

LIC. EN DISEÑO GRÁFICO
PROGRAMA DE EXAMEN DE INGRESO

PARTE TEÓRICA

1. DISEÑO I - Instrumental

- 1.1 Introducción a las Organizaciones. Estructura, grilla, módulo
- 1.2 Introducción a la Imagen. Técnicas de representación bi y tridimensional.
- 1.3 Introducción a la Tipografía. La letra, la palabra, el texto. La tipografía como imagen. Técnicas de representación bidimensional.
- 1.3 Introducción al Pensamiento. Partido conceptual y materialización de conceptos.
- 1.4 Introducción a Sistemas Simples. Relación de organización, imagen, tipografía y pensamiento en piezas bidimensionales de diferente formato y función.

2. DISEÑO II - Lenguaje

- 2.1. Investigación. Análisis de un suplemento de diario: tipo de texto. Determinación de constantes y variables del sistema editorial.
- 2.2. Diseño editorial. Introducción a la problemática editorial. Pensamiento sistemático, contemplando los valores comunicacionales y gráficos.
- 2.3. WEB: Flash animado. Introducción a la problemática audiovisual. Diseño gráfico en movimiento. Nociones básicas de Macromedia Flash. Gráfica en movimiento.
- 2.4. Introducción al diseño gráfico cinético. Gráfica audiovisual mediante un pensamiento sistemático. Tipografía en movimiento. Introducción de tiempo y audio como nuevos elementos de comunicación.
- 2.5. Introducción a la tridimensión. Técnicas de representación espacial.
- 2.6. Marca. Los signos identificadores básicos. Los signos visuales de marca. Requisitos funcionales, semánticos y formales. Diseño tridimensional. Sistema gráfico a través de la articulación de sus elementos en el espacio. Comprensión del espacio en función del hombre y su escala.

3. DISEÑO III - Sistemas gráficos de alta complejidad

- 3.1. Afiche Social. Desarrollo de la problemática de afiche como sistema complejo de comunicación.
- 3.2. Web. Sistemas de referencias. Introducción a la problemática del diseño gráfico digital. Sistema visual de aplicación en sitio web experimental y comercial.
- 3.3. Diseño Editorial. Diseño de sistema de tapas de libros y páginas interiores tipo.
- 3.4. Plataforma cultural. Desarrollo de contenidos para eventos culturales.
- 3.5. Imagen Corporativa. Desarrollo de sistema gráfico de alta complejidad.

4. MORFOLOGÍA I

- 4.1. Estructura 1: punto, línea y plano. Texturas.
- 4.2. Estructura 2: Imagen. Lenguaje. Percepción. Serialidad.
- 4.3. Estructura 3: Palabra e imagen. Escala. Unidad y diversidad. Síntesis.

5. MORFOLOGÍA II

5.1. Planos superpuestos: material único. Variación de materiales

5.2. Vacío y lleno. El espacio "negativo"

5.3. Texturas visuales en el plano-espacio

5.4. Capas tipográficas / transparencias

6. TIPOGRAFÍA I

6.1 Escritura

Análisis, documentación e instrumentación para abordar la tipografía. Estructura del signo. Sensibilización al trazo, al ritmo y a la forma. Asociación y relación entre signos. Evolución del alfabeto latino. Escritura monumental. Capitales rústicas. Nacimiento de Semiuncial. Reforma de la escritura occidental. La carolingia y su evolución hacia la gótica. La caligrafía. Renacimiento. Italia y la escritura humanística y cancillerescas.

6.2 Tipografía

El signo tipográfico. La imprenta. Gutenberg. Creadores de caracteres. Maestros impresores: Jenson, Manucio, F. Griffo, G. Tory, Garamond, Elzevir, Los Estienne, Plantin,

Grandjean, Caslon. Nuevas normalizaciones: Baskerville, Fournier, Didot, Bodoni.

Semiología del lenguaje tipográfico. Clasificación de caracteres. Estructura del campo gráfico. Grilla y trazados, particiones y articulaciones.

