



UADE

ACTA N° 810 DEL CONSEJO ACADÉMICO

Presentes: Sres. Consejeros

Dr. Ricardo Orosco (RIO)
Dr. Arturo Lisdero (ALI)
Dra. Ana María Mass (AMM)
Lic. Claudia Cortez (COR)
Dra. Silvia Toscano (TOS)
Dr. Ricardo Smurra (SMU)
Dr. Ricardo Lucarelli Moffo
Lic. Sol Ximena Klas
Lic. Sebastián Oddone.

Presentes: Sres. Invitados

Lic. Andrés Cuesta
Lic. Juan Cruz Lozada
Dr. Gutierrez Guirault
Dr. Pedro Mercanti.

En la ciudad de Buenos Aires, a los **22 días del mes de julio de dos mil trece**, siendo las **10:00** horas se reúnen los miembros del Consejo Académico de la Universidad Argentina de la Empresa, cuyos nombres se consignan al margen, bajo la presidencia del señor Rector, Dr. Ricardo Orosco, quien declara abierta la sesión.-

Por Secretaría se informa que se encuentra ausente con aviso los señores consejeros: Dr. Héctor Masoero y Dra. Ana María Nappa.

1. APROBACIÓN ACTA ANTERIOR

Puesta a consideración de los Sres. Consejeros, se aprueba por unanimidad el Acta Nro. 809.

5. PLAN DE ESTUDIOS NUEVA CARRERA- LICENCIATURA EN DISEÑO DE LA IMAGEN VISUAL



UADE

Conforme a la propuesta presentada, el Consejo Académico aprobó por unanimidad el plan de estudios de la nueva carrera de Licenciatura en Diseño de la Imagen Visual. A continuación se detalla el plan de estudios aprobado, a saber:

Licenciatura en Diseño de la Imagen Visual

1- Fundamentos y objetivos:

El desarrollo acelerado de las comunicaciones y de la tecnología ha producido importantes cambios en el campo del diseño que se traducen en nuevos desafíos para los profesionales del área. Los cambios de hábitos del ser humano, asociados a la hipertextualidad e interactividad, que se establecen al modificarse y ampliarse las plataformas visuales del contexto cotidiano, plantean la necesidad de formar profesionales con competencias de diseño integrales y habilidades para la gestión de la imagen, que dominen las nuevas tecnologías e interfaces operativas, con una concepción holística del diseño y de la comunicación visual.

La Licenciatura en Diseño de la Imagen Visual tiene como propósito formar profesionales integralmente capacitados para actuar en cada una de las áreas relacionadas con el diseño de comunicación visual y la creación y gestión de la imagen visual, tanto estática como dinámica, con amplio manejo estético y dominio de las herramientas tecnológicas y de las interfaces operativas. Abarca aspectos inherentes a diversas disciplinas del diseño: gráfico, audiovisual, multimedia y fotografía, potenciando el valor comunicacional de cada una, propio de sus interfaces de origen.

La comunicación visual (gráfica y digital) refiere al área profesional relacionada con el diseño y la producción gráfica, la imagen de marca, el diseño interactivo, el diseño editorial y el diseño audiovisual. Abarca también el diseño multimedia, referido a la creación y producción de dispositivos de pantalla, sitios Web, aplicaciones para *tablets* y *smartphones*, y su maquetación y prototipado. La gestión y elaboración de la imagen, tanto estática como dinámica, refiere a la elaboración integral de un proyecto en todos los aspectos que los componen, con creatividad y excelencia técnica.

El plan de estudios ha sido elaborado atendiendo a los diversos ámbitos en los que se desempeñan los profesionales del diseño y gestión de la imagen: organismos gubernamentales, estudios de diseño, estudios de fotografía, editoriales, imprentas, agencias de publicidad, productoras y/o canales de televisión.

La estructura curricular contempla distintos campos formativos asegurando la adquisición de conocimientos, habilidades y actitudes que permitan un desempeño profesional idóneo:



UADE

- Formación general y humana: proporciona herramientas para comprender e interpretar los fenómenos sociales, culturales y económicos en los que la comunicación visual se inserta.
- Formación científico-técnica: brinda los fundamentos científicos de la práctica profesional en los distintos ámbitos de desempeño.
- Formación técnico-profesional: abarca los conocimientos teóricos y prácticos más directamente vinculados al desempeño profesional: tecnologías de diseño y materialización, procedimientos de control de la producción, herramientas de evaluación y gestión de proyectos y emprendimientos de comunicación visual.

