del “Antiguo Régimen Tipográfico” y sus características. Los límites prácticos del taller gutenberguiano. El neoclasicismo y la Enciclopedia como expresión de la Ilustración. El desarrollo de la tipografía y la importancia del contexto social, económico y cultural. Los grandes tipógrafos y la evolución de la tipografía como sistema: Grandjean, Baskerville, Fournier, Didot, Bodoni.

1.3. El regreso de la imagen al mundo del libro. La triple influencia para su regreso: ciencia, educación y revolución industrial. La relación arte-ciencia-industria. La Revolución industrial, antecedentes y consecuencias. Avances tecnológicos y su impacto sobre la gráfica. Los nuevos métodos de reproducción de imagen: xilografía a la testa, grabado en acero y litografía. La aparición de la fotografía y su impacto en la gráfica. Los periódicos ilustrados. La viñeta romántica. El impacto de la tecnología industrial en el diseño en comunicación visual y las consecuencias negativas de la industrialización de las técnicas.

Unidad 2

Primeras respuestas del diseño al impacto de la Revolución Industrial

2.1. Los cambios en el arte: Romanticismo y Realismo. La Hermandad Prerrafaelista y el regreso de la autoría colectiva en el arte. El mundo medieval como inspiración. Las teorías estéticas de

John Ruskin. Los antecedentes de la agrupación Arts and Crafts en Inglaterra. Williams Morris y su programa de reforma de las artes y la sociedad. La búsqueda de la visión unificada en la producción de objetos de diseño. La Kelmscott Press y la importancia del libro y la tipografía en el nuevo esquema.

2.2. La irrupción del arte no académico: Impresionismo, Puntillismo, Fauvismo. La Revolución Industrial y la demanda por publicidad. El cartel y la prensa como vectores de la comunicación visual publicitaria. La evolución de la tipografía publicitaria y sus efectos en el mundo editorial. La calle como vidriera y soporte publicitario. La ciudad moderna y su relación con la aparición del cartel moderno. La litografía y sus posibilidades. El desarrollo del cartel moderno y sus características: Chéret, Grasset, Toulouse Lautrec. El Art Nouveau y su alcance. La difusión de este nuevo estilo a nivel global: Jugendstil, Liberty Style, Escuela de Glasgow, Modernismo. La obra de Alphonse Mucha.

2.3. El expresionismo alemán; sus vertientes. El impacto en la gráfica. La Secesión vienesa: Gustav Klimt, Koloman Moser, Olbrich. La Wiener Werkstatte y el expresionismo austríaco. Ruptura y continuidad con los postulados de la Secesión vienesa. La obra gráfica de Joseph Hoffman y Oskar Kokoshka. El Plakatstil y la obra de Lucian Bernhard y Ludwig Hohlwein. La Deutsche Werkbund, prolegómeno del diseño moderno: se retoma el debate arte-industria. El debate artesanía vs estandarización; Henri Van de Velde y Hermann Muthesius. Alemania y el racionalismo naciente con la obra de Peter Behrens.

Unidad 3

La irrupción de la vanguardia y su impacto en la comunicación visual

3.1. El fenómeno de las vanguardias. La vanguardia como fenómeno social y estético del siglo XX. Definición y características. Sus formulaciones teóricas en relación a las artes visuales y su relación con el diseño. Vanguardias negativas y constructivas. Las primeras vanguardias y la conformación del concepto estético y teórico de la vanguardia: Cubismo y Futurismo. Las vanguardias y su relación con las artes aplicadas y el diseño: Futurismo, Neoplasticismo, Dadaísmo. El surrealismo.

3.2. Vanguardia y revolución: la experiencia constructivista. Antecedentes prerevolucionarios en Rusia: suprematismo, rayonismo, constructivismo no utilitario. Los artistas y la guerra civil rusa: agitprop y plan monumental. Los talleres Vkhutemas y el Constructivismo ruso. Las teorías productivas y la abolición de los límites entre arte y trabajo. La obra de Popova, El Lissitzky, Rodchenko, Klutis y otros. El cartelismo soviético. Los hermanos Stenberg. Las tensiones entre la vanguardia política y la artística.

3.3. La Bauhaus. La figura de Walter Gropius. Los distintos cambios ideológicos en la orientación de la escuela: del expresionismo inicial a la alianza arte-técnica. Influencia de las vanguardias como el constructivismo y Neoplasticismo. El racionalismo de Hannes Meyer. El aporte de Mies van der Rohe. La gravitación decisiva del pensamiento de Kandinsky en la escuela. Las teorías de Laszlo Moholy Nagy, Josef Albers y su Nueva Visión: la búsqueda de la racionalidad y los nuevos medios de expresión. Bayer, Schmidt y la tipografía. Un nuevo capítulo del debate arte-industria. El legado de la escuela Bauhaus en Europa y América.

