FICHA IDENTIFICATIVA

Datos de la Asignatura

Código	36556
Nombre	Fundamentos del diseño gráfico y visual
Ciclo	Grado
Créditos ECTS	6.0
Curso académico	2022 - 2023

Titulación(es)

Titulación	Centro	Curso	Periodo
1333 - Grado en Comunicación Audiovisual	Facultad de Filología, Traducción y Comunicación	2	Segundo cuatrimestre

Materias

Titulación	Materia	Carácter
1333 - Grado en Comunicación Audiovisual	2 - Comunicación	Formación Básica

Coordinación

Nombre	Departamento
CENTENO MARTIN, MARCOS PABLO	340 - Teoría de los Lenguajes y Ciencias de la Comunicación

RESUMEN

El objetivo de esta asignatura es introducir al manejo de herramientas teóricas, críticas y técnicas para la comprensión y análisis de los mecanismos, condiciones y componentes del diseño de las imágenes gráficas y visuales. Además, la asignatura busca fomentar el desarrollo de habilidades para el diseño gráfico y visual, así como desarrollar la capacidad de expresión a través de elementos fundamentales de composición. En definitiva, la asignatura tiene un enfoque teórico-práctico: familiarización con el uso social, político y cultural del diseño gráfico y visual a lo largo de la histórica, con los marcos teóricos para su análisis y con herramientas disponibles para la creación de obras de diseño originales.

CONOCIMIENTOS PREVIOS

Relación con otras asignaturas de la misma titulación

No se han especificado restricciones de matrícula con otras asignaturas del plan de estudios.

Otros tipos de requisitos

Ninguno.

COMPETENCIAS (RD 1393/2007) // RESULTADOS DEL APRENDIZAJE (RD 822/2021)

1333 - Grado en Comunicación Audiovisual

- Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.
- Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.
- Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.
- Que los estudiantes sean capaces de trabajar en equipo, de comunicar las propias ideas y de integrarse en proyectos comunes destinados a la obtención de resultados.
- Que los estudiantes tengan la capacidad y la creatividad necesarias para asumir riesgos expresivos y temáticos en el marco de las disponibilidades y plazos de la producción comunicativa, aplicando soluciones y puntos de vista fundados en el desarrollo de los proyectos.
- Que los estudiantes posean habilidad para la organización y temporalización de las tareas, realizándolas de manera ordenada adoptando con lógica las decisiones prioritarias en los diferentes procesos de la actividad periodística.
- Capacidad para buscar, seleccionar, leer, interpretar y analizar textos y documentos tanto escritos como audiovisuales (capacidad analítica, sintética y crítica).
- Iniciativa, creatividad, credibilidad, honestidad, imagen, espíritu de liderazgo y responsabilidad tanto de modo individual como corporativo.
- Capacidad para experimentar e innovar mediante el conocimiento y el uso de métodos y técnicas aplicados.
- Capacidad para actuar defendiendo una cultura de la paz y respetando los derechos fundamentales en los procesos de la comunicación, en concreto la igualdad entre mujeres y hombres en todos los tratamientos informativos, interpretativos, sígnicos, dialógicos y opinativos de la comunicación.
- Conocimiento y capacidad para aplicar recursos, elementos, métodos y procedimientos de los procesos de construcción y análisis de los relatos audiovisuales tanto lineales como no lineales, incluyendo el diseño, establecimiento y desarrollo de estrategias, así como las aplicaciones de las políticas de comunicación persuasiva en los mercados audiovisuales.

- Creatividad: capacidad para asumir riesgos expresivos y temáticos en el marco de las disponibilidades y plazos de la producción audiovisual, aplicando soluciones y puntos de vista personales en el desarrollo de los proyectos.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE (RD 1393/2007) // SIN CONTENIDO (RD 822/2021)

- Conocer los códigos y modos de representación propios de la comunicación audiovisual.

- Identificar la relevancia social cultural e histórica de las propuestas estéticas de las industrias audiovisuales.

- Llevar a cabo análisis de relatos y obras audiovisuales.

- Identificar las estructuras organizativas en el campo de la comunicación visual y sonora.

