

Materia: Fundamentos del Diseño Gráfico para Editores

Departamento:

Edición

Profesor:

Rico, Esteban Javier

1er. Cuatrimestre - 2016

Programa correspondiente a la carrera de Edición de la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Buenos Aires

Programas



UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES
Facultad de Filosofía y Letras

Departamento: Edición

Materia: Fundamentos de Diseño Gráfico para Editores

Profesor: DG Esteban Javier Rico

Cuatrimestre: Primero

Año: 2016

Programa N°: 0920

Aprobado por Resolución N° 01555/16

MARTA DE PALMA
Directora de Despacho y Archivo General

FUNDAMENTOS DE DISEÑO GRÁFICO PARA EDITORES

Programa **U.B.A. Fac. F. y L. Dirección de Bibliotecas**

Profesor: DG. Esteban Javier Rico

Legajo N° 126.639

FUNDAMENTACIÓN Y OBJETIVOS:

Se considera la materia Fundamentos de Diseño Gráfico para Editores como un espacio de introducción de fundamentos disciplinares conceptuales, teóricos y metodológicos del diseño gráfico en su relación con la edición contemporánea. El objetivo del proceso de enseñanza-aprendizaje se centra en un abordaje teórico-crítico de la producción del diseño a través de la historia con una mirada interdisciplinaria, poniendo foco en los procesos proyectuales que se llevan a cabo en la práctica disciplinar del diseño y la edición. Estos saberes disciplinares están vinculados al desarrollo histórico del diseño de comunicación visual en referencia a su rol en la presentación y organización del conocimiento en diferentes soportes editoriales de lectura, contribuyendo a desarrollar competencias cognoscitivas, reflexión teórica y análisis de la producción proyectual del diseño contemporáneo a nivel local, regional, y global.

La propuesta pedagógica desarrolla cuatro aspectos fundamentales en la formación universitaria: el aprendizaje, la indagación teórica, la experimentación y la investigación sobre los proyectos editoriales, tomando como base la responsabilidad social de la tarea que debe desempeñar el diseñador y el editor en su contexto social, como mediadores culturales.

La estructura de trabajo en el aula está enfocado hacia casos específicos de la disciplina, con análisis de las problemáticas de la industria editorial y de mirada activa hacia la producción editorial contemporánea para analizar los modos tradicionales y los nuevos modos de lectura generados por los nuevos medios de la digitalidad y el rol que ocupan el diseño gráfico y la edición como mediadores culturales en la era de la información y la comunicación.

El objetivo didáctico es brindar, desde el análisis de la praxis y la teoría, estructuras de conocimiento, procesos, metodologías de producción de diseño, y estrategias propositivas para problemáticas comunicacionales dentro de un espacio pedagógico libre y participativo, en el cual se valora tanto la actitud de aprendizaje del estudiante como el resultado de su producción teórico-reflexiva, suministrando instrumentos para un análisis crítico sobre los principales desafíos contemporáneos de las disciplinas del diseño gráfico y la edición.

En particular, interesa pensar a los editores y diseñadores, antes que como simples técnicos especializados, como actores sociales directamente implicados en el sistema cultural de las sociedades donde operan nuestras formas; somos responsables como co-autores de las relaciones y creaciones de la cultura actual en tanto operadores culturales y co-constructores de la subjetividad contemporánea. Por esta razón resultaría contradictorio tomar posiciones asépticas o apolíticas frente a los debates acerca de las múltiples transformaciones de nuestro tiempo. La "no posición", en última instancia, resulta ser una posición conservadora.

En suma, el equipo de cátedra que lleva adelante esta materia intenta propiciar que el estudiante desarrolle las competencias necesarias para su desempeño académico y profesional en un ámbito complejo y participativo, insertando problemáticas y enfoques actualizados por medio de la investigación, con el apoyo y el seguimiento de un equipo docente con inserción real en ámbitos de desarrollo profesional, en investigación académica-teórica y reflexión sobre el rol sociocultural de nuestra disciplina.

