



## PROGRAMA DEL CURSO: AP 7111 DISEÑO GRÁFICO 3

Ciclo Lectivo: I/2014 Requisitos: Diseño Gráfico 2 / Correquisito: Taller Gráfico 3 /  
Créditos: 3 Hora clase: 4 hrs (K 8:00 - 11:50) Horas extra clase: 3 horas

Profesor(a): Mag. Laura Saborío Taylor / e-mail: [saborio.laura@gmail.com](mailto:saborio.laura@gmail.com)

**DESCRIPCIÓN DEL CURSO:** Curso teórico-práctico enfocado al estudio de sistemas propios de la comunicación visual; y a la creación de programas de diseño. Luego de haber estudiado y practicado, en cursos anteriores, algunos elementos fundamentales del Diseño Gráfico; se aborda ahora la concepción y producción de trabajos creativos y experimentales de carácter sistemático. La visión micro da paso a un concepto macro. El planeamiento y conceptualización del trabajo trasciende el enfoque unitario e individual, dando paso a un enfoque mayor, de conjunto. La teoría de sistemas y el diseño de programas gráficos son el punto de partida para trabajos de más envergadura y complejidad. Se desarrolla la capacidad de concebir la creación gráfica en forma coordinada, de modo que un producto final, compuesto de muchas partes, tenga unidad, fuerza y coherencia como conjunto. El campo laboral del diseñador gráfico o comunicador visual, está lleno de semejantes retos. Este curso ofrece el espacio para la experimentación, mediante proyectos creativos que capacitan para el enfrentamiento idóneo de cualquier creación gráfica sistemática y coordinada. Los cursos de Diseño Gráfico ofrecen un espacio a la profundización teórica del diseño visual, a la realización de proyectos creativos experimentales y a la búsqueda de soluciones conceptuales y técnicas no tradicionales.

### OBJETIVOS GENERALES

---

1. Estudiar la importancia y el comportamiento de los sistemas en la comunicación visual.
2. Aplicar adecuadamente el concepto de la coordinación en el diseño visual.
3. Diseñar sistemas de comunicación visual.
4. Investigar y experimentar las posibilidades comunicativas de los sistemas visuales.

### OBJETIVOS ESPECÍFICOS

---

- 1.1. Distinguir las partes y el todo en sistemas de diseño visual.
- 1.2. Reconocer aciertos y desaciertos en sistemas de diseño visual.
- 2.1. Realizar sistemas de diseño utilizando recursos tipográficos, la imagen y el color.
- 2.2. Conseguir unidad en proyectos gráficos macro, de carácter coordinado.
- 3.1. Crear sistemas de diseño, bi- y tridimensionales.
- 3.2. Utilizar el color como recurso para la coordinación de sistemas visuales.
- 3.3. Desarrollar sistemas visuales para determinados contextos culturales.
- 3.4. Verificar la legibilidad de sistemas visuales.
- 4.1. Asumir la investigación y la experimentación como parte fundamental del trabajo creativo.

4.2. Concebir, proyectar y crear sistemas visuales creativos, con alto sentido de profesionalismo.

### CONTENIDOS

Teoría general de sistemas	Estructura y caos en diseño visual
Diseño de programas visuales	Secuencia gráficas
El programa como método	Sistemas modulares
Color y comunicación visual	El principio de unidad en proyectos de naturaleza múltiple
Sistemas/ lenguajes	Importancia de la continuidad visual
Secuencias	Construcción de la legibilidad del mundo

### METODOLOGÍA

Paralelamente a la teoría, se desarrollan en el curso proyectos prácticos de carácter creativo y experimental, en los que tiene especial importancia la originalidad e innovación que aporten. Por su misma naturaleza, dichos proyectos permiten una capacitación amplia y adecuada para la solución de problemas gráficos de diferente índole en los campos que nos ocupan (contenidos). Con base en la teoría de sistemas, cada participante propone y desarrolla sus propios programas de diseño, según técnicas a convenir. El aula se convierte en taller de trabajo, en sitio de estudio, y en foro de discusión, crítica y análisis de proyectos relacionados con sistemas visuales, y la concepción y creación de programas de diseño. El desarrollo de los proyectos prácticos abre un espacio a la observación analítica y a la crítica colectiva, con lo que se espera estimular una actitud abierta y una apreciación aguda hacia la práctica creativa y técnica de los participantes.

### CRITERIOS EVALUACIÓN

- Acertada concepción y aplicación del principio del sistema, trabajos seriados .
- El manejo correcto del color, la tipografía y la iconografía en secuencias visuales.
- El dominio del principio de coordinación en trabajos gráficos de naturaleza múltiple.
- La experimentación conceptual y técnica.
- La capacidad de producir diseños seriados genuinos, expresivos y estéticos.
- La actitud crítica y analítica ante el trabajo personal y el de los compañeros
- El cumplimiento de tareas y asignaciones

### EVALUACIÓN

- Tareas **10%**
- Bitácora, evolución y coherencia en el diseño **10%**
- **Proyecto 1 individual 25%** Presentación oral, informe detallado diseño sobre cultura de marca y lenguaje visual.
- **Proyecto 2 individual 25%** Informe y diseño de imagen gráfica para cliente real.
- **Proyecto 3 colaborativo 30%** Presentación oral, Informe y diseño de sistema de señalética.

