

Programa Taller de diseño en comunicación visual 3C

CARRERA: DISEÑO EN COMUNICACIÓN VISUAL, FACULTAD DE ARTES, UNLP

AÑO EN QUE SE CURSA: TERCERO

MODALIDAD: TEÓRICO/PRÁCTICA

SISTEMA DE PROMOCIÓN: DIRECTA

CARGA HORARIA SEMANAL: 6 HS.

CURSADA: ANUAL

Contenidos mínimos

Gráfica de impresos y virtuales. Diagramación y tipografía. Legibilidad. Imagen. Aspectos sintácticos, semánticos y pragmáticos. Sistematización de publicaciones. Diagramación de identidad/sistema. Factores intervinientes en una pieza editorial. Los medios. El discurso. La información. Hábitos de lectura. Dirección, secuencia, tiempo e interacción con el lector. Continente y contenidos. Espacio gráfico. Espacio visual. Estructuración del campo visual. Estilos visuales. Página, caja, columnas y filas. Concepto de grilla y no grilla. Puesta en página. Tipografía, variantes y usos. Función semántica de la tipografía. La imagen. Convivencia de imágenes y textos. Criterios de jerarquización y orden. Sistemas editoriales. Particularidades de la comunicación multimedial. La pantalla como espacio visual. Comunicación e interactividad. Secuencias interactivas de interfaces gráficas. La comunicación visual en el desarrollo de interfaces. Arquitectura de la información y usabilidad. Accesibilidad. Medios y soportes digitales. Nuevos formatos: comunicación en la web. Dispositivos y particularidades. El diseño en la red. Diseño responsive y dispositivos móviles. Aplicaciones. Almacenamiento, transferencia e impresión.

Objetivo general

Desarrollar habilidades para realizar investigaciones de campo, que permitan profundizar la capacidad para el análisis crítico y la formulación de hipótesis, adquiriendo habilidades para producir piezas de diseño que respondan a las funciones comunicativas que estas deban asumir.

Objetivos específicos

- Conocer la problemática del diseño de información estática y de información dinámica. La especificidad de cada medio, sus condicionantes y valoración como soportes de comunicación.
- Aprender a interpretar a los emisores, sus mensajes y a considerar la influencia del contexto en el que operan y las características y expectativas de las audiencias.
- Conocer y experimentar los pasos metodológicos para asistir en el área de diseño de información.
- Enseñar el diseño editorial en medios gráficos y medios multimediales, el diseño de información como eje temático del nivel.
- Propiciar que lxs alumnxs experimenten y comprendan el comportamiento de todos los elementos que intervienen en un espacio visual.
- Descubrir los principios fundamentales de la diagramación y las distintas alternativas de orden y jerarquización que posibilitan las variables de articulación texto-fondo-imágenes aplicables en cualquier pieza de comunicación.
- Incorporar conocimientos teórico-conceptuales que permitan intervenir en el fenómeno transmedia, aportando soluciones desde la comunicación visual.
- Conceptualizar las diferentes problemáticas como sistemas coherentes, interactivos y dinámicos insertos en un entorno físico y cultural en permanente modificación.
- Conocer la problemática del diseño de información estática y de información dinámica. La especificidad de cada medio, sus condicionantes y valoración como soportes de Comunicación

Contenidos

Los contenidos de la materia están desarrollados de menor a mayor complejidad de primer a quinto año respectivamente. Los primeros años el desarrollo de los trabajos prácticos está enfocado más a una búsqueda experimental teórico/práctica para que los alumnos incorporen la mayor cantidad posible de herramientas y metodologías para la práctica del diseño.

A partir de tercer y cuarto año los trabajos prácticos, que siguen siendo experimentales, comienzan a tener una mayor vinculación con la práctica profesional real. En quinto año los alumnos desarrollan una tesina de grado que implica resolver una problemática real.

Diseño de información impresa: funcional, didáctica y persuasiva.

Medios gráficos de comunicación. Clasificación. Circuito editorial.

Tipografía. Grilla. Diagramación.

Libros, revistas, periódicos y otras publicaciones. Dinámica específica de cada medio. Anatomía y estructura.

Relación sistémica entre códigos de comunicación icónicos, lingüísticos, cromáticos, estructurales.

Valorización, roles y jerarquías.

Imagen e ideología. Competencia y mercado de inserción.