Se presenta el título de grado de **Licenciado en Diseño de la Imagen Visual**. El plan de estudios consta de 40 materias, que se cursan presencialmente en 4 años, con una duración total de 2.720 horas reloj (ver puntos 2 a 9).

El punto 10 detalla el plan de estudios de la carrera.

El punto 11 detalla los contenidos mínimos de las materias.

2- Denominación de la carrera: Licenciatura en Diseño de la Imagen Visual.

3- Modalidad de dictado: presencial.

4- Localización de la carrera: CPRES Bonaerense.

5- Duración de la carrera: 4 años.

6- Denominación del título a otorgar: Licenciado en Diseño de la Imagen Visual.

7- Requisitos de Ingreso a la carrera:

- Título correspondiente a Nivel Medio.
- Aprobación de los requisitos de ingreso de la Universidad.

8- Perfil del Licenciado en Diseño de la Imagen Visual:

El egresado se encontrará capacitado para:

- Diseñar y producir piezas gráficas de manera creativa, aplicando criterios estéticos y utilizando adecuadamente la tecnología apropiada: sistemas de identidad visual de instituciones y empresas; de productos o servicios; materiales impresos (libros, revistas, publicaciones, folletos, etc.).
- Diseñar y producir proyectos multimediales y de interacción, (páginas Web, animaciones en 2D y 3D, cine, T.V., video, entornos virtuales en 3 dimensiones, etc.), aplicando criterios estéticos y utilizando adecuadamente la tecnología apropiada atendiendo las condiciones del mercado vigente.



UADE

- Diseñar y producir proyectos audiovisuales de corta y mediana duración, de acuerdo a los propósitos definidos y a los recursos disponibles, seleccionando y aplicando correctamente las técnicas, herramientas y tecnologías más adecuadas.
- Desarrollar la producción de un proyecto, realizando los bocetos y originales, utilizando los procedimientos y tecnologías adecuadas para cada tipo de pieza.
- Elaborar proyectos de diseño de comunicación visual a macro escala (marquesinas, stands, vidrieras, gráfica vehicular).
- Elaborar planes a corto y largo plazo para las actividades de un estudio de fotografía o diseño, sobre la base de un diagnóstico y estableciendo metas realistas que permitan generar un volumen de trabajo rentable.
- Efectuar diagnósticos y redactar informes sobre problemáticas específicas de la comunicación visual de una empresa y/o institución aplicando metodologías específicas de alta complejidad.
- Elaborar propuestas de mejora de la identidad visual de una organización sobre la base del análisis de las demandas y necesidades del comitente.
- Diseñar sistemas de alta complejidad o programas de comunicación visual para todo tipo de medios que respondan a una estrategia comunicacional propuesta, sobre la base de diagnósticos y utilizando técnicas específicas para su desarrollo y presentación.
- Elaborar presupuestos de proyectos de diseño gráfico, multimedia y audiovisual que aseguren la viabilidad del proyecto y la rentabilidad del trabajo.
- Elaborar planes para organizar y controlar un proyecto determinado durante sus distintas etapas de producción de modo de lograr los resultados previstos en tiempo y forma.

9- Alcances del título de Licenciado en Diseño de la Imagen Visual:

El título habilita para las siguientes funciones:

- Diseñar proyectos de diseño gráfico y multimedia en distintos ámbitos, sobre la base de diagnósticos y una estrategia comunicacional definida, que se materialicen en distintos medios y se inserten adecuadamente en el circuito operativo y simbólico a fin de expandirlo y enriquecerlo.
- Diseñar obras audiovisuales de corta y mediana duración para TV, video y multimedia, utilizando herramientas, técnicas y tecnologías específicas, de acuerdo a criterios técnicos, éticos, artísticos y sociales.
- Diseñar la comunicación visual de proyectos arquigráficos (marquesinas, stands, vidrieras, gráfica vehicular).
- Coordinar, gestionar y supervisar la correcta materialización de proyectos de diseño gráfico, audiovisual y multimedia controlando las distintas etapas de producción, manejando contingencias y responsabilizándose de los resultados obtenidos y de la entrega al cliente en tiempo y forma.
- Diseñar y desarrollar estrategias de identidad visual destinadas a informar con eficacia y eficiencia las actividades de instituciones o empresas, y al desarrollo de la imagen corporativa.
- Generar proyectos propios para la prestación de servicios de diseño y comunicación visual, teniendo en cuenta aspectos técnicos, económicos, financieros y de gestión.



