
Carrera de Ciencias de la Comunicación

Año lectivo 2008

Programa: Comunicación Visual Gráfica I

Prof. DCV Fabián Silva Molina

Facultad de Filosofía y Letras

UNT

Comunicación Visual Gráfica I

Objetivos generales

Introducir a los alumnos en la problemática inherente a la comunicación visual gráfica contemporánea. Lograr que durante el cursado de la materia, los estudiantes puedan adquirir un conocimiento sistematizado de los aspectos fundamentales vinculados a la teoría y a la práctica del diseño gráfico propios de la comunicación visual.

Objetivos particulares

Que el alumno:

- a- Incorpore las categorías específicas de la teoría de la comunicación visual gráfica y adquiera competencia en la utilización de las mismas.
- b- Sea capaz de discernir los distintos elementos que constituyen los lenguajes visuales gráficos.
- c- Conozca los diferentes géneros que constituyen la disciplina y la pertinencia de cada uno.
- d- Comprenda los diferentes niveles (interdisciplinarios) que son necesarios articular y coordinar para que un proyecto comunicacional gráfico sea exitoso.
- e- Conozca los aspectos generales más relevantes de las tecnologías que intervienen en la práctica concreta de la comunicación visual gráfica
- f- Se introduzca en la problemática de la investigación.
- g- Logre un adecuado nivel de alfabetización visual.

Importancia de la comunicación visual gráfica

La comunicación visual es un componente esencial en la comunicación actual. La velocidad de los mensajes, lo efímero de alguno de ellos y la mediatización de las relaciones humanas hacen necesario un estudio minucioso de técnicas de comunicación alternativas a la verbal.

El poder de concentración en los seres humanos va disminuyendo drásticamente. El zapping lo llevó a 12 segundos y con internet de banda ancha, la capacidad de concentración ronda los 9 segundos. Si pensamos que la concentración más baja del reino animal es la de los peces y que ésta es de 6 segundos, se hace evidente que la comunicación humana tiende a acortar drásticamente el tiempo en el proceso de comunicación. En estas circunstancias, lo visual adquiere una dimensión verdaderamente estratégica.

Sostenemos que lo visual, si bien no configura un lenguaje articulado como el lenguaje verbal, tiene el mismo poder de generación de mensajes. La carga semántica que introduce el discurso visual hace de este un arma poderosa en cualquier esquema de comunicación. Pero, al tener su sintaxis reglas propias, se torna opaco para quien no posee las herramientas para comprender su articulación.

Sobre esa opacidad se montan los articuladores de mensajes visuales para poder penetrar nuestra voluntad condicionándonos la capacidad de elección. Basta una rápida mirada a la góndola de bebidas alcohólicas para saber cuáles están dirigidas al público joven y cuáles al público adulto. El mecanismo funciona como un reloj: quienes articulan los mensajes visuales están asistidos interdisciplinariamente para lograr su efectividad. El público cree que elige cuando en realidad su voluntad está orientada desde la publicidad y la comunicación visual hasta la góndola.

Por todo esto, el objetivo de esta materia es lograr que el profesional en Ciencias de la Comunicación tenga las herramientas necesarias para poder desarticular los procesos de comunicación visual y que sus mecanismos se hagan tan transparentes como los de la comunicación verbal. No intentamos formar diseñadores, ni periodistas que puedan hacer solos su propia revista. Pretendemos formar decodificadores inteligentes de las herramientas que se utilizan para la comunicación efímera, veloz o intencional, aquella contra la que no tenemos defensas concientes y que nuestra vulnerabilidad es absoluta.

Fabián Silva Molina

Diseñador en comunicación visual

Comunicación Visual Gráfica I

Programa de la materia

Bolilla 1

Panorama histórico y social de la comunicación visual.

