



Ministerio de Cultura y Educación
 Universidad Nacional de San Luis
 Facultad de Ciencias Humanas
 Departamento: Fonoaudiología y Comunicación
 Área: Formación en Medios

(Programa del año 2006)

I - Oferta Académica

Materia	Carrera	Plan	Año	Período
PRODUCCION Y REALIZACION GRAFICA	LIC.COM. SOCIAL	2/99	4	1c

II - Equipo Docente

Docente	Función	Cargo	Dedicación
MARTIN, MONICA BEATRIZ	Prof. Responsable	P.ADJ SEM	20 Hs

III - Características del Curso

Credito Horario Semanal				
Teórico/Práctico	Teóricas	Prácticas de Aula	Práct. de lab/ camp/ Resid/ PIP, etc.	Total
4 Hs	2 Hs	2 Hs	Hs	4 Hs

Tipificación	Periodo
A - Teoria con prácticas de aula y campo	1 Cuatrimestre

Duración			
Desde	Hasta	Cantidad de Semanas	Cantidad de Horas
13/03/2006	23/06/2006	15	60

IV - Fundamentación

Tomamos como premisa que “el proceso necesario para desarrollar un proyecto de comunicación gráfica, es la parte que permanece oculta y, sin embargo, es ahí donde el trabajo del diseñador resulta más revelador”.

Si el diseño consistiera únicamente en el dominio de programas informáticos, todos podrían ser diseñadores o comunicadores, pero el proceso no es tan simple como parece; la tecnología es sólo un medio. El diseñador debe producir y controlar situaciones comunicacionales, en las cuales el receptor interactúa con la pieza de diseño; esta comunicación acontece en el tiempo y está influenciada por factores humanos como experiencia, edad, nivel educacional, social, etc. Por esta razón, para que la comunicación sea efectiva, es necesario conocer y comprender la importancia de cada una de las etapas de su producción.

V - Objetivos

- Que el alumno comprenda la importancia de la utilización de un método en la producción de piezas gráficas.
- Que el alumno se familiarice con las herramientas básicas necesarias para la producción gráfica.
- Capacitar para la realización y producción de piezas gráficas.
- Capacitar para el seguimiento y evaluación integral de la producción de materiales impresos.
- Que el alumno comprenda la importancia de la utilización de un método en la producción de piezas gráficas.
- Que el alumno se familiarice con las herramientas básicas necesarias para la producción gráfica.
- Capacitar para la realización y producción de piezas gráficas.
- Capacitar para el seguimiento y evaluación integral de la producción de materiales impresos.

VI - Contenidos

Módulo I

Principales etapas de la producción gráfica, introducción general.

1º Etapa: Estrategia comunicacional. Recolección y análisis de información. El Brief: definición, desarrollo y aplicación a casos puntuales.

Módulo II

2º Etapa: Estrategia de visualización.

El mensaje gráfico: Sistema de descomposición séxtuple del mensaje gráfico. Análisis de casos.

Desarrollo de anteproyectos. Nociones básicas sobre el manejo de software de ilustración y autoedición, necesarios para la realización de piezas gráficas.

Construcción técnica de grillas. Análisis de casos.

Criterios de selección tipográfica y legibilidad.

Módulo III

3º Etapa: Estrategia de producción: Los sistemas de impresión y sus posibilidades.

Teoría de color y su aplicación en la impresión.

Preparación del diseño para su reproducción: especificaciones técnicas y arte final.

VII - Plan de Trabajos Prácticos

Los Trabajos prácticos tienen como objetivo la aplicación de los conocimientos teóricos adquiridos a lo largo de la carrera y particularmente los dictados en esta cátedra.

Deberán entregarse en tiempo y forma establecidos con anticipación.

Estarán apoyados por el conocimiento y aprendizaje del software adecuado en cada caso (Adobe Illustrator – Adobe Page Maker); que utilizarán sólo como una herramienta para la producción de las piezas gráficas solicitadas.

