



## CRONOGRAMA DE TRABAJO:

- 09 | OCT Lanzamiento del ejercicio.
- 16 | OCT Propuestas. Trabajo en clase. Charla teórica.
- 23 | OCT Ajustes. Trabajo en clase.
- 30 | OCT Corrección.
- 06 | NOV Preentrega. Ajustes finales.
- 13 | NOV Entrega final (de 19.00 a 19.30).
- 20 | NOV Levantamiento de actas.

### Bibliografía

- FAWCETT-TANG, ROGER:** *Diseño de libros contemporáneo*, Editorial Gustavo Gili, Barcelona, España 2006.
- KANE, JOHN:** *Manual de tipografía*, Editorial Gustavo Gili, Barcelona, España. 2005.
- VARIOS AUTORES:** *Revival of the fittest, digital versions of the classic typefaces*. Philip Meggs - Ray McKelvey, New York, USA, 2000.
- MÜLLER BROCKMANN, JOSEF:** *Sistemas de retículas*, Editorial Gustavo Gili SA de CV, México. 1992.
- GERSTNER, KARL:** *Diseñar programas*, Editorial Gustavo Gili SA, Barcelona, España. 1979.
- VAN DER LANS, RUDY & LICKO, ZUZANA:** *Emigre (the book). Graphic design into the digital realm*, Mary Gray. Van Nostrand Reinhold, New York, Estados Unidos. 1993.

### OBJETIVOS GENERALES

Reflexionar acerca de los conceptos aprendidos en los trabajos anteriores y aplicarlos con buen criterio en la resolución de un nuevo ejercicio. Experimentar alternativas, variaciones y ajustes sobre las piezas proyectadas. Trabajar en el desarrollo de piezas gráficas de características diversas, como por ejemplo: afiches, folletos, postales, libros y objetos tridimensionales. Enfatizar elementos a partir del uso de variables tipográficas. Controlar el ritmo de las publicaciones. Entender los conceptos generales que definen a la identidad de cada pieza gráfica. Cumplir con las pautas de entrega en los tiempos y la forma que se plantean.

### OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Diseñar composiciones tipográficas que articulen el buen funcionamiento de las jerarquías textuales y los recorridos visuales que se propusieron. Explorar las formas visuales y las posibilidades expresivas de un texto y del uso de la tipografía como imagen. Proponer y desarrollar piezas gráficas con distintos niveles de lectura. Diseñar puestas en página que emplean textos micro y macrotipográficos. Investigar el uso de recursos semánticos que permitan otorgar a la pieza tipográfica elementos de riqueza formal y conceptual. Controlar las necesidades tipográficas de las piezas que se fueran a producir. Desarrollar la búsqueda conceptual de una propuesta gráfica. Trabajar en el desarrollo de un grupo de piezas que responden a los mismos partidos conceptual y gráfico. Coordinar con responsabilidad el desarrollo de un trabajo en equipo.

## Identipo gráfica

### Consigna

Diseñar una serie de piezas gráficas que puedan dar cuenta de la identidad tipográfica de un concierto o de una exposición.

### Desarrollo

El trabajo se realizará en grupos de dos estudiantes. En primer lugar, se deberá seleccionar una banda, solista, evento o festival que permita cumplir con la consigna que plantea el trabajo. Luego, se pensará en las características generales de la exposición o del concierto para poder plantear una demanda concreta de piezas gráficas. Algunos ejes para satisfacer esa demanda podrían ser la promoción, difusión, información y descripción del evento, además del diseño de los objetos de merchandising y souvenirs (responder el cuestionario).

Se deberán entregar un mínimo de cinco piezas tipográficas (que surgirán de las características específicas del evento seleccionado, luego de responder en cuestionario), tres de las cuales deberán ser de lectura prolongada (folleto desplegable, publicación/fanzine, cronograma/programa) y otras dos de lectura breve (set de postales, flyers digitales -feed e historias-, afiche/aficheta). También se solicitará la creación de un perfil en Instagram, donde deberán publicar flyers e historias con contenido pertinente al evento.

Todas las piezas entregadas deberán simular el objeto real que se debería producir.



### CUESTIONARIO:

1. ¿Qué tipo de evento se presentará? (recital, concierto, festival, exposición, etc.)
2. ¿En qué lugar se llevará a cabo? ¿Estará dentro de la ciudad o en las afueras?
3. ¿Cuánto tiempo durará el mismo?
4. ¿Qué diversidad de actividades se podrán encontrar en el evento?
5. ¿Cuál será el público al que estará destinado? Rango etario, estilo musical o cultural
6. ¿Qué tipo de comunicación visual se necesitará para la promoción y difusión?
7. ¿Qué tipo de piezas se formularán para la promoción previa al evento y para la comunicación visual dentro del mismo?
8. ¿Qué material podrá contemplarse como merchandising del mismo?