UADE

- Administrar las actividades de un estudio de diseño con eficacia, organizando los recursos humanos, materiales y temporales para una eficaz atención a las necesidades de los clientes.
- Realizar tareas de asesoramiento y consultoría en diseño de imagen para distintos tipos de organizaciones, con el fin de optimizar la calidad de su comunicación visual.
- Realizar arbitrajes, pericias y tasaciones con relación a las problemáticas de comunicación visual.
- Investigar sobre el uso de nuevas tecnologías aplicadas al ámbito de la comunicación visual y el diseño gráfico, multimedia y audiovisual.

10- Plan de estudios de la carrera de Licenciatura en Diseño de la Imagen Visual:

N°	Materia	Dedicación	Carga horaria semanal	Carga horaria total	Correlativas
Primer Año					
1° Cuatrimestre					
1	Lenguaje Visual	Cuatrimestral	4	68	
2	Metodología Proyectual y Composición	Cuatrimestral	4	68	
3	Historia del Arte y del Diseño	Cuatrimestral	4	68	
4	Tecnología Digital para el Diseño	Cuatrimestral	4	68	
5	Fotografía I	Cuatrimestral	4	68	
2° Cuatrimestre					
6	Introducción a la Comunicación Visual	Cuatrimestral	4	68	
7	Taller de Lenguaje Visual	Cuatrimestral	4	68	
8	Comunicación y Semiótica	Cuatrimestral	4	68	
9	Tecnología Gráfica	Cuatrimestral	4	68	
10	Fotografía II	Cuatrimestral	4	68	
Segundo Año					
1° Cuatrimestre					
11	Diseño Multimedia (WEB 2.0)	Cuatrimestral	4	68	
12	Morfología Aplicada al Diseño	Cuatrimestral	4	68	
13	Tipografía I	Cuatrimestral	4	68	
14	Teoría y Práctica del Sonido: Edición de Sonido, Audio Digital	Cuatrimestral	4	68	



UADE

15	Introducción a las Tendencias Estéticas de Consumo	Cuatrimestral	4	68	
2° Cuatrimestre					
16	Comunicación Visual I	Cuatrimestral	4	68	6
17	Diseño de Imagen y Sonido I	Cuatrimestral	4	68	
18	Tipografía II	Cuatrimestral	4	68	
19	Historia del Diseño Gráfico	Cuatrimestral	4	68	
20	Modelado y Representación Digital	Cuatrimestral	4	68	4
Tercer Año					
1° Cuatrimestre					
21	Diseño Editorial	Cuatrimestral	4	68	13
22	Comunicación Visual II	Cuatrimestral	4	68	6, 11
23	Diseño y Animación 2D (Motion Graphics)	Cuatrimestral	4	68	4
24	Estética	Cuatrimestral	4	68	
25	Semiótica del Diseño	Cuatrimestral	4	68	8
2° Cuatrimestre					
26	Diseño Multimedia II (AJAX CCS)	Cuatrimestral	4	68	11
27	Innovación y Diseño 3D	Cuatrimestral	4	68	20
28	Diseño Multimedia y de Interacción (Usabilidad y Accesibilidad)	Cuatrimestral	4	68	
29	Historia de la Fotografía y de los Medios Audiovisuales	Cuatrimestral	4	68	
30	Gestión de Empresas de Diseño	Cuatrimestral	4	68	
Cuarto Año					
1° Cuatrimestre					
31	Diseño Multimedia III (Gestión de Contenidos Multimedia; Blogs y Broadcast)	Cuatrimestral	4	68	11
32	Videojuegos	Cuatrimestral	4	68	4
33	Diseño de Imagen y Sonido II	Cuatrimestral	4	68	17
34	Diseño Gráfico de la Información	Cuatrimestral	4	68	
35	Introducción al Marketing	Cuatrimestral	4	68	



UADE

2° Cuatrimestre

36	Trabajo Final de Diseño de la Imagen Visual	Cuatrimestral	4	68	22, 26, 33
37	Ética Deontológica y Principios Jurídicos Aplicados al Diseño	Cuatrimestral	4	68	
38	Diseño Arquigráfico	Cuatrimestral	4	68	
39	Gerenciamiento de Proyectos de Diseño	Cuatrimestral	4	68	30
40	Diseño de Porfolio	Cuatrimestral	4	68	21

Título de grado: Licenciado en Diseño de la Imagen Visual

Total carga horaria: 2.720 horas reloj.