7. TIPOGRAFÍA II

7.1. El sistema tipográfico: su unidad de diseño y sus variables. La estructura del campo gráfico: grillas y trazados, particiones y articulaciones. Cálculo tipográfico. Legibilidad: los mecanismos de lectura. Legibilidad y texto. Legibilidad y señal. Siglo XX, nacimiento de la conciencia de diseño. La influencia del arte moderno. Pioneros en la expresión tipográfica: vanguardias y movimientos. La posguerra: Europa y EEUU.

Tipografía en movimiento.

Tipografía en pantalla.

8. TIPOGRAFÍA III

8.1. Sistema tipográfico: Procesos de lectura en diferentes medios. Tipografía y diseño de información. Tipografía y movimiento. Tipografía y sonido. Tipografía y TV.

Tipografía e interacción. Hipertexto. El texto HTML. Cascading Style Sheets. El pixel como unidad de medida. Cuerpos tipográficos relativos. Nuevas variables tipográficas.

La legibilidad, el sonido, el tiempo. Postscript. Formatos tipográficos: Type 1, True Type, Multiple Master. Open Type, Mapa de bits. Kerning. La adaptación tipográfica a los nuevos medios.

Tipografías de baja resolución. Pixel fonts. Diseño de fuentes.

9. COMUNICACIÓN I

9.1. El diseño como práctica cultural. Las nuevas formas de la comunicación contemporánea en el marco de la globalización. Semiosis del diseño en la trama de la cultura.

9.2. La constitución teórica del campo de la significación. Los paradigmas fundantes. La semiología de Saussure: noción de signo, sistema, relación, jerarquía y valor. La semiótica de Peirce: signo, representación y semiosis infinita. Tripartición de los signos: Índice, Icono, Símbolo.

9.3. Problemáticas de la comunicación. La puesta en juego del sistema en la producción significativa. Enunciación e intersubjetividad. Pertinencia de los conceptos de discursividad, textualidad e intertextualidad para una teoría del diseño. De lo verbal a lo gráfico: cánones de lectura.

9.4. Diseño y Comunicación visual. Estatuto y retóricas de la imagen. Fotografía, arte, publicidad y diseño. Aceleración mediática y cultura visual: figuras de lo contemporáneo.

10. COMUNICACIÓN II

10.1. Comunicación y Diseño. La dimensión semiótica de las prácticas del diseño en la trama cultural de la ciudad.

10.2. La concepción dialógica de la comunicación y la discursividad social. La noción de géneros discursivos y su productividad en el campo del diseño: retóricas de la visualidad, procedimientos, estilos.

10.3. Diseño y prácticas significantes. El rol de la imagen en la producción de esquemas valorativos: imaginarios, culturas de época, visualidad y economías de la representación.

10.4. Políticas del diseño y problemas contemporáneos. Diseño, redes mediáticas, estrategias de la diferencia y configuración de identidades. La industria del estilo: tendencias estéticas y políticas de identificación. Diseño, globalización y mercado.

11. MEDIOS EXPRESIVOS

11.1. Antecedentes históricos de las imágenes electrónicas en movimiento. Aportes de otros medios y artes.

11.2. El papel de los medios en la producción y reproducción de la cultura.

11.3. Imaginación e imágenes. De la idea al proyecto: la creación de metáforas Audiovisuales. Uso expresivo y funcional del color. Uso expresivo del sonido.

11.4. Recursos técnicos y expresivos. Herramientas para la creación de imagen en movimiento. La imagen electrónica. Normas y sistemas de color.

11.5. La revolución informática. Video digital. Imagen de síntesis. Computación gráfica para video. Diseño videográfico bi y tridimensional. Interfase video-computación. Dispositivos de captura analógicos y digitales. Dispositivos de almacenamiento digital. El software: herramientas técnicas en función de un diseño comunicacional.

12. TECNOLOGÍA GRÁFICA I

12.1. Compendio de los Orígenes e Historia de la imprenta.

- 12.2. Técnicas de la composición ordinaria. Conocimientos Generales. Generalidades y Nomenclaturas.
- 12.3. Introducción a las Técnicas de composición especial y digital.
- 12.4. Sistema base de Impresión en Relieve.
- 12.5. Sistema base de Impresión en Superficie: La litografía y su influencia en el diseño publicitario y la imagen de identidad
- 12.6. Sistema base de Impresión en Profundidad. Sistema base de Impresión Híbrido: Estarcido y estampado. Serigrafía.
- 12.8. Tecnología del Papel. Evolución de los materiales escriptorios-Producción artesanal.
- Producción Industrial.
- 12.9. Sistemas Auxiliares la Impresión.
- 12.10. Tintas.
- 12.11. Teoría del Color.
- 12.12. Confección de Originales.
- 12.13. Encuadernación.
- 12.14. Introducción a los Sistemas de Impresión Digitales. Función de Preprensa y Autoedición. Equipos para la Preimpresión e Impresión.