Primeras expresiones visuales. Las pinturas rupestres. Primeros registros escritos. La invención de alfabetos. Evolución de los soportes de escritura. Condicionamientos tecnológicos. El arte sacro como sistema de comunicación. La introducción del papel en Europa. El producto gráfico medieval: el libro. Sistemas de reproducción. La invención de la imprenta. El nacimiento de la tipografía de molde. Los primeros tipógrafos y sus diseños. La producción de tipos. La linotipia y la monotipia. Las nuevas tecnologías y su consecuencia en el diseño. Las nuevas tipografías. Otros sistemas de reproducción: Litografía, serigrafía y xilografía. La fotografía en la reproducción tipográfica. El sistema Offset y sus posibilidades de diseño. Nuevas escuelas de diseño: El constructivismo, De Stijl y la Bauhaus. Su influencia. Los sistemas de composición en frío y La evolución de la tipografía. La cuatricromía y citocromía. La evolución de los sistemas de impresión. La irrupción de la informática en el diseño. Posibilidades tecnológicas de preimpresión. Sistemas y standarización. La irrupción del diseño en la informática: del fósforo verde a los sistemas *Wysivyg*. El rol de la comunicación visual en la popularización de la informática. La comunicación visual en la actualidad.

Bolilla 2

Elementos del lenguaje visual: punto, línea y plano.

La diferencia entre los lenguaje articulados y los lenguajes no articulados. Elementos del lenguaje visual: punto, línea, plano. El punto como unidad mínima de articulación. Posibilidades. El punto como unidad generativa y como mínimo factor de descomposición. El punto en su recorrido: la línea. Línea homogénea, continua, discontinua, modulada, valorizada y texturada. Diferencias y clasificación. Posibilidades de expresión. Los diferentes usos y su dimensión semántica y pragmática. La línea en su acumulación: el plano. Plano pleno y plano texturado. Posibilidades de expresión. Los diferentes usos y su dimensión semántica y pragmática.

Bolilla 3

Elementos del lenguaje visual: Escalas tonales.

La escala tonal monocromática de 9 tonos de gris. Las escalas cromáticas fría y cálida. Equivalencias con la escala monocromática. La escala de densidad de textura. Equivalencias con la escala monocromática. Claves mayores y menores. Clave mayor, escalas alta, intermedia y baja. Clave menor, escalas alta, intermedia y baja. La dimensión semántica de las escalas y claves tonales.

Bolilla 4

Elementos del lenguaje visual: El color.

El color como propiedad de la luz. Las diferentes longitudes de onda del espectro lumínico. Absorción y refracción de la luz. Los colores primarios y secundarios de la luz. Mezcla aditiva y mezcla sustractiva. Aplicaciones. El círculo cromático. Colores opuestos complementarios, alternos complementarios y adyacentes. Contraste de color. Colores fríos y cálidos. Escalas tonales. Mezclas de colores. Tinte, tono y matiz. Quebramiento. El color en su dimensión semántica y psicológica.

Bolilla 5

Elementos del lenguaje visual: Composición

La disposición de los elementos en el plano. Las leyes de la composición. Variantes. Ley de unidad. Ejemplos y aplicación. Ley de variedad e interés. Ejemplos y aplicación. Ley de resalte y subordinación. Ejemplos y aplicación. Ley de contraste o conflicto. Ejemplos y aplicación. El equilibrio. La simetría. El ritmo. La tensión. El agrupamiento. Aplicación de las diferentes leyes y principios de composición. Su dimensión sintáctica, semántica y pragmática. Usos.

Bolilla 6

Elementos del lenguaje visual: Tipografía

La escritura y su evolución. Las distintas tecnologías escritura. Cronología. Los legados culturales

de las tecnologías de escritura. La escritura caligráfica. Historia, usos y aplicaciones. Plumas y morfología de la escritura. El diseño caligráfico actual. La tipografía después de la invención de la imprenta. Morfología del tipo. Partes del tipo. Altura del tipo. Caja alta, caja baja y altura de "x". Diferencia entre trazos y astas. Forma y contraforma. Legibilidad del tipo. Familias tipográficas. Las romanas. Características. Morfología. Dimensión semántica y pragmática. Usos y legibilidad. Las egipcias. Características. Morfología. Dimensión semántica y pragmática. Usos y legibilidad. La tipografía Sans Serif o Palo Seco. Características. Morfología. Dimensión semántica y pragmática. Usos y legibilidad. La tipografía de fantasía. Características. Dimensión semántica y pragmática. Usos y legibilidad. Reconocimiento tipográfico. Variables tipográficas: inclinación, tono, proporción. La tipografía y su forma. La adecuación tipográfica en función de la dimensión semántica.

