**Programa**

**1. DATOS GENERALES**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| GRUPO DE CARRERAS | **PROYECTOS DE DISEÑO** | | |
| CARRERA | **DISEÑO GRÁFICO** | | |
| PLAN DE ESTUDIOS ORD. N° | **02/06 CS (Diseño Gráfico)** | | |
| ESPACIO CURRICULAR | **DISEÑO GRAFICO II** | | |
| RÉGIMEN | **Anual** | CURSO | **Tercer Año** |
| CARGA HORARIA TOTAL | **224 hs.** | CARGA HORARIA SEMANAL | Presencial-Virtual:**16 hs** |
| FORMATO CURRICULAR | **Teórica / Teórica Aplicada / Taller / Práctica supervisada** | | |
| AÑO ACADÉMICO | **2021** | CARÁCTER | **Obligatorio** |
| CORRELATIVIDADES PARA EL CURSADO | **Para cursar tener aprobada:**  Diseño Gráfico I  **Para cursar tener Cursada Regular:**  Historia del Diseño I  Comunicación Visual  Fotografía Básica  Técnicas de Dibujo  Matemática  Técnicas de Producción de la Imagen  Tipografía III Expresiva  Tecnología II Insumos | | |
| CORRELATIVIDADES PARA LA EVALUACIÓN | **Para evaluar aprobar previamente:**  Historia del Diseño I  Tipografía II Editorial  Matemática  Tecnología II Insumos  Técnicas de Dibujo  Técnicas de Producción de la Imagen | | |
| EQUIPO DE CÁTEDRA | **Profesor Titular:**  **Diseñador Industrial ROBERTO TIBERIO RUGGIERO**  **Profesor Adjunto:**  **Diseñador en Comunicación Visual GUILLERMO LAGO**  **Jefa de Trabajos Prácticos:**  **Diseñadora Industrial CLAUDIA PACACCIO**  **Jefa de Trabajos Prácticos:**  **Diseñadora Industrial CAROLINA CLAVIJO** | | |
| HORARIOS DE CLASE | **lunes** de 17 a 21 hs y **jueves** de 16 a 20 hs | | |
| HORARIOS DE CONSULTA | **lunes** de 16 a 17 hs y **jueves** de 20 a 21 hs | | |
| MOVILIDAD ESTUDIANTIL | **NO** | | |

**2. FUNDAMENTACIÓN**

|  |
| --- |
| La asignatura DISEÑO GRÁFICO II se dicta en tercer año y constituye una de las materias medulares de la Carrera de Diseño Gráfico. En ella convergen contenidos fundamentales en la formación profesional que son aplicados en el desarrollo de proyectos.  El formato pedagógico que prevalece es el TALLER, en el cual los alumnos desarrollan las competencias relacionadas con la resolución de problemas de mediana complejidad, atendiendo a requerimientos de naturaleza sintáctica, semántica y pragmática.  Se busca introducir al alumno en forma gradual en la práctica profesional, entrenándolo para la toma de decisiones autónomas, sistemáticas, reflexivas y críticas, para lograr una correcta y acertada configuración de mensajes, respondiendo a condicionantes comunicacionales, funcionales y tecnológicas.  Se procura capacitar para:  · Resolver productos y sistemas de comunicación visual en formatos gráficos y digitales, mediante ejercitaciones proyectuales.  · Organizar el proyecto y formular el programa para diseñar según los requerimientos del mercado, los niveles de competitividad e innovación.  · Plantear el objeto gráfico como expresión cultural y su contextualización según códigos de reconocimiento y códigos estilísticos vigentes.  · Relacionar el objeto gráfico con el emisor (fuente del mensaje) y el perceptor (perfil demográfico y psicográfico).  · Relacionar el objeto gráfico con la tecnología y la producción.  Los objetivos de la cátedra son:  · Formación académica.  · Eficiencia y actitud profesional.  · Calidad en el oficio y dominio tecnológico.  · Manejo de léxico y bibliografía de diseño.  · Proceso Proyectual como método.  · Relación teórico - práctica.  · Trabajo interdisciplinario.  · Respeto, integridad, responsabilidad y puntualidad.  · Consideraciones éticas y políticas.  · Inserción en el mercado y proyección social. |