- Conocer la interrelación entre los sujetos de la comunicación audiovisual: autores, instituciones, empresas, medios, soportes y receptores.

- Seleccionar cualquier tipo de documento de una base de datos.

- Utilizar documentos en bases de datos analógicas y digitales.

- Expresar intencionalidad en el uso de las imágenes.

- Aplicar soluciones propias en el desarrollo de los proyectos audiovisuales.

- Asumir la responsabilidad de un proyecto propio.

- Desarrollar un trabajo creativo o de investigación.

- Actualizar el conocimiento de los campos de la comunicación audiovisual.

- Construir técnicamente relatos audiovisuales lineales y no lineales.

- Diseñar estrategias visuales persuasivas.

- Aplicar recursos y procedimientos de ideación gráfica.

- Crear elementos de identidad corporativa

- Diseñar elementos de escenografía

- Analizar la relevancia de la creatividad de las imágenes.

DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS

1. Introducción a los fundamentos del diseño gráfico y visual

1. Introducción a los fundamentos del diseño gráfico y visual.
La profesión del diseñador gráfico, sus características y habilidades. Introducción a diseñadores de referencia. Discusión sobre las diferencias entre diseño y arte.

2. Evolución histórica del diseño

2. Evolución histórica del diseño.
Desarrollo histórico del diseño, evolución. Manifestaciones en diferentes contextos culturales, de Occidente, a Asia Oriental. Tradiciones estéticas: Bauhaus, Art Deco, Modernismo, Constructivismo. Diseños durante las guerras mundiales y diseños desde la posguerra hasta hoy (Escuela de Nueva York, Estilo Tipográfico Internacional, Expresionismo Gráfico, estilo punk y estudio Grapus, New Wave).

3. Aproximaciones teóricas al diseño

3. Aproximaciones teóricas al diseño.
Principios del diseño: énfasis, balance, ritmo, escala, armonía y simplicidad.

4. Componentes del diseño y del lenguaje visual

4. Componentes del diseño y del lenguaje visual.
Elementos visuales y sus estructuras básicas: línea, forma, objeto, espacio, tipografía, textura y color. La proporción áurea, regla de los tercios y sus aplicaciones

5. Percepción visual

5. Percepción visual.
Teorías de la imagen y percepción visual. Introducción a las contribuciones de la Gestalt. Percepción emocional del color. Niveles de iconicidad.

6. Diseño aplicado a la infografía

6. Diseño aplicado a la infografía.
Tipografía, fuentes, caracteres especiales. Infografía en pantalla: espaciado, nombres propios, formatos de hora, alineación

7. Diseño para los medios audiovisuales I: el diseño en la televisión

7. Diseño para los medios audiovisuales I: el diseño en la televisión.
Elementos y herramientas gráficas para televisión. Características y usos. Titulación y grafismo para distintos géneros televisivos. Embalaje gráfico (packaging) de un canal de televisión: identidad (ident), mosca, promociones, cortinillas y transiciones.

8. Diseño para los medios audiovisuales II: el diseño en el cine

8. Diseño para los medios audiovisuales II: el diseño en el cine
El cartel cinematográfico. Diseñadores, adaptaciones según géneros y evolución histórica. Créditos de cine (motion graphics).

9. Diseño para los medios audiovisuales III: el diseño publicitario

9. Diseño para los medios audiovisuales III: el diseño publicitario
Campos de actuación. Estrategias comerciales de diseño. Branding e imagen de marca (logotipo, símbolo, color). El cartel publicitario. Logos: isotipo, logotipo, imagotipo, isologo.

10. Diseño para los medios audiovisuales IV: el diseño político

10. Diseño para los medios audiovisuales IV: el diseño político
Estrategias de diseño en propaganda política. Percepción, diseño (isotypos, sintaxis), cultural visual. El cartel político.

11. Diseño para los medios audiovisuales V: el diseño en la web

11. Diseño para los medios audiovisuales V: el diseño en la web
Composición en pantalla. Diseño de páginas. Introducción a formatos web: html, html 5, flash, CSS, PHP, WYSIWYG, CMS, Wordpress.