Diseño de información dinámica:

Concepto de tiempo. Relato gráfico. Secuencialidad. Sistemas multimediales.

Internet. La página Web. Publicaciones electrónicas.

Elementos comunicacionales

Conceptos e implementación

Soporte/ material visual, virtual. Costos. Mercado. Clasificación

Tipografía / familias. Correcciones ópticas. Proporciones. Tipografía como texto. Tipografía como imagen.

Legibilidad. Fuentes. Mercado.

Imagen / modos de representación. Variables tecnológicas. Estática y dinámica.

Áreas de trabajo. Plano, espacio, movimiento.

El proceso de diseño. Metodologías.

Diseño de información de baja complejidad

Diseño para información, entretenimiento y difusión cultural.

Editorial. Libro. Plaquetas tipográficas. Libro de artista. Sistema tipográfico para ediciones. Sistematización de ediciones. Ediciones independientes. Troqueles. Sistemas de impresión. Acabados superficiales. Investigación y análisis. Diseño y diagramación. Contenido estructural. Procesamiento de la información. Producción. Circuito editorial.

Diseño de información de mediana complejidad

Secuencia. Continuidad. Editorial. Revista y mercado. Revista cultural independiente. Fascículo. Circuito de distribución. Diseño para informar / persuadir / educar. Desarrollo de estrategias. Información. Redundancia y ruido. Creatividad y comunicación. Condicionantes tecnológicas.

Diseño de información de alta complejidad

Infografía impresa y digital. Edición de la información verbal y gráfica. Síntesis informativa. Infogramas. Mapas. Folleto/tipos de plegado para la distribución/jerarquización de la información. Contexto. Función. Usuario. Diseño de información en packaging. Distribución de la información en espacios 3D. Diseño para redes sociales/aplicaciones. Estrategia para posicionamiento de productos. Interacción del mensaje literal/mensaje metafórico para informar/persuadir.

RÉGIMEN DE CURSADA

La regularización depende de la aprobación del 100% de los trabajos prácticos. Esto implica que los alumnos sean evaluados constantemente. Definimos las consignas para la evaluación de la siguiente manera:

- Trabajos prácticos.
- Ejercicios de experimentación creativa visual.
- Práctica de observación en terreno.
- Lectura de bibliografía obligatoria y apuntes de cátedra.
- Clases expositivas.
- Apoyo audiovisual
- Exploración en Internet.

La asistencia a las clases es obligatoria durante todo el año lectivo, y las horas de cursada son tiempo de trabajo específico del alumno, y no un espacio de mera corrección de trabajos ya realizados. Dentro de las mismas se dictarán clases teóricas.

Los ejercicios serán grupales y/o individuales, según los temas y objetivos.

Se efectuarán entregas parciales con carácter obligatorio, que serán debidamente notificadas a los alumnos, y que serán evaluadas por el docente respectivo.

Los resultados de estas evaluaciones constituirán, tanto para el docente como para el alumno, un estado de situación de los trabajos prácticos, lo que evitará resultados sorpresivos en la evaluación final. El no cumplimiento de estas instancias serán tomadas como no satisfactorias.

La evaluación se define en relación a los objetivos básicos de la materia, y a los objetivos específicos de cada ejercitación, que serán enunciados expresamente por los docentes, en cada caso conjuntamente con el enunciado del TP.

La calificación final no necesariamente deberá coincidir con el promedio de las obtenidas durante el año, y se tendrá en cuenta la evolución del alumno.

BIBLIOGRAFÍA ESPECÍFICA

- Baines, Phil; Haslam, Andrew. Tipografía. Función, forma y diseño. Barcelona: G.G.
- Brockman, Muller (2ª edición 1992) Sistemas de retículas. Gustavo Gili, Barcelona.
- Carter, Rob. Diseñando con tipografía. Rotovisión, Barcelona, 1997
- Costa, Joan. La esquemática. Visualizar la información. Paidós 1998
- Fontana, R. Pensamiento tipográfico. Edicial, Bs. As., 1996.
- Frutiger, Adrian. El libro de la tipografía. Barcelona: G.G.
- Morison, Stanley. Unos tipos duros.
- Samara, Timothy. Diseñar con y sin retícula. Barcelona: G.G. 2011
- Torné, Emilio. La mirada del tipógrafo.
- Zappaterra, Yolanda. Diseño editorial. Periódicos y revistas. Barcelona: G.G.