Trabajo Práctico N° 1

Desarrollo de las estrategias de comunicación, visualización y producción, en el diseño de un afiche (se toma esta pieza por ser uno de los paradigmas del diseño gráfico). El tema a abordar será la promoción de un “producto” a elección de cada alumno. Deberán tener en cuenta:

- Sistema de descomposición séxtuple del mensaje gráfico.
- Aplicación y uso del color.
- Armado del original en soporte digital.

Modalidad: individual

Trabajo Práctico N° 2

Este trabajo tiene como finalidad afianzar los conceptos de diseño editorial adquiridos, incorporando a ellos la precisión técnica necesaria para su reproducción. Se diseñará una publicación periódica: diario, revista, etc., teniendo en cuenta para ello, todas las etapas de la producción gráfica, creación y uso de la grilla, selección y uso tipográfico, coherencia en el manejo fotográfico e ilustrativo, armado del original en soporte digital. El tema será elegido por los alumnos.

Modalidad: grupal.

VIII - Regimen de Aprobación

Promoción: Promocionarán los alumnos que obtengan mas de 7 (siete) como promedio, el 100% de los trabajos prácticos entregados y aprobados y el 80% de asistencia.

Regularidad: Tendrá acceso a la condición de regular el alumno que obtenga entre 4 y 6 (cuatro y seis) como promedio, el 100% de los trabajos prácticos entregados y el 70% de asistencia.

El alumno que no cumpla con lo anteriormente establecido se considerará ausente, ya que al ser una materia netamente práctica, no se acepta la condición de libre.

IX - Bibliografía Básica

[1] - “Diseño gráfico por ordenador”. Tomos II y IV. Ediciones Génesis

- [2] - “Cómo preparar el exitoso plan de Mercadotecnia “. Roman G. Hiebing, Jr. – Scout W. Cooper) Ed. Mc Graw Hill-
- [3] - Communications Arts. Advertising Annual N° 29 y 38
- [4] - Diseño Gráfico y Comunicación. Jorge Frascara. Ed. Infinito.
- [5] - Diseño Gráfico para la Gente. Comunicaciones de masa y cambio social. Jorge Frascara. Ed. Infinito.
- [6] - Sistemas de signos en la Comunicación Visual Otl Aicher – Martin Krampen. Ed. Gustavo Gili.
- [7] - Sistemas de Retículas. Joseph M. Brockman. Ed. Gustavo Gili.
- [8] - Diseñando con Tipografía I. Libros, revistas, boletines.
- [9] - La Producción Gráfica. Hugo M. Santarsiero. TS Comunicación Gráfica Edición & Diseño.
- [10] - La Letra. Gerard Blanchard. Ed. Ceac.

X - Bibliografía Complementaria

[1]

XI - Resumen de Objetivos

- Que el alumno comprenda la importancia de la utilización de un método en la producción de piezas gráficas.
- Que el alumno se familiarice con las herramientas básicas necesarias para la producción gráfica.
- Capacitar para la realización y producción de piezas gráficas.
- Capacitar para el seguimiento y evaluación integral de la producción de materiales impresos.

XII - Resumen del Programa

Módulo I

Principales etapas de la producción gráfica, introducción general.

1º Etapa: Estrategia comunicacional. Recolección y análisis de información. El Brief: definición, desarrollo y aplicación a casos puntuales.

Módulo II

2º Etapa: Estrategia de visualización.

El mensaje gráfico: Sistema de descomposición séxtuple del mensaje gráfico. Análisis de casos.

Desarrollo de anteproyectos. Nociones básicas sobre el manejo de software de ilustración y autoedición, necesarios para la realización de piezas gráficas.

Construcción técnica de grillas. Análisis de casos.

Criterios de selección tipográfica y legibilidad.

Módulo III

3º Etapa: Estrategia de producción: Los sistemas de impresión y sus posibilidades.

Teoría de color y su aplicación en la impresión.

Preparación del diseño para su reproducción: especificaciones técnicas y arte final.

XIII - Imprevistos