



# AP- 7107

## TALLER GRÁFICO II PROGRAMA DE CURSO

<b>CARRERAS:</b>	110214 Bachillerato y Licenciatura en Diseño Gráfico.
<b>DOCUMENTO:</b>	Propuesta programática para el curso AP7107.
<b>GRUPO:</b>	01
<b>MODALIDAD:</b>	semestral.
<b>CICLO LECTIVO:</b>	II Ciclo Lectivo 2021.
<b>REQUISITO:</b>	AP7102 Taller Gráfico I
<b>CORREQUISITO:</b>	AP7106 Diseño Gráfico II
<b>CREDITOS:</b>	03 créditos.
<b>NIVEL:</b>	VI Nivel. Tercer Año. Ciclo Profesional
<b>HORARIO DE CLASE:</b>	martes y viernes de 9:00 am a 11:50 am
<b>HORAS CONTACTO:</b>	06 horas presenciales.
<b>HORAS DE ESTUDIO INDEPENDIENTE:</b>	al menos 04 horas semanales
<b>HORAS DE ATENCIÓN AL ESTUDIANTADO:</b>	jueves de 1 a 3 pm y viernes de 1 a 2 pm
<b>PROFESORADO:</b>	Licda. Jéssica Barrientos Ortega.
<b>E-mail:</b>	jessica.barrientos@ucr.ac.cr / jekabarry@gmail.com

### 1. DESCRIPCIÓN DEL CURSO:

Curso teórico-práctico que desarrolla los conceptos intermedios de la metodología proyectual aplicada a proyectos de diseño editorial.

Algunos de los proyectos que se desarrollan son de carácter real aplicado y se centran en problemas de diseño editorial. Se trata, en primera instancia, de trabajar a base de tipografía en la construcción de mensajes, páginas y documentos que pueden ir desde la señalética, el desplegable, afiche, hasta libros.

Los ejercicios que se desarrollan ofrecen la capacitación para entender y dominar aspectos compositivos y la maquetación (layout). Junto con las tipografías y sus múltiples aplicaciones (títulos, cuerpos de textuales, notas explicativas, etc.), deben componerse campos visuales armoniosos con elementos complementarios como ilustraciones, fotografías, gráficos y zonas de descanso visual. Los trabajos deben también resolver el problema de la correcta jerarquización y la legibilidad, tanto del texto en sí, como de los distintos componentes del campo visual.



Las situaciones reales requieren de un trabajo comprometido y contextualizado. Los proyectos posibilitan la experiencia de enfrentar los requerimientos y su aplicación asertiva teniendo que ofrecer el máximo de posibilidades creativas con recursos materiales y técnicos sujetos a determinadas limitaciones.

Cuando las circunstancias lo permiten, pueden incluso llevarse a cabo tareas de supervisión y control de calidad de procesos de pre-prensa e impresión. Al estar sujetos a plazos prefijados, dichos proyectos desarrollan el criterio de responsabilidad y profesionalismo.

Los cursos de Taller Gráfico ofrecen un espacio para adiestramiento conceptual y técnico lo mismo que para el desarrollo de proyectos interdisciplinarios, en los que el trabajo en grupo y la noción de equipo se vuelven fundamentales.

## **2. OBJETIVOS:**

### **OBJETIVOS GENERALES:**

- 1.Trabajar utilizando la metodología proyectual aplicada al diseño visual.
- 2.Introducir los principios del diseño sostenible a la metodología proyectual.
- 3.Estudiar las aplicaciones y posibilidades de la tipografía en impresos.
- 4.Concebir impresos variados.
- 5.Diseñar y producir trabajos de carácter editorial.
- 6.Investigar y experimentar las posibilidades comunicativas y expresivas de la tipografía en el diseño visual.

### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS:**

- 1.1 Resolver el trabajo de diseño de forma metodológica.
- 1.2 Identificar las buenas ideas en diseño, con base en sus posibilidades de realización.
- 1.3 Recomendar los materiales y tecnologías adecuados para la realización de proyectos gráficos.
  