- **Nota:** No se aceptarán trabajos para ser evaluados cuyo proceso no haya sido discutido previamente con el profesor(a) en el desarrollo del curso. Proyectos entregados 15 minutos más tarde de la hora de evaluación, afectarán la calificación del estudiante en 2% del proyecto a evaluar. En caso de ausencia debe justificar por adelantado al profesor, hacer llegar por otro medio las asignaciones del curso y suministrar dictamen medico en caso que sea necesario.

## CRONOGRAMA

S.1 - 13 /Marzo	Presentación programa curso, dinámica de trabajo/ asignación 1era lectura / Asignación de marca a investigar Proyecto 1
S.2 - 20 Marzo	Introducción Imagen Corporativa (IC) – El Brief – Análisis y diagnóstico / Primera revisión bocetos rediseño
S.3 - 27 Marzo	Explicación Rediseño de marca – Definición del Perfil IC / Segunda revisión bocetos rediseño
S.4 - 03 Abril	Ejecución y partes del Plan de IC / Pre-evaluación / Explicación de criterios de evaluación Proyecto 01 / Asignación y planteamiento Proyecto 02
S.5 - 10 Abril	<b>Evaluación Proyecto1 / Exposiciones orales individuales /</b>
S.6 - 17 Abril	<b>Semana Santa</b>
S.7 -24 Abril	<b>Semana Universitaria</b> Discusión-crítica colectiva análisis del entorno de marca de Marca de Proyecto 2
S.8 - 1 Mayo	<b>Feriado Día del Trabajador</b>
S.9 - 8 Mayo	Tipos de marcas / Libro de marca – definición y secciones / Presentación de análisis del entorno de marca de Marca de Proyecto 2
S.10 - 15 Mayo	Trabajo en clase Proyecto 02 Discusión- crítica colectiva / Síntesis de la imagen
S.11 – 22 Mayo	Señalética Concepto y Función / Asignación de grupos y planteamiento Proyecto 03 / Pre- evaluación Proyecto 02
S.12 - 05 Mayo	<b>Evaluación Proyecto 02.</b>
S.13 - 2 Junio	Señalética aplicada a imagen corporativa establecida / Primera revisión bocetos
S.14 - 19 Junio	Segunda revisión bocetos / Trabajo en clase Proyecto 03 Discusión- crítica colectiva
S.15 - 26 Junio	Tercera revisión bocetos / Trabajo en clase Proyecto 03 Discusión- crítica colectiva
S.16 – 03 Julio	Pre-evaluación
S. 17 - 10 Julio S. 18 – 17 Julio	<b>Semana Evaluación Evaluación Proyecto 03</b>

## **BIBLIOGRAFÍA BÁSICA**

---

Aicher, Otl. **Sistemas de Signos en la Comunicación Visual**. Ed. Gustavo Gili, Barcelona,

Bertin, Jacques. **Semiología gráfica**. Walter de Gruyter. Berlín, 1974.

Braun, Gerhard.: **Fundamentos de la Comunicación Visual**. Bruckmann. München, 1993.

Capriotti, Paul. **Branding Corporativo, Fundamentos para la gestión Estratégica de la Identidad Corporativa**. Colección Libros de Empresa. 2009.

Capriotti, Paul. **La Imagen de Empresa. Estrategia para una comunicación integrada**, El Ateneo, Barcelona, 1992.

Chávez, Norberto: **La Imagen Corporativa**. Editorial Gustavo Gili. Barcelona, 1996.

Costa, Joan: **Imagen Global**. Ediciones CEAC S.A. Barcelona, 1987.

De Jong, Cees: **Manual de Imagen Corporativa**. Editorial Gustavo Gili. Barcelona, 1991.

Dondis, D.A.: **La Sintaxis de la Imagen**. Editorial Gustavo Gili. Barcelona, 1988.

Favre, JP / November A.: **Color and Comunication**. ABC Editions Zürich, 1979.

Gerstner, Karl. **Diseñar Programas**. Editorial Gustavo Gili, Barcelona, 1979.

Heller, Eva.: **Cómo afectan los colores**. Büchergild Gutenberg. Frankfurt a. M, 1993.

Jay Diamond; Ellen Diamond: **Contemporary visual merchandising and environmental design**. Pearson Education Ltd. New Jersey, 2004.

Moles, Abraham: **Grafismo Funcional**. CEAC, Enciclopedia del Diseño. Madrid, 1997.

Munari, Bruno.: **Diseño y Comunicación Visual**. Editorial Gustavo Gili.

Olins, Wally.: **Corporate Identity-Estrategia y diseño**. Campus V. Frankfurt, 1990.

Sims, Mitzi: **Gráfica del Entorno**. Editorial Gustavo Gili, S. A. Barcelona, 1991.

Stankowski A. / Duschek. K.: **Comunicación Visual**. D. Reimer Verlag. Berlín, 1990.

Wong. W.: **Fund. de Diseño Bi-y Tridimensional**. Ed. Gustavo Gili. Barcelona,