ENFOQUE Y METODOLOGÍA DE TRABAJO:

La presente materia es un espacio de formación basado en aquellos elementos disciplinares de la edición donde resulte necesario un proceso de enseñanza-aprendizaje fundamentado con estrategias y modalidades destinadas a aprehender los conocimientos instrumentales específicos de la materia y, por otra parte, saberes y competencias de conceptualización teórica basados en la comunicación, la estética y la concepción cultural contemporánea.

La formación se encuentra predominantemente ligada a esclarecer, delimitar y desarrollar competencias de conceptualización visual, comunicacional, cognoscitiva y creadora del futuro editor en relación con la disciplina del diseño gráfico para que el mismo pueda establecer un trabajo interdisciplinario. La cátedra se propone promover los procesos de enseñanza-aprendizaje que considera como una modalidad específica de profundización del aspecto cognoscitivo del trabajo proyectual y, sobre todo, manejar un esquema de comunicación más amplio que el de los modelos tradicionales, con el objetivo de contribuir a la formación de futuros editores críticos y conscientes del proceso comunicacional en tanto operación cultural.

El editor se perfila como un organizador de la información en términos de gestión, creación y producción de publicaciones impresas y/o digitales que implica compromisos éticos, sociales y culturales con el medio donde se desarrolle. El editor puede incorporarse a un proyecto existente ofreciendo sus conocimientos específicos para la elaboración de productos editoriales, o bien puede planificar y gestionar proyectos editoriales integrales. En ambos casos el editor se convierte en un actor privilegiado, necesario y comprometido con el desarrollo cultural de una sociedad, en su rol de promoción, difusión y preservación de la cultura. Con esto contribuye al desarrollo y la difusión de las ideas, las conquistas de la ciencia y las realizaciones artísticas a través de los diversos medios de comunicación de conocimientos, difundiendo los beneficios de la acción cultural y social, a través de publicaciones tanto impresas como digitales.

En definitiva, entendemos que en un contexto de profundos cambios suscitados por las diversas crisis socioeconómicas, los cambios de hábitos de lectura y el nuevo dinamismo establecido por las tecnologías de la información y la comunicación, el desarrollo del campo disciplinar de la Edición requiere la promoción de un perfil de egresado que maneje las herramientas teóricas y prácticas que le permitan interactuar más eficazmente en el ámbito editorial, y al mismo tiempo reflexionar sobre su actividad y situarse en el contexto sociocultural en el cual participa.

UNIDADES TEMÁTICAS:

● **UNIDAD 1: El diseño como espacio de conocimiento**

Actividad y pensamiento del diseño como campo disciplinar. Debates en la construcción del diseño como disciplina y profesión a lo largo del siglo XX. La construcción crítica de un nuevo saber. Áreas y funciones del diseño y su inserción en el hábitat. Relación entre arte y diseño. El rol profesional y social del diseñador. Responsabilidades culturales en el entramado del discurso social. Relación constitutiva entre diseño y comunicación. Las diversas modalidades de análisis de la producción de la comunicación diseñada en nuestro entorno. El campo de conocimiento, el mercado del diseño y su relación con la edición. El debate entre modernidad y posmodernidad en la constitución del campo. El trabajo interdisciplinario en la historia de la mediación editorial. El proyecto gráfico y sus vinculaciones interdisciplinarias.

Bibliografía:

GÓMEZ, Martín G. (2011). Información y comunicación en el campo del diseño. Rico, E. J. y Gómez, M. G., *Estudios críticos sobre diseño de información*, Cap. II.1. Buenos Aires: Facultad de Filosofía y Letras (UBA).

JULIER, Guy (2010). Introducción a la cultura del diseño; Los diseñadores y el discurso del diseño. En *La cultura del diseño*. Caps. 1 y 3. Barcelona: Gustavo Gili.

LEDESMA, María (1997). Diseño Gráfico, ¿un orden necesario? Arfuch, L., Chaves, N. y Ledesma, M., *Diseño y Comunicación. Teorías y enfoques críticos*. Parte 1. Buenos Aires: Paidós.

PELTA, Raquel (2004). Del diseño sin límites a los básicos. En *Diseñar Hoy. Temas contemporáneos de diseño gráfico*. Cap. 1. Barcelona: Paidós.