- 2.1 Elaborar propuestas para impresos utilizando adecuadamente los recursos tipográficos.
- 2.2 Recomendar tipografías acordes con el carácter y naturaleza del material en el que se va a utilizar.
- 2.3 Utilizar la tipografía en sus distintas formas expresivas, como texto y como imagen.
  
- 3.1 Elaborar bocetos y maquetas (“dummies”) para impresos
- 3.2 Diseñar impresos (afiches, despleables, catálogos, libros).
- 3.3 Trabajar proyectos gráficos en forma digital, utilizando los softwares adecuados.
  
- 4.1 Organizar los distintos componentes visuales de un libro, en forma coherente.
- 4.2 Recomendar formatos, tipos de encuadernación, tipos de papel y otros recursos de impresión.
- 4.3 Negociar con clientes acerca de trabajos de carácter editorial.



- 5.1 Asumir la investigación y la experimentación como parte fundamental del trabajo creativo.
- 5.2 Concebir, proyectar y crear impresos creativos y genuinos, con alto sentido de profesionalismo.

### **3. CONTENIDOS:**

Este curso está fundamentado en contenidos que se distribuyen en tres ejes:

#### **Eje Proyectual.**

##### **El proyecto en/de Diseño Editorial:**

- La creatividad.
- La creatividad y el diseño gráfico tipográfico (texto y textura).
- Materiales y tecnologías.
- La experimentación.

#### **Eje del Conocimiento.**

##### **El Diseño Editorial:**

Procesos de producción plástica:

- Tipografía: Letra y Texto.
- Diseño de Infografía.
- Maquetación (Layout): la mancha, los blancos, texto e imagen, interlineado, legibilidad, columnas, folios, etc.

#### **Eje Tecnológico.**

##### **Medios y Media:**

- Impresos (Libros, catálogos, desplegables, afiches, formatos no tradicionales).
- Nuevos Medios (e-books, proyecciones, luminosos, tipos en movimiento, web).
- Diseño Sostenible.

### **4. METODOLOGÍA Y ESTRATEGIA DIDÁCTICA:**

En atención y seguimiento de las medidas institucionales-país por motivo del COVID-19, el curso AP7107 durante el II ciclo lectivo 2021 se gestionará bajo la modalidad virtual haciendo uso de la plataforma Mediación Virtual para seguimiento de contenidos, entrega de material de apoyo, entrega de tareas y otras asignaciones pertinentes. También se estarán utilizando otras plataformas recomendadas para crear material didáctico, así como para realizar teleconferencias y dinámicas grupales.

El presente curso es de modalidad de Taller, combina lo teórico con lo práctico.

#### **Rol del Facilitador:**

El docente irá desarrollando los contenidos progresivamente a partir de un acercamiento a los aspectos fundamentales de cada tema.



### **Rol del Participante:**

Los proyectos a realizar por el estudiantado se centran en el desarrollo del diseño editorial con énfasis en la experimentación creativa como método para el desarrollo de aprendizajes.

En estos proyectos el estudiantado investigará y aplicará diversos conceptos en la solución profesional de la problematización del diseño editorial planteado. Los procesos de enseñanza y de aprendizaje son individualizados y grupales.

### **5. ACTIVIDADES:**

En el transcurso del taller se desarrollarán diferentes actividades entre ejercicios prácticos cortos, trabajos extraclase, exposiciones y dos proyectos que tendrán un nivel mayor de complejidad. Los mismos serán individuales, colaborativos y mixtos:

#### **Ejercicios prácticos:**

Ejercicio práctico 1: Diseño de cartel tipográfico

Ejercicio práctico 2: Diseño de publicación editorial periódica (revista, folleto o catálogo)

#### **Exposiciones:**

Exposición 1: Clasificación de los tipos.

Exposición 2: Tipos de publicaciones.

#### **Trabajos extraclase:**

Tarea 1: Lectura. Infografía 2.0. Visualización de información en prensa.

