

## **Diseño Gráfico II**

*Ciclo: Segundo. Curso recomendado: Quinto. Carácter: Optativo. Nº de créditos: 12. Asignatura anual. Departamento responsable: Dibujo II (Diseño y Artes de la Imagen).*

### **Objetivos**

El objetivo del presente curso es completar la formación recibida por el alumno en la asignatura "Diseño gráfico I", en orden a conseguir su preparación profesional en el terreno del diseño gráfico, así como su iniciación en los métodos de investigación gráfica de cara a una posible continuidad en el tercer ciclo de los estudios universitarios.

El diseño gráfico entendido como la articulación de un lenguaje visual, se constituye en el vehículo del proceso de comunicación impresa. Es, a diferencia de la publicidad (supeditada a la intervención de un producto en el mercado), la configuración gráfica de una idea o conjunto de ideas, la "forma" de comunicar en el universo de las artes gráficas, pudiendo formar parte o no del proceso publicitario.

No es el objetivo de esta asignatura preparar técnicos en publicidad, sino expertos en comunicación gráfica. No obstante, las técnicas creativas desarrolladas en el campo de la publicidad (brainstorming, lay out, story board, etc.) son de gran valor para el diseñador gráfico en cuanto que facilitan la visualización de conceptos y contribuyen a adquirir una visión de conjunto en los proyectos complejos.

La interrelación del diseño gráfico con otras áreas (diseño industrial, urbano, objetual, textil o audiovisual) no puede dejarse de lado, por lo que en lo posible se procurará el desarrollo de proyectos en los que la aplicación del lenguaje gráfico sea pertinente.

El programa pretende abarcar todos los sectores en los que se mueve el diseñador gráfico profesional: diseño editorial, packaging, diseño de códigos visuales y diseño de imagen corporativa. Para ello se realizarán ejercicios de índole eminentemente práctica, oscilando su duración entre 3 y 4 semanas cada proyecto. En los de mayor envergadura, y ajuicio del profesor, se contemplará la posibilidad de su realización en equipos de 2 ó 3 alumnos.

Cada proyecto supone la elaboración de todos los pasos necesarios hasta la puesta en máquina del mismo:

- Bocetos previos.
- Boceto de presentación al cliente
- Marcado de textos para fotocomposición
- Preparación de maquetas y artes finales para su reproducción en fotomecánica. Durante el curso se realizará una exposición pormenorizada de todo el proceso de diseño, así como un análisis del objeto o sistema a diseñar desde el punto de vista comunicativo. Considerando la asignatura "Diseño II" como complemento y continuación de lo aprendido en "Diseño I", se pretende la profundización en temas profesionales y de investigación en lo concerniente al tema que nos ocupa, por lo que los ejercicios se desarrollarán en dos vertientes:
  - Aumentarán en complejidad en los casos de supuestos encargos profesionales. En este supuesto, los factores que condicionan el proyecto se ampliarán, en unos casos, y en otros será el propio universo de aplicación del proyecto el que aumentará de envergadura, planteando un necesario control de la globalidad por parte del alumno.
  - Se centrarán en planteamientos limitados, donde factores como coste, aprovechamiento de material, etc, no se tengan en cuenta. En este supuesto, se pretende conseguir resultados más imaginativos, en los que la investigación formal se constituya en el principal objetivo del ejercicio.

### **Contenidos**

- Comunicación. Visualización de conceptos. Abstracción.
- Sistematización y jerarquización de los elementos que articulan el mensaje.
- Composición. Distribución y ubicación relativa de los elementos que configuran la imagen gráfica.

- Tipografía. Legibilidad y creatividad en tipografía. Aspecto, aire y función de los tipos.
- Fotocomposición. Medición y marcado de textos.
- Fotomecánica. Preparación de maquetas y artes finales.
- El empleo del color. Interacciones.
- Rediseño. Análisis crítico y propuestas alternativas.
- Imagen Institucional e Identidad Corporativa.
- Diseño Editorial.
- El contacto con el cliente. Entrevistas y contratación.
- El contacto con las empresas de artes gráficas.

Debido al carácter visual de la asignatura, las clases se apoyarán en el análisis de distintas soluciones al problema planteado en cada caso, mediante diapositivas, publicaciones y cuantos ejemplos sean susceptibles de presentar al alumnado.

### **Metodología**

Los contenidos de la asignatura a realizar a lo largo del curso permiten vertebrar los ejercicios prácticos de tal modo que, mientras el alumno lleva a cabo un ejercicio, se le imparten los contenidos relativos al tema monográfico que tiene que ver con el mismo.

Los temas monográficos son los siguientes:

- 1.- Tipografía.
- 2.- Diseño Editorial y de Publicaciones Periódicas.
- 3.- Identidad Corporativa e Imagen Corporativa.
- 4.- Packaging.
- 5.- Señalética.

Gradualmente, el alumno realizará ejercicios prácticos sencillos, de una sesión, dirigidos al adiestramiento de técnicas imprescindibles en el Diseño gráfico:

- Bocetos.
- Cálculo de textos y espacios.
- Marcado de fotografías e ilustraciones.
- Maquetación de páginas.
- Preparación de artes finales para su reproducción por medios fotomecánicos.

### **Bibliografía**

- McLean, R. Tipografía. Hermann Blume.
- Martín, J. Guía completa de caligrafía. Técnicas y materiales. H.B.
- Laing, J. Haga Ud. mismo su Diseño Gráfico. HJ.
- Beaumont, M. "Tipo & Color". H.B.
- Parramón, J.M. "Así se dibujan Letras, Rótulos". Parramón
- Dalley, T. Guía completa de Ilustración y Diseño. Técnicas y materiales". H.B.
- Sanders, N. Manual de producción del diseñador gráfico. Gustavo Gili.
- Bucham, J. Secretos de estudio para el artista gráfico. H.B.
- García, A. G. et al. Panorama histórico del Diseño Gráfico Contemporáneo, CP67, Buenos Aires, 1987.
- Chaves, N. La imagen corporativa, Gustavo Gili, Barcelona 1988.
- Sonsino, S. Packaging. Diseño, Materiales, Tecnología, Gustavo Gili, Barcelona, 1990.