13. TECNOLOGÍA GRÁFICA II

- 13.1. Introducción a la tecnología gráfica
- 13.2. Medida de los medios gráficos.
- 13.3. Tecnología general de los procesos de impresión.
- 13.4. Impresión en relieve. Impresión en superficie. Impresión en rotograbado.
- 13.5. Sistemas híbridos y alternativos de impresión.
- 13.6. La autotipia.
- 13.7. Reprografía del color. Fotocromía gráfica.
- 13.8. Control de calidad de la impresión.

PARTE PRÁCTICA

El candidato deberá concurrir a la entrevista con:

1. Carpeta de Presentación con trabajos realizados y todo aquel material que considere relevante a fin de acreditar su formación técnico profesional.
2. Proyecto de su autoría (ver consigna) en formato digital y papel (este último opcional).

Consigna:

Realizar una pieza gráfica para promocionar el ingreso a los Institutos de Formación de la Fuerza Aérea Argentina.

Para su desarrollo:

Se le entregará un partido conceptual, a partir del cual deberá realizar una propuesta gráfica para luego confeccionar la pieza solicitada.

Preguntas a las cuales debe responder esta producción y de las cuales puede dar cuenta en la presentación:

Analizará cuál es el objetivo, cuál es el mensaje que se quiere transmitir en la pieza gráfica (tipo de imágenes, colores, contrastes, etc.)

¿Qué otras piezas gráficas podrían dar respuesta a esta necesidad?

¿Qué recursos gráficos son necesarios para llevar adelante el objetivo comunicacional?(texto, gráfico, imagen, etc.)

BIBLIOGRAFÍA DE REFERENCIA

- Aicher, O. (1994): *El mundo como proyecto*, Barcelona, Gustavo Gili.
- Arnheim, Rudolf (1979): *Arte y percepción visual*, Alianza Editorial. Madrid.
- Arfuch Leonor., Chaves Norberto y Ledesma M (1997): *Diseño y comunicación*, Editorial Paidós, Buenos Aires.
- Benveniste, Emile: "Lenguaje y experiencia humana" y "Semiología de la lengua" en *Problemas de lingüística general*, T. II, México, Siglo XXI.
- Chaves, Norberto (1998): *La imagen corporativa*, Barcelona, Editorial Gustavo Gili.
- Dondis, Donga A (1997): *La Sintaxis de la Imagen. Introducción al alfabeto visual*, Barcelona, Editorial Gustavo Gili.
- Eco, Umberto (1970): *Análisis de la imagen*, Buenos Aires.
- Frutiger, Adrián (1981): *Signos, símbolos, marcas, señales*, Barcelona, Editorial Gustavo Gili.
- Jakob, Nielsen (2000): *Usabilidad. Diseño de sitios web*, Madrid, Prentice Hall.
- Montagu Arturo, Pimentel Diego y Groisman Martín (2004): *Cultura digital. Comunicación y sociedad*, Buenos Aires, Editorial Paidós.
- Munari, Bruno (2004): *Cómo nacen los objetos*, España, Editorial Gustavo Gili.
- Pierce, Charles Sanders (1985): *La ciencia de la semiótica*, Buenos Aires, Nueva Visión.
- Verón, Eliseo (1987): *La semiosis social*, Buenos Aires, Gedisa.
- Wong, Wucius (1981): *Fundamentos del diseño bi y tridimensional*, Barcelona, Editorial Gustavo Gili,
- Snask (2012) *Make Enemies & Gain Fans*
- Ellen Lupton (2015) *Pensar con tipos*
- Adrián Shaughnessy (2015) *Cómo ser un diseñador gráfico, sin perder tu alma*
- Carlos Mejía Llano (2016) *La guía avanzada del Community Manager*