Lecturas complementarias:

CEREZO, José M. (1999). Estilo Digital. *Diseñadores en la nebulosa. El diseño gráfico en la era digital*. Cap. 2. Madrid: Biblioteca Nueva.

HELLER, Steven (1997). Cranbrook. Katherine McCoy. *Design literacy: understanding graphic design*. New York: Allworth Press, 2da edición (2004), pp. 259-263. Traducción: Mónica Farkas.

PRESS, Mike, COOPER, Rachel (2009). *El diseño como experiencia. El papel del diseño y los diseñadores en el siglo XXI*. Barcelona: Gustavo Gili.

SCHREUDERS, Piet (1977). Diseño gráfico, una profesión criminal. Diseño tras diseño. *Fundamentos del Diseño Gráfico*. Buenos Aires: Ediciones Infinito.

ZIMMERMANN, Yves (1998). *Del Diseño*. Barcelona: Gustavo Gili.

■ UNIDAD 2: Edición, comunicación y cambio tecnológico

El desarrollo del libro en el tiempo. Problemáticas históricas de los medios como soportes del saber. Antecedentes históricos gráficos. Evolución crítica e interrelacionada de los sistemas de escritura y de comunicación. La evolución del libro. Nuevas configuraciones de sentido a partir de los nuevos medios. La transición entre mediaesferas. El ordenamiento tecnológico y social de la memoria. Incidencia del libro como forma simbólica. Una mirada semiótica desde las interfaces. Evaluación de enfoques editoriales relevantes para la historia de la edición en función de los soportes. Relación entre memoria, lectura y saber. La taxonomía del saber y sus manifestaciones editoriales. Cambios tecnológicos, metáforas gráficas y conceptuales.

Bibliografía:

DEBRAY, Régis (2002). Las mediaesferas. En *Introducción a la mediología*. Caps. 1 y 2. Barcelona: Paidós.

LE GOFF, Jacques (1991). *El orden de la memoria. El tiempo como imaginario*. Parte 2. Barcelona: Paidós.

LOWE, Donald (1999). La historia de la percepción. En *Historia de la percepción burguesa*. Cap. 1. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

SCOLARI, Carlos (2009). Mientras miro las viejas hojas. Una mirada semiótica sobre la muerte del libro. En Carlon, M. y Scolari (eds.), *El Fin de los medios masivos. El comienzo de un debate*. Cap. 2. Buenos Aires: La Crujía.

Lecturas complementarias:

BURKE, Peter (2002). *Historia social del conocimiento. De Gutenberg a Diderot*. Barcelona: Paidós.

GÓMEZ, Martín G. (2011). Percepción, memoria y transmisión cultural. Rico, E. J. y Gómez, M. G., *Estudios críticos sobre diseño de información*, Cap. II.2. Buenos Aires: Facultad de Filosofía y Letras (UBA).

HASLAM, Andrew (2007). ¿Qué es un libro? Pasado, presente y futuro. En *Creación, diseño y producción de libros*. Cap. 1, parte 1. Barcelona: Blume.

RONCAGLIA, Gino (2012). ¿Qué es un libro? La cuarta revolución del libro. *Seis lecciones sobre el futuro del libro*. Villa María: Eduvim.

■ UNIDAD 3: Arte y experiencia de la lectura

Problemáticas históricas en las prácticas de lectura. Recorrido introductorio sobre el arte moderno, los movimientos artísticos y sus variables estilísticas, desde el manuscrito monástico hasta las ediciones de la actualidad. Elementos para una historia de la comunicación visual. Relaciones complejas entre lectura, arte y vanguardia. Irrupción y nuevas configuraciones de sentido a partir de las vanguardias históricas y los nuevos medios. Teorías sobre las vanguardias. Civilización del libro y lectura visual. Alfabetización y modelos de lectura. Transformaciones de la percepción del tiempo y el espacio en la producción gráfica moderna. Debates sobre el medio y el modo y el nuevo sistema literario.

Bibliografía:

ARGAN, Giulio C. (1991). *El arte moderno*. Madrid: Akal.

CHARTIER, Anne-Marie (2002). Las revoluciones de la lectura. Chartier, A.-M. y Hébrard, J., *La lectura de un siglo a otro*. Conclusión. Barcelona: Gedisa.