11- Contenidos mínimos:

PRIMER AÑO

1° Cuatrimestre

1. Lenguaje Visual

Lenguaje visual: clasificación. El lenguaje visual como estrategia de representación gráfica: elementos conceptuales y visuales. Introducción a los fundamentos sintácticos del lenguaje visual: punto, línea, plano y volumen y sus tipos de representación. El espacio bi y tridimensional: sus formas de representación. La forma como síntesis. Sistemas de representación plano: definición, clasificación, método de representación. Sistema de representación tridimensional: definición y clasificación. Perspectivas axonométricas: definición, clasificación, métodos. Perspectivas cónicas: definición, clasificación, métodos. Sistemas de representación expresivos: croquis, bocetos. La sintaxis. Articulación del concepto de forma-contenido. Tratamiento de la imagen según la función de la pieza gráfica. Valores denotados y connotados.

2. Metodología Proyectual y Composición

Definición de metodología proyectual. Noción de proyecto. Naturaleza del hecho proyectual y tecnología. La conciencia proyectual y la creación. Métodos convergentes, transformadores y divergentes. Breve historia del pensamiento. Tipos de pensamiento. Pensamiento científico. Heurística. Pensamiento creativo y el pensamiento sistémico. Pensamiento vertical y pensamiento lateral. La intuición en los procesos creativos. Técnicas creativas. El lenguaje visual como estrategia de representación. Elementos conceptuales y visuales: punto, línea, textura, plano y volumen. Operativas visuales. Introducción a los fundamentos sintácticos del lenguaje visual y sus tipos de representación. Noción de módulo. El espacio bi y tridimensional: sus formas de representación. El espacio y sus representaciones. Articulaciones de la relación forma-contenido. La parte y el todo. Denotación y connotación. Teorías de la forma. Gestalt.



UADE

Experiencia perceptual. Introducción a las teorías del color. Aspectos perceptivos y subjetivos. Variables del color. Tinte, valor, saturación, temperatura. La Luz. El color y la forma. Nociones básicas de composición. Leyes de organización espacial. La secuencia y el relato.

3. Historia del Arte y del Diseño

Concepto de "arte" y concepto de "diseño". Pueblos prehistóricos y primitivos. Paleolítico y neolítico. Mesoamérica. Antigüedad. La arquitectura monumental. El arte clásico: Grecia y Roma, el nacimiento del canon, lo apolíneo y lo dionisiaco. Arte bizantino: el mosaico. Islam y China. Edad Media: románico y gótico. Textos iluminados. Renacimiento, el humano como ideal. La imprenta, el libro como objeto cotidiano. Barroco. Romanticismo. El siglo XIX en Francia e Inglaterra: *arts & crafts*, William Morris y Ruskin. *Werkbund*. Ecos de la revolución industrial. El *kitsch*. El *dandismo*. Impresionismo. Vanguardias del siglo XX. *Bauhaus*, *Art Nouveau* y *Art Decó*. *Pop Art*. *Conceptual* y *minimal art*. Deconstructivismo. Nuevas tendencias y dilución de las disciplinas.

4. Tecnología Digital para el Diseño

Estructura y funcionamiento de un ordenador: *hardware* y *software*. Dispositivos de captura e impresión. Digitalización. Formatos de almacenamiento de imágenes. Sistemas de color. Dimensión y calidad de la imagen digital. Almacenamiento, impresión y transferencia a otros sistemas. Computadoras en red. Introducción al manejo de programas pixelares. Introducción al manejo de programas vectoriales. Introducción al manejo de programas de edición de texto.