Tarea 2: Lectura. Perfil infográfico a partir de la deconstrucción del diseño gráfico de infografías.

#### **Proyectos:**

Proyecto 1: Diseño Editorial. infografía.

Proyecto 2: Diseño Editorial. Publicación editorial creativa análoga y digital en formato no tradicional (desplegable)

Todo trabajo se desarrolla sobre los principios proyectuales, con apoyo teórico y con ejercicios técnicos. Los participantes del taller deben actuar como equipo, de modo que la discusión y el análisis objetivo, así como el intercambio de opiniones acerca del trabajo, juegan un papel determinante. La conciencia de equipo de trabajo fortalece la solidaridad, la comunicación interpersonal y la capacidad de justificación y defensa de ideas y acciones, fundamentales en la práctica profesional.



## 6. CRONOGRAMA:

Semana	Fecha	Actividad
Semana 1	M- 17 agosto	- Lectura y discusión del programa del curso. - Clase magistral: El diseño gráfico tipográfico. Anatomía de la letra. Conceptos: tipografía, fuente, familia tipográfica. <b>Asignación:</b> preparar exposición clasificación de los tipos.
	V- 20 agosto	- Clase magistral: evolución de la tipografía. Conceptos básicos en el uso de la tipografía. - Ejercicios en aplicaciones de internet.
Semana 2	M- 23 agosto	- Exposiciones. La creatividad y el diseño gráfico tipográfico (texto y textura). <b>Asignación:</b> Ejercicio práctico 1: Diseño de cartel tipográfico.
	V- 27 agosto	- Clase asincrónica: revisión de avances cartel tipográfico. Se entrega en foro para observaciones en parejas.
Semana 3	M- 31 agosto	- Entrega y discusión de ejercicio cartel tipográfico. - Clase magistral: el diseño de infografías. El detalle en la tipografía (lectura). <b>Asignación:</b> realizar tarea 1.
	V- 03 setiembre	Clase asincrónica: Entrega de tarea 1. Observaciones generales. Ver video con explicación de tarea 2. <b>Asignación:</b> realizar tarea 2.
Semana 4	M- 07 setiembre	- Entrega y discusión de tarea 2. - Fases para diagramar una infografía. - <b>Introducción al Proyecto 1. Diseño Editorial. infografía.</b> - Organización de trabajo.
	V- 10 setiembre	- Reunión con Paula Ramírez (cliente). - Reunión grupal para trabajar en el briefing. <b>Asignación:</b> Avance 1. Revisar información organizarla, sintetizarla, asimilarla. Listado de elementos icónicos y gráficos.
Semana 5	M- 14 setiembre	- Reunión de subgrupos para discutir resultados. Revisar Manual de identidad visual. Elegir tipo de letra. (ver ejemplos de infografías de la universidad y otras). <b>Asignación:</b> Avance 2. Propuestas individuales de elementos icónicos repetidos y gráficos (incluir paleta de color y tipografía).
	V- 17 setiembre	- Reunión de subgrupos para discutir resultados, elegir propuestas por subgrupo y luego a nivel de todo el grupo. Se envían a cliente o se revisan con el cliente en la clase. <b>Asignación:</b> Avance 3. Propuestas individuales de la estructura de la infografía y línea gráfica (diagrama).