Bolilla 7

La marca o logotipo.

La marca como forma de acreditación del fabricante de un producto y como forma de concurrencia al mercado. Requisitos de una marca: síntesis, pregnancia, fuerza de marca e identidad. Distintos tipos de marcas: fonograma, diagrama y pictograma. Combinaciones. Dimensiones sintáctica, semántica y pragmática. La marca en interacción. Marca paraguas. Usos de las marcas según el producto, la competencia y el mercado.

Bolilla 8

La identidad corporativa

La marca como principio de identidad corporativa. La identidad corporativa como sistema. La identidad de empresa. Formas de identidad institucional. La identidad de producto. Packaging. Distintos tipos. Elementos del packaging. El packaging en la góndola. La identidad de producto y su posicionamiento. La identidad institucional y de gestión. Principios, diferencias.

Bolilla 9

Diseño editorial

La información en el plano. La puesta en página. El afiche: diseño y aplicaciones. Condicionantes ergonómicos de legibilidad. El folleto. Distintos tipos. Condicionantes de diseño. Aplicaciones. La revista: características y tipos. Condicionantes de diseño. Distintas estrategias de acceso a la información. Los diarios. Tipos y formatos. Secciones. Condicionantes ergonómicos. Manejo y jerarquía de la información. Secciones. El libro. Distintos formatos. Partes de un libro. Condicionantes de legibilidad. Publicaciones electrónicas. Ergonomía visual en soportes de emisión lumínica. Estrategias de acceso a la información electrónica.

Bolilla 10

Señalización

La información en el espacio. Distintos tipos de señalización. El signo como unidad de información. Signos de validez internacional. Los signos de señalización como lenguaje universal. Señalización urbana y vial. Tipos de señales. Condicionantes ergonómicos de visibilidad y legibilidad. La señalización en interior. Funciones. Distribución. Señalización comercial. Distintos tipos. La señalización de interior como condición de recorrido. Señalización en sistemas informáticos. Distintos soportes y tecnologías.

Bolilla 11

Sistemas de impresión

La descomposición de la imagen para preimpresión. El sistema de autotipía y cuatrocromía. La preparación de originales. Los sistemas de preimpresión informáticos. La preparación de originales asistido por computadoras. La resolución de la imagen. El manejo de tipografía por computadora. Software y formatos de preimpresión. El formato PDF como estándar de impresión. El sistema tipográfico. Historia y desarrollo. Las características del original. Posibilidades de diseño. El sistema Flexográfico. Historia y desarrollo. Distintos tipos de máquinas offset. Las características del original. Posibilidades de diseño. El sistema serigráfico. Historia y desarrollo. Las características del original. El sistema Offset. Historia y desarrollo. Distintos tipos de máquinas offset. Las características del original. Posibilidades de diseño. Posibilidades de diseño. El sistema de huecograbado. Historia y desarrollo. Las características del original. Posibilidades de diseño. El sistema de fotoduplicación. Historia y desarrollo. Las características del original. Posibilidades de diseño. El sistema de fotocopia. Historia y desarrollo. Las características del original. Posibilidades de

diseño.El sistema stamping. Historia y desarrollo. Las características del original. Posibilidades de diseño. Rentabilidad y costos de los distintos sistemas. Las nuevas tecnologías de impresión. El sistema de impresión sobre demanda. Distintos tipos y máquinas. Los sistemas de impresión en Tucumán, parque gráfico y posibilidades.

Prácticos

Bolilla 1

Práctico

Realizar una línea de tiempo que contemple los puntos de inflexión en la historia del diseño.