5. Fotografía I

Formación y construcción de la imagen. La imagen fotográfica. Antecedentes históricos. Precursores: la cámara oscura. La evolución de la fotografía y la cámara digital. La dimensión espacial, perspectiva, distancia focal y ángulo de visión. La dimensión temporal y el tiempo representado. El obturador. El diafragma. La imagen digital y el laboratorio digital. Iluminación natural y artificial. Lo analógico y lo digital. Número binario. Bit y píxel. La iluminación. El laboratorio digital. Espacio de color. Gestión de color.

2° Cuatrimestre

6. Introducción a la Comunicación Visual

Introducción al concepto de totalidad. Forma cognoscitiva, forma perceptiva. Forma denotada, forma connotada. La estructura como organización. Estructura formal, semiformal e informal. Activas, inactivas, visibles, invisibles. Recorridos visuales, niveles. Relaciones entre las herramientas básicas del diseño: estructura, tipografía e imagen. Ley de Gestalt. Criterios compositivos. Criterio de función de la pieza gráfica. Dimensiones semiótica, semántica, sintáctica y pragmática de los signos. Relación entre palabra e imagen. Relación forma-contenido.

7 - Taller de Lenguaje Visual

Fundamentos sintácticos de la visualidad. Técnicas de percepción aplicadas. De lenguajes a universos visuales. Reconocimiento de los diferentes métodos de tratamiento de imágenes. Técnicas. Imagen



UADE

fotográfica e imagen pictográfica. Lenguaje gráfico y su valor comunicacional. Coherencia comunicacional en la pieza. Sintaxis de la imagen. Síntesis como proceso de representación.

8. Comunicación y Semiótica

Los campos de investigación de la comunicación. La comunicación como objeto de estudio. Diferentes modelos de la comunicación: técnico, lingüístico, psico-sociológico e interaccional-pragmático. Modelos comunicacionales con enfoques sociológicos y antropológicos. Comunicación no verbal. Comunicación digital y comunicación analógica. Teorías antropológicas, discursivas y sociales de la comunicación. Comunicación de masas: escuelas críticas. Semiótica. Definición. Teoría de los signos.

9. Tecnología Gráfica

Historia de los métodos de impresión. Futuro de los soportes alternativos. Color, teorías, dodecágono, estándares para impresión. Originales: preparación y especificación para impresión. Descripción de los distintos procesos y elementos de producción gráfica. Interrelación entre el diseño gráfico y la producción gráfica. Producción comercial, editorial y de diarios y revistas. Medios electrónicos. Impresión de alta tecnología. Sistemas de última generación. Scanner: tratamiento fotográfico. Sistemas compuestos: materiales y medios. Introducción a la pre-impresión convencional y producción digital. Planificación y análisis de los materiales y herramientas de producción.

10. Fotografía II

La composición fotográfica. El punto de vista y el encuadre. Distancia de enfoque y profundidad de campo. El registro del movimiento. La medición de la luz y la fotometría. Concepto de gris medio. Teoría del color. La película fotográfica química color. El control del contraste. Temperatura color: El balance de blancos. El revelado digital. Archivos raw: comparación con otro tipo de archivos y sus ventajas. Rango dinámico en las cámaras fotográficas digitales. Desarrollo de un ensayo fotográfico. Impresión de los archivos fotográficos.

SEGUNDO AÑO

1° Cuatrimestre

11. Diseño Multimedia (WEB 2.0)

Acción. Movimiento. Edición. Composición en línea. Mapa hipertextual: sitio Web, interactivo. Arquitectura de la información. Relaciones entre tecnología y lenguaje. El diseño de espacios virtuales y su interacción con los objetos. La gráfica digital en espacios virtuales. El diseño de la interface. El lenguaje de la Web y la función del diseñador. Diseño Web.

12. Morfología Aplicada al Diseño

Estructura discursiva de la forma. Serie y secuencia. Recursos y mecanismos del relato visual: corte, continuidad, ritmo y tensión. Los sistemas topológicos. Articulaciones formales en el plano y el espacio. El concepto de articulación y sistema. Articulación y combinatoria. Los sistemas de objetos. Articulación y



UADE

materialidad. Situaciones tridimensionales básicas. Aspectos expresivos en la articulación de formas materiales. Síntesis, coherencia y funcionalidad.