12. Tratamiento de la imagen en el entorno digital

12. Tratamiento de la imagen en el entorno digital.
Elementos de composición. Formatos y técnicas de compresión, sus características, usos y aplicaciones. Diseño UX y UI.

13. Planificación de un proyecto de diseño

13. Planificación de un proyecto de diseño.
Planificación de un proyecto de diseño, adaptación de las herramientas teóricas y aplicación de herramientas prácticas a un caso concreto. Elementos clave: responsividad, legibilidad y experiencia de usuario.

VOLUMEN DE TRABAJO

ACTIVIDAD	Horas	% Presencial
Clases de teoría	30,00	100
Prácticas en aula informática	30,00	100
Elaboración de trabajos en grupo	10,00	0
Elaboración de trabajos individuales	10,00	0
Preparación de actividades de evaluación	30,00	0
Preparación de clases de teoría	10,00	0
Preparación de clases prácticas y de problemas	30,00	0
TOTAL	**150,00**	

METODOLOGÍA DOCENTE

Clases teóricas

La estructura de las clases teóricas incluirá: una introducción del tema por parte del profesor y el estudio más específico del tema a partir de las exposiciones y debates sobre material de trabajo ofrecido y presentado previamente por el profesor.

Clases prácticas

Las clases prácticas girarán básicamente en torno al análisis de estudios de caso de diseño gráfico y visual y la creación de diseños originales por parte de los alumnos de acuerdo con las claves y pautas marcadas por el profesor. Pueden incluir exposición en el aula de los trabajos de los estudiantes

EVALUACIÓN

Examen (50%).

Trabajos (40%)

Asistencia y participación en clase (10%)

REFERENCIAS

Básicas

- Arnheim, Rudolph (2002). Arte y percepción visual: psicología del ojo creador. Alianza Forma.
- Alberts, Joseph (2003). La interacción del color. Madrid: Alianza Forma
- Chaves, Norberto (1990). La Imagen corporativa : teoría y metodología de la identificación institucional (2a). Barcelona: Gustavo Gili.
- Dondis, D.A. (2020), La sintaxis de la imagen : introducción al alfabeto visual, Barcelona Gustavo Gili.
- Heller, Eva (2004). Psicología del color. Cómo actúan los colores sobre los sentiminentos y la razón. Gustavo Gili.
- Jardí, Enric (2007). Veintidós consejos sobre tipografía : que algunos diseñadores jamás revelarán. Barcelona: Actar.
- Marcos, Alfonso ; Pilar Martín Martín (2000). Colorimetría. Gustavo Gili.
- Rom, Josep (2005). Els fonaments del disseny gràfic. Procés projectual i metodologia. Trípodos.

Complementarias

- Adobe press (2013). Illustrator CC. Anaya Multimedia.
- Bonsiepe, Gui (1991). Sobre funció, forma, disseny i software". Temes de Disseny, 5, 97-101.
- Chaves, Norberto (2001). El oficio de diseñar. Gustavo Gili
- Evening, Martin (2007). Photoshop CC 2014 para fotógrafos. Anaya Multimedia.
- ForoAlfa. Qué es el diseño. Recuperat , a https://foroalfa.org/articulos/que-es-el-diseno
- Kane, John (2006). Manual de tipografía. Gustavo Gili.
- Lupton, Ellen; Cole Jeniffer (2009). Diseño gráfico. Nuevos fundamentos. Barcelona: Gustavo Gili.
- Moles, Abraham (1988). El concepte funcionalista del Bauhaus en la societat del miracle econòmic, la Ho. Temes de Disseny, 2, 73-79
- Pelta, Raquel (2004). Diseñar hoy. Temas contemporáneos de diseño gráfico. Barcelona: Paidós Diseño.
- Rodríguez Valero, Daniel (2016). Manual de Tipografía Digital. Campgrafic.
- Wong, Wicius (2005). Fundamentos del diseño. Editorial Gustavo Gili.
- Wong, Wucius (2001). Principios del diseño en color : diseñar con colores. Gustavo Gili.
- Young, J. W. (1982). Una técnica para producir ideas. Madrid: Eresma.
  Gràffica. http://graffica.info/
- Zimmermann, Y. (1998). Del diseño. Barcelona: Gustavo Gili.