**3. PROPÓSITOS / COMPETENCIAS:**

|  |
| --- |
| Desarrollar proyectos de diseño de sistemas y productos de comunicación visual en formatos gráficos y digitales que correspondan a requerimientos funcionales, sintácticos, semánticos, tecnológicos y de mercado.  Estudiar sistemáticamente los objetos de comunicación visual en su contexto cultural, social e histórico para desarrollar pensamiento crítico, reflexivo y relacional.  Definir la intencionalidad del proyecto, su finalidad y el perfil del público objetivo, así como una descripción general de las características del mercado.  Aplicar técnicas metodológicas para proyectar, considerando la complejidad del problema.  Disponer al diálogo, la confrontación y el debate como medio de ampliar, profundizar y relacionar el conocimiento y como medio de desarrollo e enriquecimiento grupal y personal.  Rescatar los valores de respeto, tolerancia, colaboración, cooperativismo, en la búsqueda de consensos en el trabajo grupal.  Promover una actitud abierta, crítica, participativa y creativa frente a diferentes propuestas y sus aportes.  Promover una actitud reflexiva y crítica sobre la práctica del diseño.  Estimular el desarrollo de capacidades relativas a la búsqueda de información y su procesamiento, como competencias relevantes en la formación y capacitación profesional.  Potenciar la sensibilidad estético-formal mediante la acertada selección y organización de los elementos básicos en la problemática básica propuesta. |

**4. CONTENIDOS** *(Ejes / Unidades)*

|  |  |
| --- | --- |
|  | **UNIDAD TEMÁTICA I**  La profesión de diseñador. Valoración de la prestación profesional.  El trabajo interdisciplinario.  Responsabilidad social y cultural del diseñador. Ética. Política. Consideraciones.  Gestión de Diseño. Resguardo de autoría. Administración de los servicios profesionales.  ***Referencias Bibliográficas***  Oriól Pibernat y Norberto Chaves. La gestión del diseño. Ed. IMPI  Jorge Frascara. (1997). Diseño para la gente. Ed. Infinito.  Fernando Savater. Ética para Amador. Ed. Ariel.  Fernando Savater. Política para Amador. Ed. Ariel. |
|  | **UNIDAD TEMÁTICA II**  Proceso comunicacional. Componentes. Características.  El proceso proyectual en diseño. Etapas. Características. Programación.  Comunicación y diseño. Relaciones. El campo del diseño gráfico. Áreas.  ***Referencias Bibliográficas***  Jorge Frascara. (1997). Diseño gráfico y comunicación. Ed. Infinito.  David K. Berlo. El proceso de la comunicación. Ed. El Ateneo.  Bruno Munari. Cómo nacen los objetos. Ed. G. Gili. |
|  | **UNIDAD TEMÁTICA III**  Signo. Símbolo. Señal. Indicio. Imagen. Textura. Pictograma. Ideograma.  Tipología de los Signos. Convencionalización.  Contexto y situación comunicacional.  Sistema. Concepto. Sistemas gráficos. Áreas de aplicación.  ***Referencias Bibliográficas***  Guillermo González Ruiz. (1994). Estudio de diseño. Ed. Emecé.  Blanca H. Quiroga. (2001) Léxico de Diseño. 2° Edición. Ed. EDIUNC.  Adrian Frutiger. (1976). Símbolos, signos, marcas y señales. Ed. G. Gili. |