HESSE, Carla (1998). Los libros en el tiempo. Nunberg, G. (comp.), *El futuro del libro*. Cap. 1. Barcelona: Paidós.

MELOT, Michel (2008). El libro como forma simbólica. *Revista Venezolana de Información, Tecnología y Conocimiento*, vol. 5, n°3. Zulia: Universidad de Zulia.

Lecturas complementarias:

BÜRGER, Peter (2000). *Teoría de la vanguardia*. Barcelona: Península.

HARVEY, David (1998). El tiempo y el espacio en el proyecto de la Ilustración. *La condición de la posmodernidad. Investigación sobre los orígenes del cambio cultural*. Cap. 15. Buenos Aires: Amorrortu.

MORRIS, William (1893). El libro ideal. *Fundamentos del diseño gráfico*. Buenos Aires: Infinito.

MÜLLER-BROCKMANN, Josef (2005). *Historia de la comunicación visual*. Barcelona: Gustavo Gili.

■ UNIDAD 4: Diseño, tipologías editoriales y tipografía

Identificación y análisis crítico de las diferentes tipologías editoriales. Comprensión de los factores que entran en juego en una pieza editorial: lectura secuencial, ritmo, tiempo, participación del lector-intérprete. Características de la comunicación editorial. Formas de apropiación del contenido. Tipologías de piezas gráficas en el diseño editorial. Análisis comparativo desde los factores de producción, distribución y recepción. Estructura, lenguajes y estilos gráficos. Estructuración del campo visual. Tipografía: usos de familias y variables. Componentes editoriales para la diagramación. Formatos y páginas. Caja y grilla. La retícula como estructura ordenadora no limitativa. Puesta en página. La tipografía como código, imagen y comunicación. Interacción entre imagen y tipografía. Usos tipográficos. Diagramación y configuración de elementos discursivos. Procedimientos para construcción de sentido en piezas gráficas. Características de las diferentes tipologías gráficas.

Bibliografía:

CEREZO, José M. (1999). Tipografía Digital. En *Diseñadores en la nebulosa. El diseño gráfico en la era digital*. Cap. 3. Madrid: Biblioteca Nueva.

GARFIELD, Simón (2012). *Es mi tipo*. Introducción y fragmentos. Buenos Aires: Aguilar.
GÓMEZ, Martín G. (2011). La interfaz del libro. Rico, E. J. y Gómez, M. G., *Estudios críticos sobre diseño de información*, Cap. II.3. Buenos Aires: Facultad de Filosofía y Letras (UBA).
HASLAM, Andrew (2007). Paleta del diseñador de libros. *Creación, diseño y producción de libros*. Cap. 2. Barcelona: Blume.
HASLAM, Andrew (2007). Tipo e imagen. *Creación, diseño y producción de libros*. Cap. 3. Barcelona: Blume.
PELTA, Raquel (2004). Un nuevo humanismo sans serif. *Diseñar Hoy. Temas contemporáneos de diseño gráfico*. Cap. 4. Barcelona: Paidós.

Lecturas complementarias:

AMBROSE, Gavin, HARRIS, Paul (2008). Elementos de una página: *Layout*. Cap. 4. Barcelona: Parragón.
MAJOOR, Martin (2004). La dialéctica entre tipografías. *Revista Tipográfica*, nº 59. Buenos Aires.
NOSAL, Alexa (1999). "Still Life". *Revista Tipográfica*, nº 41. Buenos Aires.
PELHAM, David (2007). "Penguin por diseñadores". *Creative Review*, mayo. Traducción: Laura Rieder. En línea: <<http://www.creativereview.co.uk/cr-blog/2007/may/penguin-by-designers-david-pelham>>.
SOLOMON, Martin (1993). "La tipografía en escena". *Revista Tipográfica*, nº 21. Buenos Aires.