Unidad 4

La evolución del diseño masivo no vanguardista en el período de entreguerras

4.1. Jan Tschichold y el movimiento de la Nueva Tipografía. Una estética moderna para el diseño gráfico y tipográfico. Sus primeros trabajos en Alemania. Influencias vanguardistas. La Nueva Tipografía de los años veinte. Su radicalización en Suiza y la renuncia a los postulados de vanguardia. Su aporte al diseño editorial y la tipografía. La obra precursora de diseñadores independientes. Composiciones asimétricas y diseños caracterizados por la objetividad. Ladislav Sutnar, Piet Zwart, Paul Schiutema y otros. La influencia de las vanguardias en el diseño suizo de entreguerras.

4.2. El Art Decó, estilo dominante de las artes aplicadas. Su difusión global y su relación con el contexto de la posguerra. La influencia de los nuevos medios de comunicación y el diseño editorial. EE.UU. como nuevo polo cultural en la posguerra. La migración de artistas europeos a América. El boom del diseño editorial estadounidense. La incipiente aparición de diseñadores locales en los EE.UU. El estallido de la segunda guerra mundial y sus demandas a nivel comunicación visual.

Unidad 5

El diseño en comunicación visual en la Argentina y Latinoamérica hasta 1945

5.1. Introducción y antecedentes históricos: la imprenta en América. La experiencia de la imprenta guaraníca: edición, tipografía e ilustración. La importancia de la Universidad en el diseño colonial rioplatense. La imprenta de los Niños Expósitos. La independencia, las primeras publicaciones periódicas y el surgimiento de las primeras casas de grabado comercial. El período rosista: prensa y control estatal. El país después de Caseros y el surgimiento de los periódicos ilustrados populares de sátira política: el Mosquito y el Quijote.

5.2. El ascenso de las élites al poder y la entronización del modelo cultural europeo. El surgimiento de los periódicos masivos de interés general: Caras y Caretas. Los efectos de la educación masiva y la democratización de la vida política con la llegada del radicalismo al poder. El auge de la publicidad en el período de entreguerras. El boom editorial y la aparición de las publicaciones masivas. El grupo Florida: su adhesión al modelo eurocéntrico y su relación con las vanguardias artísticas.. El grupo Boedo: la búsqueda de una visión artística nacional. Los grabadores populares y el mundo editorial.

5.3. El diseño en Latinoamérica. La llegada de la imprenta a las Américas. Relación entre diseño y desarrollo en los distintos países latinoamericanos. La sombra de Europa en el ámbito cultural. La huella autóctona en los ilustradores y grabadores de la región. El despertar político durante el siglo XX y su impacto en la gráfica. La reivindicación de la herencia estética indigenista: Perú y México.

Unidad 6

La segunda posguerra y los Estilos Nacionales

6.1. El estilo Milanés. Antecedentes e influencias: el estudio Boggieri y las vanguardias de preguerra. El Plan Marshall y la recuperación de la industria italiana. La industria y el comercio como comitentes e impulsores del diseño moderno italiano. El mudo de la publicidad. El diseño editorial especializado y la difusión de las ideas italianas en la comunicación visual y el diseño industrial. La innovación en los programas de identidad corporativa y su alcance internacional. Las características intrínsecas del diseño italiano y su pragmatismo.

6.2. La Nueva Gráfica Suiza. Antecedentes e influencias. Suiza como refugio del vanguardismo en el arte y el diseño durante la Segunda Guerra Mundial. La influencia estética del Arte Concreto: la obra pionera de Max Bill. La búsqueda de la unidad arte/ciencia. Las escuelas de Zurich y Basilea y la búsqueda de la "Buena forma". El desarrollo de la metodología de diseño suiza: el programa de diseño. El enfoque científico aplicado al diseño editorial y publicitario. La industria farmacéutica suiza como vector de difusión global de este concepto de diseño. Proyección e influencia global.

6.3. La Hochschule fur Gestaltung (HfG) de Ulm. Antecedentes e influencias. Desnazificación y resurgimiento de la República Federal Alemana. Orígenes y etapas de la escuela: las ideas de Max Bill y la teoría y la enseñanza de Tomás Maldonado.. El abandono del "formalismo" y la consagración de la orientación científica en la metodología del diseño. Los programas de desarrollo: Braun y las olimpiadas de 1972. La incorporación de otras ciencias en la enseñanza del diseño. La definición de la incumbencia profesional del diseñador y la consagración del concepto de comunicación visual. Tensiones políticas y cierre. El legado de la HfG en la práctica y la enseñanza del diseño.

