

Ficha Técnica

Titulación:	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas		
Plan BOE:	BOE número 108 de 6 de mayo de 2015		
Asignatura:	Fundamentos del Diseño Gráfico		
Módulo:	Procesos de Creación Publicitaria		
Curso:	2º	Créditos ECTS:	6
Tipo de asignatura:	Obligatoria	Tipo de formación:	Teórica

Presentación

La asignatura Fundamentos del Diseño Gráfico ofrece las bases para interpretar y generar imágenes de manera correcta, teniendo en cuenta las necesidades de los futuros publicistas, además de crear en ellos una cultura visual con la que observar el mundo de las imágenes, de suma importancia en nuestros días.

El enfoque de la asignatura, aunque se apoya principalmente en el diseño gráfico, contempla todas las modalidades de información visual, logrando que los conocimientos y competencias que se adquieren al cursarla puedan ser aplicados a otros ámbitos relacionados con la imagen, como la fotografía, la televisión, el cine o la infografía.

En las unidades didácticas dedicadas a la tipografía y al diseño periodístico, el alumno aprenderá, por un lado, cómo el uso de un tipo u otro de letra puede modificar el significado de lo que se dice y, por otro, la importancia a la hora de abordar la imagen como un elemento que contempla el mensaje verbal y añade eficacia al mensaje comunicativo. En conjunto, esta materia ofrece al estudiante no sólo los principios para que comprenda mejor las imágenes, sino también para que sea capaz de crearlas y de controlar su significado. En definitiva, el objetivo es potenciar su cultura visual.

Competencias y/o resultados del aprendizaje

- Capacidad para fomentar la creatividad y la persuasión a través de los diferentes soportes y de los diferentes medios de comunicación.
- Capacidad y habilidad para la creación y desarrollo de elementos gráficos, imágenes o textos, mediante el manejo de las herramientas digitales de diseño por ordenador, con la realización de prácticas con programas informáticos.
- Capacidad y habilidad para la creación y desarrollo de elementos audiovisuales, efectos sonoros o musicales, mediante el manejo de las herramientas digitales de edición de vídeo y audio por ordenador, con la realización de prácticas con programas informáticos.
- Comprender la naturaleza y potencialidad comunicativa de las imágenes y del diseño gráfico.
- Participar en la elaboración de publicidad audiovisual.
- Capacidad para dominar las pautas básicas que rigen la publicidad audiovisual para la elaboración de productos publicitarios audiovisuales.
- Conocer el proceso creativo publicitario.
- Saber analizar textos publicitarios desde una perspectiva crítica e identificando los diferentes elementos de los mensajes.

Contenidos Didácticos

- 1 La Comunicación Visual
 - 1.1 Introducción
 - 1.2 Cultura visual y alfabetización visual
 - 1.2.1 El aprendizaje de la cultura visual
 - 1.2.2 Lenguaje natural o lenguaje arbitrario
 - 1.2.3 Lenguaje o código
 - 1.3 Cualidades de la Comunicación Visual
 - 1.3.1 Inmediatez
 - 1.3.2 Grado de complejidad del mensaje
 - 1.3.3 Universalidad
 - 1.4 Definición de la Comunicación Visual
- 2 El diseño gráfico
 - 2.1 El diseño
 - 2.1.1 Por una ética del diseño
 - 2.2 El diseño gráfico
 - 2.3 El grafismo
 - 2.4 Diseño y arte
 - 2.5 Diseño gráfico y comunicación
 - 2.6 Ámbitos de aplicación del diseño gráfico
- 3 Antecedentes y evolución de la Comunicación Visual
 - 3.1 El problema del origen
 - 3.2 La Prehistoria
 - 3.3 La Edad Antigua
 - 3.3.1 Grecia
 - 3.3.2 Roma
 - 3.4 La Edad Media
 - 3.5 El Renacimiento: surgimiento de la imprenta en Europa
 - 3.6 Del siglo XVI al XVIII
 - 3.7 El siglo XIX y la primera mitad del siglo XX
- 4 El significado de los mensajes visuales
 - 4.1 La imagen, objeto signifiante
 - 4.2 La cualidad representacional de la imagen: la iconicidad
 - 4.2.1 Tipo, pattern y form
 - 4.2.2 El signo icónico
 - 4.3 La cualidad plástica de la imagen
 - 4.3.1 El signo plástico
 - 4.3.2 Potencial semántico del signo plástico
 - 4.4 La cualidad simbólica
 - 4.4.1 Signos, símbolos, marcas y señales
 - 4.5 Otros códigos visuales
- 5 Elementos relativos a la representación de la imagen
 - 5.1 La articulación de la representación de la imagen
 - 5.1.1 El concepto de la representación
 - 5.1.2 La articulación de la representación
 - 5.1.3 La significación plástica
 - 5.2 Elementos morfológicos de la imagen
 - 5.2.1 El punto
 - 5.2.2 La línea
 - 5.2.3 El plano
 - 5.2.4 El color