UNIDAD 5: Discurso visual: imagen y diseño de información

Introducción a los lenguajes que complementan el discurso de la palabra. La construcción de la imagen, el lenguaje y la visión. La imagen y el acto perceptivo. Análisis de las estructuras morfológicas, comunicacionales, históricas y tecnológicas; su interrelación con los productos de diseño vinculados al contexto sociocultural. La imagen fotográfica. Componentes visuales. Modo de representación y convenciones. El mensaje fotográfico. Posiciones analógicas y constructivistas. Distintas representaciones y lenguajes visuales. Del arte a la publicidad. La representación como fenómeno comunicacional: códigos y lenguajes. Los lenguajes como vehiculadores de sentidos. El trabajo de mediar y esclarecer sin simplificar a través de mapas, diagramas e infografías. Diversidad de dispositivos de diseño de información. Su utilización según las necesidades de una pieza editorial. Nuevas redes de conocimiento. Morfología y estructuras compositivas en función del conocimiento y la información. La visualización tecnocientífica y sus aplicaciones en ámbitos de transferencia especializada.

Bibliografía:

APARICI, Roberto, *et al.* (2006). *La imagen. Análisis y representación de la realidad*. Caps. 2, 9 y 10. Barcelona: Gedisa.
BARTHES, Roland (1997). *La cámara lúcida*. Barcelona: Paidós.
LEDESMA, María (2011). El abordaje crítico del diseño de información. Rico, E. J. y Gómez, M. G., *Estudios críticos sobre diseño de información*, Prefacio. Buenos Aires: Facultad de Filosofía y Letras (UBA).
RICO, Esteban J. (2011). Conceptos y experiencias en diseño de información. Rico, E. J. y Gómez, M. G., *Estudios críticos sobre diseño de información*, Parte I: Caps. I.1 a I.5. Buenos Aires: Facultad de Filosofía y Letras (UBA).
SONTAG, Susan (1996). En la caverna platónica. En *Sobre la Fotografía*. Barcelona: Edhasa.

Lecturas complementarias:

ABRIL, Gonzalo (2007). *Análisis crítico de textos visuales*. Madrid: Síntesis.
BERGER, John (2000). *Modos de ver*. Barcelona: Gustavo Gili.

CAIRO, Alberto (2005). *Navegando hacia el futuro. Infográficos en la era de Internet*. University of North Carolina at Chapel Hill.

COSTA, Joan (1998). El trabajo del visualista. En *La esquemática*. Parte 4. Barcelona: Paidós.

GÓMEZ, Martín G. (2011). Variables visuales, esquemática y abstracción y El análisis crítico del diseño de información. Rico, E. J. y Gómez, M. G., *Estudios críticos sobre diseño de información*, Caps. II.4 y II.5. Buenos Aires: Facultad de Filosofía y Letras (UBA).

IGARZA, Roberto (2012). Internet en transición: a la búsqueda de un nuevo estatuto para la cultura digital. *En la ruta digital: cultura, convergencia tecnológica y acceso*. Buenos Aires: Secretaría de Cultura de la Nación.

■ UNIDAD 6: Teoría y práctica del diseño social

El lugar del diseño en la comunicación, la construcción del discurso social y la agenda pública. Perspectiva instrumental y enfoque humanista. Técnica y cultura. Métodos de análisis de problemas sociales desde la perspectiva del diseño. El contexto y los condicionantes. El trabajo del diseño gráfico en relación a la edición y el contexto cultural. Modos de proyecto gráfico y su vinculación interdisciplinaria. El potencial del diseño como forma necesaria de actualización y apertura al debate social y argumental. Nuevas formas de acceso a la información. Preguntas y debates como rutas de búsquedas. Interfaces de diseño social como forma de producción de conocimiento crítico. Modelación del objeto a través del medio. El diálogo permanente de las teorías y sus conceptos en el marco del compromiso político del diseño. Derivas e itinerarios culturales del diseño y la información. Formas alternativas de presentación y representación. Aplicación de técnicas en función de necesidades específicas.

Bibliografía:

CLAVEL, Paris (1997). El diseño cobra sentido si persigue un objetivo social. En *Revista Tipográfica*, n° 33, Buenos Aires.

LEDESMA, María (2013). Cartografía del diseño social. Aproximaciones conceptuales. *Revista Anales del Instituto de Arte Americano*, n° 43. Buenos Aires: Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo de la Universidad de Buenos Aires.

PELTA, Raquel (2004). Lo primero es lo primero. Diseño y responsabilidad social. *Diseñar Hoy. Temas contemporáneos de diseño gráfico*. Cap. 2. Barcelona: Paidós.