13. Tipografía I

Orígenes de la lecto-escritura. Técnicas y soportes para la escritura y la imprenta. Evolución formal del signo escrito. Escritura romana, uncial, semiuncial, del medioevo, carlovingia, gótica, renacentista. Caligrafía. Historia del libro. La imprenta. Principales familias tipográficas. Estructura de los caracteres. Clasificación. Aspectos sensibles, geométricos y ópticos de la escritura y la tipografía. Forma y contraforma. Relación entre trazos.

14. Teoría y Práctica del Sonido: Edición de Sonido, Audio Digital

Hardware y software elemental para producciones sonoras. Técnicas de ecualización paramétricas. Uso de compresores mono y multibanda. Expansores osciloscopios y analizadores de espectro. Mezcla. Organización de *tracks*. Gestión de grupos de mezclas. Automatización de efectos. Balance espectral y panorámico. Uso de filtros. Técnicas de compresión de audio. Diferentes formatos de audio. Organización de archivos de audio. Uso y tipo de conexiones (*plug*, *PCI*, *firewire*, *usb*, etc.). Manejo de micrófonos, reglas y técnicas de micrófono. Análisis de espectro. Sonograma. Técnica con osciloscopios y correlatores de fase. Grabación. Mezcla y *mastering*, efectos de audio. Cálculos acústicos y eléctricos mediante fórmulas para el ajuste de procesadores de señal. Conceptos de audio digital. Organización general del trabajo en el estudio de grabación. Manejo de software y hardware especializado en audio y sonido.

15. Introducción a las Tendencias Estéticas de Consumo

Noción de tendencia desde distintas perspectivas disciplinares.

El diagnóstico de tendencias, la proyección temporal. La tendencia como texto y como discurso. Bandas de redundancia, marcas de subjetividad hacia nuevos deícticos. El rol del diseñador. Polifonía. Iterabilidad del signo. Coherencia y cohesión. La moda como industria, la sociedad del espectáculo. Mercancía, fetichismo, innovación. Tendencias y conformación de identidades. El sistema de la moda. Centros urbanos, no lugares, especialidades. El discurso dominante, retóricas de la clasificación. Macro tendencias y micro tendencias. La tendencia como fenómeno social y como construcción argumentativa.

2° Cuatrimestre

16. Comunicación Visual I

El programa visual como totalizador de la pieza gráfica. Sistemas simples de piezas iguales. Variables y constantes. Coherencia y cohesión. Sistemas estáticos, dinámicos, abiertos, cerrados. Relación entre totalidades: asociación, concatenación, transformación, secuencia. Estructura: relación entre las partes y el todo. Partido conceptual y partido gráfico. Bajada gráfica. De la idea a la materialización del proyecto. Retórica de la Imagen. Orígenes y figuras. Denotación. Connotación. Contenidos sintácticos y semánticos de la imagen. Referencias: imágenes y textos. Texto como anclaje y como relevo.

17. Diseño de Imagen y Sonido I



UADE

Características básicas del sonido. El sonido en el discurso audiovisual. Formatos de sonido. Las relaciones entre la imagen y el sonido. Características comunes y diferencias entre el cine, la televisión y el multimedia interactivo. Tecnologías para la producción audiovisual y multimedia. La cámara cinematográfica. Formatos cinematográficos. La cámara de video. Formatos televisivos. Elementos constitutivos básicos de la cultura audiovisual. El audiovisual en la cultura de masas. Procesos creativos. Géneros cinematográficos y televisivos. Principios de la edición audiovisual. El guion audiovisual. Del lenguaje cinematográfico al video clip. Introducción al lenguaje audiovisual: planos y secuencias. Movimientos de cámara. Sonido. Principios básicos de la iluminación. Toma en estudio, exteriores e interiores. Principios básicos de realización, edición y postproducción. Linealidad y fragmentación del discurso. Edición y compaginación *on* y *off line*.

18. Tipografía II

Sistema tipográfico de medidas. Gama serial: inclinación, tamaño, peso, ancho, interletrado. Variables espaciales: interlineado, justificación y márgenes. Principios de composición tipográfica. La retícula como sistema tipográfico. La retícula básica. Las proporciones. Espaciado y corrección óptica de líneas y signos. La construcción de la mancha tipográfica. El color tipográfico. Texturas. Puesta en página. Jerarquización de textos.