- 5.2.5 La forma
- 5.2.6 La textura
- 5.3 Elementos escalares de la imagen
 - 5.3.1 El tamaño
 - 5.3.2 La escala
 - 5.3.3 La proporción
 - 5.3.4 El formato
- 6 La composición
 - 6.1 La composición o sintaxis visual
 - 6.2 El equilibrio
 - 6.3 Elementos dinámicos de la representación
 - 6.3.1 La temporalidad en la imagen
 - 6.3.2 La tensión
 - 6.3.3 El ritmo
 - 6.4 La composición normativa
 - 6.4.1 Principios que afectan al espacio del cuadro compositivo
 - 6.4.2 Principios relacionados con la estructura interna del cuadro compositivo
- 7 El color y la luz
 - 7.1 Introducción
 - 7.2 Luz, color y percepción
 - 7.2.1 La luz y el espectro cromático visible
 - 7.2.2 La percepción de la luz y los colores
 - 7.2.3 La capacidad de adaptación del sistema perceptivo
 - 7.2.4 La temperatura de color de una fuente de luz
 - 7.3 Los colores primarios
 - 7.3.1 Colores primarios fundamentales
 - 7.3.2 Colores primarios generativos
 - 7.3.3 Blanco y negro
 - 7.4 Técnicas básicas de reproducción del color
 - 7.4.1 Síntesis aditiva
 - 7.4.2 Síntesis sustractiva
 - 7.4.3 Síntesis integrada
 - 7.5 Dimensiones del color
 - 7.5.1 Matiz
 - 7.5.2 Saturación
 - 7.5.3 Brillo o luminosidad
 - 7.6 Tipos de armonía y construcción de paletas
 - 7.6.1 Armonía monocromática
 - 7.6.2 Armonía de gama
 - 7.6.3 Armonía de complementarios
 - 7.7 Funciones plásticas del color (como elemento morfológico)
- 8 La tipografía
 - 8.1 Definición
 - 8.2 Estructura formal y medición de los tipos
 - 8.2.1 Anatomía del tipo
 - 8.2.2 Medición de los tipos
 - 8.3 Clasificación de tipos de letra
 - 8.3.1 Romanas antiguas
 - 8.3.2 Romanas modernas o didonas
 - 8.3.3 Mecanas o egipcias
 - 8.3.4 Lineales, de palo seco o sin serif
 - 8.3.5 De escritura

- 8.3.6 No latinas
- 8.3.7 Decorativas
- 8.4 Variantes del tipo
 - 8.4.1 Por la figura
 - 8.4.2 Por el grosor
 - 8.4.3 Por la proporción de la caja
- 8.5 La composición del texto
 - 8.5.1 Tipos de alienación del texto
 - 8.5.2 Tipos de párrafo
 - 8.5.3 El gris tipográfico
 - 8.5.4 Énfasis o contraste tipográfico
- 8.6 Cuestiones que afectan a la legibilidad
 - 8.6.1 Las variantes del tipo
 - 8.6.2 La elección de la familia tipográfica
 - 8.6.3 La elección del cuerpo
 - 8.6.4 El ancho de la columna
 - 8.6.5 El interlineado
 - 8.6.6 Otras cuestiones relativas a la legibilidad
- 9 El diseño editorial y la infografía
 - 9.1 Diseño editorial
 - 9.1.1 El diseño con retículas
 - 9.1.2 Diseño periodístico
 - 9.2 Infografía
 - 9.2.1 Aproximación
 - 9.2.2 Antecedentes
 - 9.2.3 Géneros infográficos
 - 9.3.3 Organigramas
 - 9.3.4 Líneas de tiempo
 - 9.3.5 Diagramas
 - 9.3.6 Mapas: localizadores, detalle, meteorológicos
- 10 El diseño gráfico y la publicidad
 - 10.1 La identidad visual
 - 10.1.1 Definición
 - 10.1.2 Objetivos de una identidad visual
 - 10.1.3 Tipos de identidades visuales
 - 10.1.4 Fases del proceso de diseño gráfico: diseñar una identidad visual
 - 10.1.4.1 Fase de orientación
 - 10.1.4.2 Fase de análisis y estrategia
 - 10.1.4.3 Fase de diseño conceptual
 - 10.1.4.4 Fase de desarrollo del diseño
 - 10.1.4.5 Fase de implementación
 - 10.1.5 Diseño conceptual de una identidad visual
 - 10.2 Membretes
 - 10.3 Tarjetas de visita

Contenidos Prácticos

Durante el desarrollo de la asignatura se realizarán las siguientes actividades prácticas:

- Ejercicios prácticos sobre los modos de significación y grados de iconicidad en las imágenes.
- Análisis de los distintos elementos morfológicos y escalares en la imagen.
- Ejercicios prácticos sobre los elementos dinámicos y la composición de la imagen.

Evaluación

El sistema de evaluación del aprendizaje de la UDIMA contempla la realización de diferentes tipos de actividades de evaluación y aprendizaje. El criterio de valoración establecido se detalla a continuación:

Actividades de aprendizaje	10%
Controles	10%
Actividades de Evaluación Continua (AEC)	20%
Examen final presencial	60%
TOTAL	100%

Bibliografía

- Arnheim, R. (1998). *El pensamiento visual*. Barcelona: Paidós.
- Dondis, D.A. (1992). *La sintaxis de la imagen: introducción al alfabeto visual*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Martín San Román, J.R. (2013). *Comunicación Visual*. Madrid: Ediciones CEF.
- Landa, R. (2011). *Diseño gráfico y publicidad*. Madrid: Anaya Multimedia.
- Villafañe, J. (2000). *Introducción a la teoría de la imagen*. Madrid: Pirámide.
- Villafañe, J. y Mínguez, N. (1996). *Principios de teoría general de la imagen*. Madrid: Pirámide.