Semana 6	M- 21 setiembre	- Reunión de subgrupos para discutir resultados, elegir propuestas por subgrupo y luego a nivel de todo el grupo. <b>Asignación:</b> Avance 4. Propuestas individuales de la infografía final de cada uno.
	V- 24 setiembre	Clase asincrónica: - Revisión de propuestas individuales. Enviar a foro. - Se envían al cliente para revisión de datos.
Semana 7	M- 28 setiembre	- Revisar observaciones del cliente. Discutir propuestas.
	V- 01 octubre	- Posible clase asincrónica. Avances de la infografía.
Semana 8	M- 05 octubre	<b>ENTREGA DE PROYECTO 1.</b> <b>Presentación final con cliente</b>
	V- 08 octubre	- Clase magistral: el diseño editorial. Maquetación.
Semana 9	M- 12 octubre	<b>SEMANA DE LA DESCONEXIÓN TECNOLÓGICA</b>
	V- 15 octubre	
Semana 10	M- 19 octubre	Revisar material para exposición 2. Trabajar en exposición 2: tipos de publicaciones.
	V- 22 octubre	- Exposiciones: tipos de publicaciones. - Explicación del ejercicio práctico 2: rediseño de publicación editorial periódica (revista). En subgrupos. - <b>Asignación:</b> Avance 1: elegir publicación, repartir tareas (plan de trabajo), decidir línea gráfica. Propuestas.
Semana 11	M- 26 octubre	Clase asincrónica: - Revisión de avance 1 del ejercicio práctico 2. - <b>Asignación:</b> Avance 2. Propuestas más depuradas de maquetación.
	V- 29 octubre	Revisión de avance 2 del ejercicio práctico 2. - <b>Asignación:</b> Avance 3
Semana 12	M- 02 noviembre	Clase asincrónica: - Revisión de avance 3
	V- 05 noviembre	<b>ENTREGA DE EJERCICIO PRÁCTICO 2.</b> - <b>Introducción al Proyecto 2.</b> Repaso de metodología DT. Observaciones acerca de avance 1. <b>Asignación:</b> Avance 1.
Semana 13	M- 09 noviembre	Clase asincrónica - Revisión de avances 1 <b>Asignación:</b> Avance 2
	V- 12 noviembre	Revisión de avance 2 <b>Asignación:</b> Avance 3
Semana 14	M- 16 noviembre	Clase asincrónica Revisión de avance 3 <b>Asignación:</b> Avance 4
	V- 19 noviembre	-Revisión de Avance 4. - Entrega de registro de proceso.



		<b>Asignación: Avance 5</b>
Semana 15	M- 23 noviembre	Revisión de avance 5
	V- 26 noviembre	- Pre evaluación. A este punto el prototipo debe de estar prácticamente finalizado para llevar a impresión.
Semana 16	M- 30 noviembre	- Avance proyecto 2.
	V- 03 diciembre	- Avance proyecto 2.
Semana 17	M- 07 diciembre	<b>ENTREGA DE PROYECTO 2</b>
	V- 10 diciembre	

La duración y orden temático puede variar según sea necesario.

## 7. EVALUACIÓN DEL CURSO:

<b>Rubro</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Aprovechamiento.</b> Seguimiento, asimilación de contenidos, participación, interés.	<b>10%</b>
<b>Trabajo extra clase.</b> 2 tareas.	<b>10%</b>
<b>Exposiciones</b> (2 exposiciones, 5% c/u)	<b>10%</b>
<b>Ejercicio práctico 1:</b> Diseño de cartel tipográfico.	<b>10%</b>
<b>Ejercicio práctico 2:</b> Diseño de publicación editorial periódica.	<b>15%</b>
<b>Proyecto 1:</b> Diseño Editorial. infografía.	<b>20%</b>
<b>Proyecto 2:</b> Diseño Editorial. Publicación editorial creativa	<b>25%</b>

### Los aspectos formativos a valorar serán:

- Base teórica de los proyectos.
- Proceso y documentación.
- Propuesta conceptual y coherencia visual.
- Experimentación y técnica final.
- Acabados.
- Presentación del Proyecto.

Las evaluaciones serán periódicas y se pactarán con al menos una semana de anticipación.