6.4. El diseño editorial estadounidense desde los años '40 y la importancia del Director de arte. La revista como medio de información y circulación masiva; su auge desde la Segunda Guerra Mundial. La época dorada de los directores de arte: Alexei Brodovich, Mehemed Fehm Agha en los Estados Unidos. La importancia de la imagen y la fotografía en el discurso visual y la influencia de las vanguardias y el racionalismo europeo. Otras experiencias en los años '50 y '60.

6.5. La escuela de Nueva York. El afianzamiento de los Estados Unidos como nuevo polo del arte y el diseño moderno después de la Segunda Guerra Mundial. Las nuevas escuelas y la emigración europea. La gráfica estadounidense hasta los años sesenta. La influencia del expresionismo abstracto y la influencia de la vanguardia. La obra pionera de Lester Beall. Paul Rand y la categorización artística del trabajo del diseñador. William Golden, Bradbury Thompson y Saul Bass. El auge de la imagen corporativa: el modelo estadounidense.

6.6. La experiencia única del cartel polaco. El establecimiento del Estado socialista en Polonia y su influencia en el desarrollo del diseño. Antecedentes e influencias. La retórica de la imagen en el cartel polaco. El establecimiento de una escuela del cartel polaco. Relación entre creación y censura estatal. La influencia de sus obras en el diseño europeo de los años '70 y '80. La caída del socialismo y la pérdida de influencia en la gráfica del país.

Unidad 7

El diseño en comunicación visual y el fin de la modernidad

7.1. El Pop Art y la reacción antimoderna. Contexto socio-cultural de los años 60. Los inicios del Arte Pop en Inglaterra y su posterior desarrollo en los Estados Unidos. La vanguardia neoyorquina: Jaspers John, Andy Warhol, Claes Oldenburg, Roy Lichtenstein y otros. El Pop en Europa. Psicodelia, Hippismo y cultura pop. La obra de Victor Moscoso. Peter Max, Wess Wilson. Gráfica underground. Diseño editorial: la revista OZ y otros ejemplos.

7.2. El retorno de los historicismos. El caso Push Pin. La obra de Milton Glaser en los años '60 y '70. La renovación editorial y publicitaria. La Escuela de California y la búsqueda de una nueva estética popular. Los programas de identidad corporativa y la adaptación de los modelos europeos. Teoría y práctica universitaria: Chermayeff y Geismar.

Unidad 8

Comunicación visual y posmodernidad

8.1. La Postmodernidad. Distintas ideas sobre la posmodernidad en el campo de la filosofía y el arte. Jean François Lyotard, Gianni Vattimo y otras posturas. Las corrientes postmodernas en Estados Unidos y Europa.

8.2. La postmodernidad en el diseño. Wolfgang Weingart y la renovación de la gráfica suiza. La estética Punk y su influencia en la gráfica masiva. El colectivo Grapus y el diseño con compromiso social y antisistema. El modelo colectivo de Pentagram. La New Wave revolución de la imagen a partir de la tecnología informática. La escuela Cranbrook y la teorización del diseño posmoderno. El abandono y ruptura de los preceptos del diseño moderno en el campo editorial y publicitario: Carson, Scher y otros.

Unidad 9

El diseño en comunicación visual en la Argentina y Latinoamérica desde 1945 hasta la actualidad

9.1- El diseño argentino en la posguerra. La llegada del Peronismo y el diseño motorizado desde el Estado. La comunicación visual peronista; sus objetivos, recursos y estilemas recurrentes. Los exponentes argentinos de las vanguardias internacionales. El grupo Arte Concreto-Invencción y el Grupo Madí. Su relación con el diseño. La revista Nueva Visión y su legado nacional e internacional. La aparición de nuevas agencias de publicidad y la aplicación del diseño de base científica al mundo comercial.

9.2. Argentina en los años sesenta. La influencia de la HfG de Ulm y la incorporación del Diseño dentro de las disciplinas universitarias. El boom editorial de los años 60 y 70. El desarrollismo: diseño e industrialización. El departamento de diseño Instituto Di Tella. La aplicación de programas de diseño por parte del Estado. Los diseñadores Distéfano, Carozza, Giménez, Fontana, Shakespear. Violencia política y Dictadura. El diseño y la recuperación de la democracia: prensa y música. La llegada de Menem y los cambios económicos de los 90 como motorización del diseño. Cambios políticos y tecnológicos. El nuevo milenio y el renovado rol del Estado.

9.3. Diseño en comunicación visual en América Latina en la posguerra. Crecimiento e industrialización. Situación del Diseño a partir de la década del 50. Condiciones tecnológicas y contexto de los distintos países latinoamericanos. Casos paradigmáticos: Cuba, México, Brasil, Chile y Colombia. Caracterizaciones generales. Personajes destacados. Principales áreas de diseño desarrolladas en cada país. Diseño y efervescencia política en la región.