PROGRAMA MEMORIA EN MOVIMIENTO (2011). *Cuadernillo 76-11. Afiches. Momentos que hicieron historia*. Buenos Aires: Secretaría de Comunicación Pública de la Nación.

Lecturas complementarias:

FRASCARA, Jorge (2000). *Diseño gráfico para la gente*. Buenos Aires: Infinito.

HEFTING, Paul (2008). El compromiso social del diseño público. En Fernández y Bonsiepe, G., *Historia del diseño en América Latina y el Caribe*. San Pablo: Blücher.

PAPANEK, Víctor (1977). *Diseñar para un Mundo Real*. Madrid: Hermann Blume.

SCHMUCLER, Héctor (1997). Comunicación, cultura y desarrollo. En *Memoria de la comunicación*. Buenos Aires: Biblos.

RICO, Esteban y GÓMEZ, Martín G. (2011). Diseñar para la acción. *Estudios críticos sobre diseño de información*, Epílogo. Buenos Aires: Facultad de Filosofía y Letras (UBA).

■ UNIDAD 7: Comunicación institucional y sistemas de identidad

Conceptos de programa visual y sistemas de identidad, imagen institucional y corporativa. Fenomenología de la imagen de marca. Concepción y proceso de la imagen institucional. La marca como un sistema activo. Análisis de diferentes enfoques de planificación, construcción, diseño y gestión de sistemas de identidad visuales de instituciones, empresas y organismos

del tercer sector y públicos. Estrategia de comunicación. Programa de Identidad visual global en sistemas gráficos de complejidad media. Tendencias en la gestión de los intangibles.

Bibliografía:

CAPRIOTTI, Paul, *Planificación estratégica de la imagen corporativa*, Barcelona, Ariel 1999.
COSTA, Joan (2005). *La comunicación en acción. Informe sobre la nueva cultura de la gestión*. Barcelona: Paidós.
COSTA, Joan (2006). *Imagen corporativa en el siglo XXI*. Buenos Aires, La Crujía.
GALÁN, Beatriz (2009). El rol del diseño en las economías creativas. *Diseño en la Argentina. Estudio del impacto económico*. Buenos Aires, Instituto Nacional de Tecnología Industrial.

Lecturas complementarias:

AICHER, Otl (1994). *El mundo como proyecto*. Gustavo Gilli: Barcelona.
BALDWIN, Jonathan, ROBERTS, Lucienne (2007). *Comunicación Visual*. Barcelona: Parramón.
MOLES, Abraham y Costa, Juan, *Publicidad y diseño*, Buenos Aires, Infinito, 1998.

EVALUACIÓN, REGULARIDAD Y PROMOCIÓN:

La materia se evalúa con dos exámenes parciales teóricos, junto con la realización de dos trabajos prácticos especificados oportunamente. De ello se obtendrán cuatro calificaciones. La promoción será de acuerdo al régimen vigente para la promoción directa. En conformidad con las reglamentaciones, serán promocionados directamente quienes: asistan al 80% de las clases totales dictadas, aprueben todas las instancias de evaluación indicadas, y tengan una calificación promedio que llegue a un mínimo de 7 (siete). Aquellos que tengan un promedio menor a 7 (siete), e igual o mayor a 4 (cuatro), y cumplan con al menos un 75% de asistencia a prácticos, deberán rendir en mesas de finales de acuerdo al cronograma vigente. Quienes no alcancen a cumplir con este requisito de asistencia, y obtengan una calificación promedio menor a 4 (cuatro), perderán su condición de regularidad. En este caso deberán volver a cursar la materia, o presentarse a rendir examen final libre, en cuyo caso serán evaluados sobre la totalidad de este programa, tanto de temas obligatorios como los complementarios, de forma escrita y luego oral, debiendo aprobar satisfactoriamente ambas instancias.

HORARIOS DE CLASE:

Clases teóricas: viernes de 19 a 23 hrs.

DG. Esteban Javier Rico

Téc Ed Néstor Labbé
Secr Académico
Carrera de Educación
FAC. Filosofía y Letras (UBA)