19. Historia del Diseño Gráfico

Surgimiento de la imprenta. Las familias de tipógrafos. El libro. La revolución industrial y el surgimiento de la ciudad moderna. Surgimiento de la propaganda. El cartel. Las calles como comunicadoras de mensajes visuales. La popularización del uso de la fotografía. Imprenta semiautomática y litografía. Del *Arts & Crafts* al *Werkbund*. La secesión vienesa. Tipografía y cartel en el *Art Nouveau*. Experimentos gráficos en las vanguardias históricas. La escuela rusa. *Vchutemas* y *Bauhaus*. La gráfica al servicio del poder. La posguerra. El estilo americano. Influencia de corrientes artísticas de los '60 y '70 en el diseño gráfico. Escuela de Chicago. ULM. Tomás Maldonado. La escuela suiza. Las nuevas tecnologías y su impacto en las producciones visuales. Diseño gráfico en Argentina.

20. Modelado y Representación Digital

Introducción a los sistemas digitales para representación. Sistemas vectoriales y pixelares. Recorrido de la interface. Comandos. Realización de dibujos en dos y tres dimensiones. Aplicación de iluminación, materiales y ambientación. Tipos de formatos y extensiones.

TERCER AÑO

1° Cuatrimestre

21. Diseño Editorial

Sistemas de medida. El cálculo de texto. Tablas de conversión. Equivalencias. Rendimiento de la fuente tipográfica. Organización de un impreso. Tipologías. La preedición. Formatos y proporciones. Estructuras. La retícula de diagramación. La caja gráfica. La columna. Los márgenes. El módulo. Zonas espaciales. Unidad orgánica del texto impreso. Jerarquización del mensaje. Proporción de los blancos. Relación entre



UADE

texto e imagen. Relación entre el contenido y la visualidad. La variedad y el ritmo en la edición. Dirección, sentido y proporción. Recorrido visual de la página. Modos y tiempos de lectura. Nuevas tecnologías de la información escrita. La revolución digital. El periódico en papel. El periódico en los nuevos soportes virtuales de comunicación. Lo tangible y lo intangible. Secuencias narrativas. Evolución del concepto: lectura. Relación entre un impreso y un audiovisual. Edición. Hipertextualidad. Paratextualidad. Lecturas diagramáticas o infográficas.

22. Comunicación Visual II

Sistemas gráficos de mediana complejidad y su regulación. Estrategia de comunicación visual. Diferencia e identidad. Introducción a la identidad. Identidad corporativa. Identificadores primarios y secundarios. Concepto de marca. Principios señaléticos. Niveles de legibilidad. Introducción al diseño de información: instrucciones. Concepto de orientación. Sistematización de la información: diagramas y esquemas. Pictograma. Tipologías: normatividad y estandarización. La retícula en el diseño tridimensional.

23. Diseño y Animación 2D (*Motion Graphics*)

Métodos propios del conflicto dramático. Trama de una historia, introducción básica de escenas, tomas, cuadros de cámara, parámetros de *story board*. Historia y evolución de la animación. Funciones del desarrollo de una animación 2D: Sentido del tiempo (*timing*). Entrada y salida lenta a una clave. Arcos. Anticipación. Compresión y extensión. Acción secundaria. Prolongación y acción superpuesta. Animación directa y animación cuadro por cuadro. Colocación. Atracción. Personalidad. Técnicas: *stop-motion*, pixelación, rotoscopia, por recortes (*cut animation*), sistema inercial. Estudio sobre física de los cuerpos.

24. Estética

El término Estética. Experiencia estética, sujetos y objeto estético. El concepto de arte. Arte y diseño. Arte y belleza desde la antigüedad a la edad media. Kant: hacia una Estética autónoma, subjetividad, desinterés y validez universal del juicio de gusto: Analítica de lo bello y analítica de lo sublime. El rol de artista, ¿genio? La dialéctica hegeliana. La muerte de arte. Nietzsche: lo apolíneo y lo dionisiaco. Lo feo como renovación del arte. La inactualidad de lo bello. La esencia de la obra de arte según Heidegger. La industria cultural y la muerte del arte. La imagen posmoderna. Vanguardias y neo vanguardias. El kitsch. De la utopía a la heterotopía. La institución arte, cuando el autor no es el que hizo la obra. La verdad manipulada: la era del simulacro, realidad y ficción. Fotografía e identidad, la reivindicación de las minorías. Poder y nuevas tecnologías. Arte público y arte del público.