|  | UNIDAD TEMÁTICA IV Mensaje. Configuración. Intención. Código. Contenido. Forma.  Anatomía del Mensaje Visual.  Nivel representacional, simbólico y abstracto.  Significado e interpretación. Denotación. Connotación.  ***Referencias Bibliográficas***  Néstor Sexe. *Diseño.com.* Ed. Paidós.  Timothy Samara. (2008). *Diseñar con y sin retícula.* Ed. Gustavo Gili.  Donis A. Dondis. (1976). *La sintaxis de la imagen.* Ed. G. Gili. |
|  | **UNIDAD TEMÁTICA V**  Composición gráfica. Fundamentos perceptivos. Elementos básicos.  La semiótica. Sintáctica y semántica verbal.  Sintáctica y semántica visual. Pragmática visual.  La estética. Concepto. La belleza. Estética industrial. Estética y sociedad  ***Referencias Bibliográficas***  Beht Tondreau. Pricipios fundamentales de la composición. Ed. Blume  Robert W. Scott. Fundamentos del diseño. Ed. V. Lerú.  D. Marcel J. Vernhes. Apuntes para una estética de los objetos de uso. |
|  | **UNIDAD TEMÁTICA VI**  Diseño editorial. Áreas. El libro. La página. Elementos compositivos. Diagramación.  Propaganda y publicidad. Conceptos. Relación con el diseño gráfico. Concepciones publicitarias: Clásica. Motivacionista. Semiológica. Retórica.  ***Referencias Bibliográficas***  Timothy Samara. (2008) Diseñar con y sin retícula. Ed. Gustavo Gili.  David Victoroff. La publicidad y la imagen. Ed. G. Gili.  Georges Péninou. Semiótica de la publicidad. Ed. G. Gili. |
|  | **UNIDAD TEMÁTICA VII**  El envase. Función. Clasificación. Comercialización. Aspectos legales. Rotulado.  Condicionantes comunicacionales. Optimización. Convencional. Innovativo. Rubro y producto.  Condicionantes tecnológicas y económicas. Diseño de envases en papel, cartulina o cartón.  ***Referencias Bibliográficas***  James Pilditch. El vendedor silencioso. Ed. Oikos Tau.  Emilse Somoza y Alejandro Gandman. Packaging. Ed. Nobuko. 2004.  Laszlo Roth - George L. Wybenga. The Packaging Designer’s - Book of Patterns. Ed. VNR. |
|  | **UNIDAD TEMÁTICA VIII**  Instituciones. Empresas. Clasificación. Características.  Marca. Clasificación. Consideraciones. El núcleo. Componentes. Grilla constructiva.  Imagen corporativa. Imagen e identidad. Concepto.  Programa de identidad visual.  ***Referencias Bibliográficas***  Oriól Pibernat i Domenech. El diseño en la Empresa. Ed. INFE.  Norberto Chaves. La imagen corporativa. Ed. G. Gili.  Joan Costa. Imagen Global. Ed. CEAC SA. |
|  | **UNIDAD TEMÁTICA IX**  Señalización. Concepto. Orígenes. Contexto. Componentes. Emplazamiento.  Señalética. Concepto. Función. Premisas. Programa señalético. Condicionantes funcionales, arquitectónicas, ergonómicas y ambientales.  ***Referencias Bibliográficas***  Aicher - Krampen. Sistemas de signos en la comunicación visual.Ed. G. Gili.  Joan Costa. Señalética. Ed. CEAC SA.  Joan Costa. La esquemática. Ed. Paidós. |
|  | **UNIDAD TEMÁTICA X**  Informática en diseño. Su rol. Sistemas. Programas. Interfaz gráfica del usuario.  Multimedia. Concepto. El diseño en multimedia. Internet. Páginas Web.  Nuevas áreas del diseño. Comunicación y conexión virtual. Redes Sociales.  ***Referencias Bibliográficas***  Sergio Sinay. Conectados al vacío. Ed. Ediciones B  Javier Royo. Diseño Digital. Ed. Paidós |

