

Cátedra de Diseño Gráfico I, II y III
Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo
Universidad de Buenos Aires

Esteban Javier Rico
Profesor Titular
Mónica Farkas
Profesora Asociada
Javier Basile
Lucas Giono
Profesores Adjuntos
Mariano Addesi
Guillermo Altube
Ileana Coppoli
Diego Cruz
Agustín Alric
Sonia Cancinos
Anabella Prado
Guadalupe Romero
Yésica Vázquez
Manuel Gache
Anabella López
Mariano Valerio
Equipo Docente DG2

DG2

2

Módulo

Contenidos Módulo 2:

Tipologías Editoriales y géneros discursivos.

Factores que entran en juego en una pieza editorial:

Lectura secuencial, ritmo, tiempo, participación del lector-intérprete. Jerarquías y organización.

Características de la comunicación editorial.

Formas de apropiación del contenido.

Distintas tipologías de piezas gráficas dentro del diseño editorial. Continente y contenido. Análisis desde los factores de producción, distribución y recepción (consumo).

Estructura y Estilos gráficos. Lenguajes gráficos.

Estructuración del campo visual. Diagramación

Especulación tipográfica. Tipografía. Familias y variables.

Los componentes editoriales. Formatos.

Dobles páginas. Caja y grilla tipográfica.

Introducción al concepto de Diseño de Información.

Caracterización de la Información y no Información.

Nuevas reglas de velocidad de acceso de información.

Los tipos de información: los cinco anillos. El lugar de la eficiencia. Esclarecimiento, no simplificación.

La estructura y las formas de intercambio de información. Cómo se logra esclarecer sin simplificar a través de mapas, diagramas e infografías.

Objetivos:

- Comprender la especificidad del ámbito editorial dentro del universo del diseño gráfico.
- Analizar casos de diversos campos (discurso publicitario, político, institucional, experimental).
- Identificar las fases de producción que anteceden a la génesis de una pieza editorial (necesidades comunicacionales, relevo, contexto, modalidad de recepción, etcétera).
- Comprender las variables tradicionales del objeto "libro" y de las "publicaciones periódicas" y experimentar a partir de dichas constantes históricas.
- Comprender la relevancia de los objetos editoriales en el ámbito cultural actual y sus mutaciones históricas, permitiendo imaginar sus posibles variaciones.

Bibliografía Obligatoria:

Ambrose, Harris. Layout. Parramón, Arquitectura y Diseño, Barcelona: 2008

Haslam, Andrew. Creación, diseño y producción de libros. Blume, Barcelona: 2007

Cátedra de Diseño Gráfico I, II y III
Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo
Universidad de Buenos Aires

Esteban Javier Rico
Profesor Titular
Mónica Farkas
Profesora Asociada
Javier Basile
Lucas Giono
Profesores Adjuntos
Mariano Addesi
Guillermo Altube
Ileana Coppoli
Diego Cruz
Agustín Alric
Sonia Cancinos
Anabella Prado
Guadalupe Romero
Yésica Vázquez
Manuel Gache
Anabella López
Mariano Valerio
Equipo Docente DG2



TP N°2 : Objeto Gráfico Editorial Infográfico

Objetivos

- Problematicar conceptual/proyectualmente las variables básicas del diseño editorial.
- Problematicar materialmente y compositivamente las variables básicas del diseño editorial
- Analizar críticamente dinámicas específicas del diseño editorial (dobles, estructura, ritmo, secuencialidad, diálogo texto/imagen, narración visual)
- Introducir conceptos de Diseño de Información.
- Lograr esclarecer sin simplificar a través de mapas, diagramas e infografías.

Consigna del ejercicio

Se diseñará sobre la temática de la Deuda Externa Argentina un objeto gráfico editorial infográfico que permita experimentar gráficamente trabajando con los desplazamientos necesarios para entender las tipologías editoriales y su relación con los modos de lectura. Se desarrollará una introducción al lenguaje infográfico desarrollando aspectos del Diseño de Información que se realizará a partir de aportes de investigación del Proyecto UBACyT de Red InfoDesign y otros profesionales especializados.

Desarrollo del Trabajo Práctico

a) Cada estudiante diseñará 10 dobles página en formato libre, para una publicación tipo libro que permita experimentar gráficamente con las variables y componentes editoriales para lo cual trabajará en la selección de textos a partir del dossier dado por la

cátedra en el TP de Voz Pública. En las Dobles páginas deberán obligatoriamente haber relación texto-imagen y deberá contener niveles de lectura tipográficos con los siguientes elementos editoriales: Títulos, bajadas, copetes, texto principal, texto secundario, textos destacados, epígrafes, paginación, entre otros. Dentro de la cantidad total habrá una doble página que tendrá un desarrollo infográfico completo y en el resto se usarán dispositivos infográficos que interactúen con el contenido de masas textuales e imágenes.

Condiciones de Entrega

Con relación al libro experimental, las especificaciones técnicas dependerán de la propuesta de cada alumno.

Se entregará un mínimo de 10 dobles páginas para la entrega en maqueta editorial.

Se deberá acompañar un CD con las dobles en formato JPG a 300 dpi.

El trabajo se realiza de forma individual.