Bolilla 2

Práctico

Identificar con ejemplos las posibilidades gráficas de los elementos del lenguaje visual. Distintos tipos de línea: modulada, homogénea, continua, discontinua. Distintos tipos de planos: texturados y plenos. Identificación de géneros: humorístico, dramático, fantástico y decorativo. La modalidad será la de relevamiento y presentación en carpeta de los ejemplos.

Bolilla 3

Práctico

Identificar con ejemplos las escalas tonales. Relevar 3 ejemplos de clave mayor alta, intermedia y baja y de clave menor alta, intermedia y baja. La modalidad será la de relevamiento y presentación en carpeta de los ejemplos.

Bolilla 4

Práctico

Identificar con ejemplos las posibilidades de contrastes de color. Identificar Cálidos y fríos. Identificar dominante, subdominante y acento. La modalidad será la de relevamiento (3 ejemplos de c/u) y presentación en carpeta de los ejemplos.

Bolilla 5

Práctico

Identificar ejemplos de composición: equilibrio, simetría, ritmo, tensión y agrupamiento. La modalidad será la de relevamiento (3 ejemplos de c/u) y presentación en carpeta de los ejemplos.

Bolilla 6

Práctico

Identificar familias tipográficas. Definir la funcionalidad respecto de la legibilidad en interacción visual. La modalidad será la de relevamiento y presentación en carpeta de los ejemplos.

Bolillas 7 y 8

Práctico

Realización de un cuadro de doble entrada donde se plantee un relevamiento de fonogramas, pictogramas y diagramas. El práctico se realizará en una cartulina en formato A3.

Bolilla 9

Práctico

Examen de estrategias de puesta en página de revistas y diarios.La modalidad será la de relevamiento y presentación en carpeta de los ejemplos.

Relevamiento de afiches. Definición de ergonomía visual. La modalidad será la de relevamiento y presentación en carpeta de los ejemplos.

Bolilla 10

Práctico Identificación de signos. Pictogramas, diagramas y fonogramas en señalización. Lectura de señalización de objetos cotidianos: electrodomésticos, controles remoto, tablero de autos, etc. La modalidad será la de relevamiento y presentación en carpeta de los ejemplos.

Bolilla 11

Práctico

Identificación de distintos productos de impresión. Huecograbado, offset, tipografía, fotocopia, fotoduplicación y serigrafía. La modalidad será la de relevamiento y presentación en carpeta de los ejemplos.

Bibliografía

AAVV; *Fundamentos del Diseño Gráfico*; Ed Infinito, Bs. As., 2001

Chaves, Norberto, Arfuch, Leonor y Ledesma, María; *Diseño y comunicación*; Ed Paidós, Bs As, 1997

Dondis, Dondi; *Sintaxis de la imagen*; Ed. G. Gilli, Barcelona 1987

Frascara, Jorge; *Diseño y comunicación visual*; Ed Infinito, Bs. As., 2001

Frascara, Jorge; *Diseño gráfico para la gente - Comunicación de masas y cambio social*; Ed. Infinito Bs. As. 1997

Frutiger, Adrián; *Signos, símbolos, marcas, señales*; Ed. G. Gilli, Barcelona 1985

Llovet, Jordi; *Ideología y metodología del diseño*; Ed. G. Gilli, Barcelona 1981

Satué, Enric; *El Diseño Gráfico desde sus orígenes hasta nuestros días*; Ed. Alianza, Madrid, 1999

Wong, Wucius; *Principios del diseño en color*; Ed. G. Gilli, Barcelona 1987

Dinámica de clases

Se dictará con una dinámica de clases teóricas y prácticas, utilizando un espacio de corrección de prácticos como refuerzo de lo dictado en teóricas.

Requisitos de aprobación

La regularidad será reconocida mediante la aprobación de los trabajos prácticos y un 75% de asistencia.

La promoción será otorgada mediante la aprobación de dos parciales con una calificación no menor a 6 (seis).

La regularidad será otorgada mediante la aprobación de dos parciales con una calificación no menor a 4 (cuatro).