**5. ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE:**

|  |
| --- |
| La cátedra se estructura prioritariamente sobre la actividad proyectual la cual se fundamenta y complementa con conceptos teóricos que se incorporan en forma de clases introductorias en la iniciación de cada proyecto.  La vinculación de conocimientos nuevos y ya adquiridos con las diferentes problemáticas tiene por finalidad realizar la transferencia necesaria que otorgue unidad y sentido a la carrera.  Se plantean seis proyectos sobre diferentes temáticas con el objeto de que el alumno conozca las distintas áreas del ejercicio profesional y los requerimientos propios de cada una.  El desarrollo de cada proyecto ha sido planificado para que el alumno comprenda el proceso proyectual y lo aplique en la resolución de problemas.  **DESARROLLO DE PROYECTOS**  · Introducir el pensamiento y la práctica proyectual.  · Detectar y plantear problemas y necesidades reales de Diseño Gráfico.  · Entrenar en la aplicación de un proceso proyectual.  · Proponer soluciones probables y creativas a problemas de Diseño Gráfico, de mediana complejidad, previamente detectadas.  · Incrementar la capacidad de observación, comunicación, análisis y síntesis.  · Desarrollar la capacidad de evaluación.  · Aproximación a la actividad profesional del Diseño Gráfico.  **PROGRAMA PROYECTUAL**  **PROYECTO I:**  Tema: **Afiche** / Análisis del proceso proyectual. Emprendimiento propio.  Objetivo: Lograr con eficiencia un comunicado para informar sobre un emprendimiento propio, respondiendo a las condicionantes de soportes digitales y su adaptación a formato físico.  Enunciado: Seleccionar una actividad comercial propia y elaborar un comunicado para enviar vía mail (afiche digital) y su adaptación a versión impresa (afiche físico), con contenido verbo-icónico. El emprendimiento debe estar enmarcado dentro de la siguiente clasificación de empresas:  1. Producción, 2. Servicios, 3. Comercialización  **PROYECTO II:**  Tema: **Mensaje** / Profundización del proceso proyectual. Solidaridad.  Objetivo: Prácticas de diagramación y jerarquización, utilizando código verbal - no verbal y criterios sistémicos.  Concientizar sobre el valor de la solidaridad en distintos ámbitos o situaciones de la vida.  Ejes temáticos propuestos: niños / ancianos / accesibilidad / animales / medio ambiente / enfermedades / situación de calle / trabajo informal / corrupción / vecinos / catástrofes.  Enunciado: Emitir un mensaje sobre solidaridad. Dirigido a receptores: Adultos estudiantes universitarios.  **PROYECTO III:**  Tema: **Sistemas de signos.**  Objetivo: Lograr comunicar e identificar con eficiencia respondiendo a pautas sistémicas.  Enunciado: Resolver un sistema de cinco signos a través de pictogramas para uso señalético en:  centros comerciales / locales comerciales / mercados / paradores / estaciones de servicio / peajes.  **PROYECTO IV:**  Tema: **Gráfica de envases.**  Objetivo: Introducción a la problemática de la gráfica de envases.  Enunciado: Partiendo de un producto existente de venta masiva (antecedente), proyectar una propuesta para mejorar su rotulado (optimización) y luego desarrollar una propuesta innovadora, a través de la modificación de tres aspectos de la optimización realizada.  **PROYECTO V:**  Tema: **Marca** / Reafirmación del proceso proyectual. Marca personal de aplicación real (propia o de allegado).  Objetivo: Aplicación concreta de un proyecto para su uso.  Enunciado: Definir la entidad para normar el núcleo de su imagen y establecer la normativa básica para sus aplicaciones.  **PROYECTO VI:**  Tema: **Arquigrafía.**  Objetivo: Aplicación de gráfica a la arquitectura.  Enunciado: Documentar fotográficamente fachadas de Mendoza que presenten arquigrafías o aplicaciones gráficas en muros, para luego seleccionar una empresa existente con infraestructura edilicia con frente a la calle sobre el cual proponer una aplicación de su identidad corporativa.  **IMPORTANTE:**  La cátedra está abierta a sugerencias sobre modificaciones en los contenidos, siempre que sean consensuadas y fundamentadas. Dada la situación actual excepcional de emergencia sanitaria, los temas de los proyectos propuestos, el orden, sus características, forma y fechas de entrega y evaluación, serán adecuados al modo virtual en caso de ser necesario. Se priorizará no disminuir cantidad ni calidad de los contenidos. |

**6. VIRTUALIDAD**

|  |
| --- |
| **Correo electrónico:** [tiberio@estudioruggiero.com.ar](mailto:tiberio@estudioruggiero.com.ar) [guillermolagounc@gmail.com](mailto:guillermolagounc@gmail.com) [claudiapacaccio@gmail.com](mailto:claudiapacaccio@gmail.com) [caroclavijofad@gmail.com](mailto:caroclavijofad@gmail.com) a través de los cuales todos: equipo de cátedra y alumnos comparten todas las consultas, normativas de archivos, asistencia, entregas de proyectos, etc.)  **Aula Virtual de la FAD:** Clases, consultas, parciales y entregas de los proyectos, Clases a través de Google Meet (durante las fechas de emergencia sanitaria y cuarentena obligatoria). |

**7. PRÁCTICAS SOCIO-EDUCATIVAS**

|  |
| --- |
| Participación en eventos pertinentes que se realicen durante el año 2021 |