## 8. NORMAS DEL CURSO:

- No se evaluarán proyectos cuyo proceso no haya sido conocido previamente por los docentes mediante cualquiera de los medios virtuales.
- Cuando un estudiante no presenta las asignaciones y proyectos en la fecha establecida, debe indicar los motivos, debidamente justificados y hacer llegar esta justificación en la fecha y horas establecidas para su entrega, de lo contrario no se le reasignará fecha de entrega y basado en el reglamento de Régimen Académico Estudiantil, la no presentación conlleva la pérdida del porcentaje asignado.
- Si un estudiante goza de una incapacidad médica o enfrenta una situación personal que amerite ser considerada, este debe comunicarlo al profesor con la mayor brevedad.
- Cualquier reclamo sobre la evaluación de las asignaciones se debe realizar por escrito mediante el correo institucional anotando una a una las consultas, además se debe aportar el ejercicio o proyecto en cuestión y las especificaciones señaladas por el o la docente.
- El estudiantado debe saber que, según el reglamento de orden y disciplina de los estudiantes de la Universidad de Costa Rica, existen faltas y sanciones relacionadas con su comportamiento y con el cumplimiento de los rubros de evaluación de los cursos, siendo el plagio una falta muy grave, sancionada con la suspensión como estudiante regular por no menos de seis meses y hasta por seis años ([www.cu.ucr/normativ/orden\\_y\\_disciplina.pdf](http://www.cu.ucr/normativ/orden_y_disciplina.pdf)).
- Las normas de evaluación del curso se aplican según lo dispuesto en el Reglamento de Evaluación y Orientación Académica del Estudiante de la Universidad de Costa Rica. No obstante, ante la imposibilidad de incluir en el programa todos los aspectos que afectan el desarrollo y la evaluación del curso, se hace necesario aclarar que es responsabilidad del estudiante mantenerse informado sobre indicaciones e instrucciones referentes a la presentación de asignaciones y posibles cambios en contenidos temáticos, objetivos específicos y las actividades programadas.
- Es obligación del estudiante consultar el programa del curso para informarse sobre fechas de evaluación y contenidos a estudiar en clase.
- Cualquier situación que el estudiante considere que puede afectar su desempeño en el curso debe ser informada cuanto antes a los respectivos profesores para resolverlo a conveniencia.

## 9. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

- Costa J. (1998) *La esquemática*. Ed. Paidós. Barcelona.
- Baines y Haslam. (2002). *Tipografía: función forma y diseño*. Ed. G.G. México.
- Blackwell L. (2004). *Tipografía del siglo XX*. Ed. G.G. Barcelona.
- Dabner D. (2008). *Diseño, maquetación y composición*. Ed. Blume. Barcelona.
- Eiseman L. (2018). *Armonía cromática*. Ed. Blume. Barcelona.
- Estrada S. (2011). *Desarrollo de un proyecto gráfico*. Index Books. Barcelona.
- Foster J. (2015). *Papel y Tinta*. Ed. G.G. Barcelona.
- Frascara J. (1994). *Diseño gráfico y comunicación*. Ed. Infinito. Argentina.



- Gerstner K. (2003). *Compendio para alfabetos*. Ed. G.G. Barcelona.
- Haslam A. (2007). *Libros: creación, diseño y producción*. Ed. Blume. Barcelona.
- Jury D. (2002). *Tipos de fuentes*. Ed. Index Book. Barcelona.
- Lee S T. (2010). *Managing the design process*. Ed. Rockport. Massachusetts.
- Lidwell W. (2005). *Principios universales de diseño*. Ed. Blume. Barcelona.
- Llop R. (2014). *Un sistema gráfico para las cubiertas de libros*. Ed. G.G. Barcelona.
- Lupton E. (2008). *Graphic design: The new basics*. P. A. Press. New York.
- Munari B. (2002). *¿Cómo nacen los objetos?* Ed. G.G. Barcelona.
- Ordoñez H. (2010). *Typex: Tipografía una experiencia docente*. Index Books. Barcelona.
- Samara T. (2002). *Diseñar con y sin retícula*. Ed. G.G. Barcelona.
- Seddon T. (2014). *El diseño gráfico del siglo XX*. Promopress. Barcelona.
- Skopec D. (2003). *Maquetas digitales*. Ed. Index Book. Barcelona.
- Vilchis Luz. (2014). *Metodología del diseño*. Ed. Designio. México.