**8. EVALUACIÓN**

|  |  |
| --- | --- |
| **Criterios de evaluación** | **TEORIA**  Se evaluará mediante 3 parciales.  Solamente se podrán recuperar 2 de los 3 parciales.  **PROYECTOS**  Se desarrollarán 6 proyectos en el año (3 por cuatrimestre) Se podrá recuperar un proyecto por cuatrimestre.  De no cumplimentarse las entregas en hora y fecha prevista, el trabajo se recupera.  **Sistema de evaluación**  Se evaluará individualmente considerando:  Proceso proyectual. Cronograma de trabajo.  Definición general y precisa del problema.  Diferentes estrategias (bocetos y propuestas).  Sintáctica y semántica verbal y visual.  Retórica y pragmática visual.  Aspectos comunicacionales y tecnológicos.  Maquetas y modelos.  Oficio y fundamentación de las propuestas.  Originalidad. Logros innovativos.  Documentación para la cátedra a través de fotografías y/o archivos digitales, impresos, etc.  Exposición.  **Asistencia** Clases presenciales: con permanencia y participación. (Ver condición del alumno) **Clases virtuales**: por la situación excepcional actual, se implementará el uso del **Aula Virtual de la FAD**, así como el **Correo electrónico** como medios de consulta y entrega para los proyectos abarcados en las fechas de emergencia sanitaria y cuarentena obligatoria. Los mismos serán adaptados a dichos medios y condiciones. La asistencia será contabilizada por consultas y entrega en tiempo y forma de los trabajos. |
| **Acreditación** | **CON EXAMEN FINAL /PROMOCIÓN** |
| Criterios de **acreditación** | **CONDICIÓN DEL ALUMNO**  **Regular:** Examen final oral.  100 % proyectos aprobados.  3 parciales aprobados.  75 % de asistencia.  **No regular:** Examen final escrito y oral.  100 % proyectos aprobados.  2 parciales aprobados.  70 % de asistencia.  **Recursa**  Menos del 100 % de proyectos.  Menos de 2 parciales aprobados.  Menos de 70 % de asistencia. |

**9. BIBLIOGRAFÍA** *(Según Normas APA)*

|  |
| --- |
| **REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**  · Oriól Pibernat y Norberto Chaves. La gestión del diseño. Ed. IMPI  · Jorge Frascara. (1997). Diseño para la gente. Ed. Infinito.  · Fernando Savater. Ética para Amador. Ed. Ariel.  · Fernando Savater. Política para Amador. Ed. Ariel.  · Jorge Frascara. (1997). Diseño gráfico y comunicación. Ed. Infinito.  · David K. Berlo. El proceso de la comunicación. Ed. El Ateneo.  · Bruno Munari. Cómo nacen los objetos. Ed. G. Gili.  · Guillermo González Ruiz. (1994). Estudio de diseño. Ed. Emecé.  · Blanca H. Quiroga. (2001) Léxico de Diseño. 2° Edición. Ed. EDIUNC.  · Adrian Frutiger. (1976). Símbolos, signos, marcas y señales. Ed. G. Gili.  · Néstor Sexe. Diseño.com. Ed. Paidós.  · Timothy Samara. (2008). Diseñar con y sin retícula. Ed. Gustavo Gili.  · Donis A. Dondis. (1976). La sintaxis de la imagen. Ed. G. Gili  · Beht Tondreau. Principios fundamentales de la composición. Ed. Blume  · Robert W. Scott. Fundamentos del diseño. Ed. V. Lerú.  · D. Marcel J. Vernhes. Apuntes para una estética de los objetos de uso.  · Timothy Samara. (2008) Diseñar con y sin retícula. Ed. Gustavo Gili.  · David Victoroff. La publicidad y la imagen. Ed. G. Gili.  · Georges Péninou. Semiótica de la publicidad. Ed. G. Gili.  · James Pilditch. El vendedor silencioso. Ed. Oikos Tau.  · Emilse Somoza y Alejandro Gandman. Packaging. Ed. Nobuko. 2004.  · Laszlo Roth - George L. Wybenga. The Packaging Designer’s - Book of Patterns. Ed. VNR.  · Oriól Pibernat i Domenech. El diseño en la Empresa. Ed. INFE.  · Norberto Chaves. La imagen corporativa. Ed. G. Gili.  · Joan Costa. Imagen Global. Ed. CEAC SA.  · Aicher - Krampen. Sistemas de signos en la comunicación visual. Ed. G. Gili.  · Joan Costa. Señalética. Ed. CEAC SA.  · Joan Costa. La esquemática. Ed. Paidós.  · Sergio Sinay. Conectados al vacío. Ed. Ediciones B  · Javier Royo. Diseño Digital. Ed. Paidós |