25. Semiótica del Diseño

Análisis lingüístico y semiología. El signo *saussureano*: significado y significante. Noción de sistema. Lenguaje-objeto y metalenguaje. Carácter cultural de la significación. Semántica del objeto. La concepción triádica del signo. El interpretante y la semiosis infinita. Relación entre el signo y su objeto: ícono, índice y símbolo. Los géneros discursivos. Temática, retórica y enunciación. Los géneros en el diseño. La enunciación: el signo y el texto. Efectos de sentido: de la producción a la recepción. Contratos de lectura. Interdiscursividad. El diseño y la lógica de la distinción. Moda, modernidad y consumo. Del valor simbólico al valor signo. Búsqueda de diferenciación en el espacio de los estilos. La búsqueda de lo *cool* y su relación con el diseño.



UADE

2° Cuatrimestre

26. Diseño Multimedia II (AJAX CSS)

Concepto *web* 3.0: *web* semántica. Inteligencia artificial. Posicionamiento de un sitio *web* en los buscadores. SEO (*Search Engine Optimization*). Optimización para motores de búsqueda. Normativas de la W3C para crear sitios accesibles. Funcionamiento de CSS. Concepto AJAX. AJAX: combinación de lenguajes *html*, *xml*, *php* y *javascript*. Creación de páginas dinámicas y estudio de bases de datos.

27. Innovación y Diseño 3D

Nuevos umbrales del diseño. La ficción como espacio de diseño y reflexión. Diseño de personajes, de objetos y espacios en la industria del entretenimiento. Realización virtual y concreta. Construcción bidimensional y tridimensional. Animación, materiales y texturas. Personajes: caracterización, materialización. Objetos: materialización, tecnologías constructivas, terminaciones y acabados. Vehículos: materialización, tecnologías constructivas, tipologías. Escenografías: materialización, tecnologías constructivas, iluminación, efectos.

28. Diseño Multimedia y de Interacción (Usabilidad y Accesibilidad)

Diseño centrado en el usuario. Análisis de métodos. Métricas. Test heurístico. Pautas de evaluación heurística. Test de usabilidad. Estudio de arquetipos de personas y escenarios. *Focus group*. Instrumentos de medición cuantitativa y cualitativa. Criterios de diseño Web de navegación eficaz, eficiente y satisfactoria. Normativas de accesibilidad mundial.

29. Historia de la Fotografía y de los Medios Audiovisuales

La cámara oscura. De Aristóteles a la litografía. El grabado y la búsqueda de la reproductibilidad. El renacimiento. La perspectiva. El invento de la fotografía. La fotografía en el siglo XIX. Los inventores y los pioneros. El daguerrotipo. Fotografía y arte. La expansión de la fotografía. Diversas utilidades de la fotografía. Aparición de la placa seca y el gelatino de bromuro. Kodak. La búsqueda de la instantánea. La expansión de la fotografía artística. La fotografía en el siglo XX. El desarrollo técnico. La fotografía cándida. El Polaroid y la fotografía color. Los aficionados. La fotografía y el arte. Las vanguardias y su relación con la fotografía. La fotografía y los museos. Polémicas sobre el arte fotográfico. La fotografía y la prensa. La fotografía como documento social. La prensa ilustrada. El caso español. La fotografía en las guerras y catástrofes. La fotografía digital. Nacimiento del cine. La consolidación del lenguaje cinematográfico. El Modelo de Representación Institucional. El *star system* norteamericano. Las vanguardias del siglo XX. El cine sonoro. El cine de post guerra. El 3D de los años 50. Neorrealismo italiano. La *Nouvelle Vague*. Los géneros cinematográficos. La literatura en el cine. El *cinemascope*. El sonido *surround*. El cine de efectos especiales. Las nuevas propuestas: el dogma 95. La era digital, el nuevo cine de efectos y el 3D. Los nuevos medios de comunicación. La producción independiente. El discurso anti-sistema desde Hollywood. Potencialidades y limitaciones de las nuevas tecnologías audiovisuales.

30. Gestión de Empresas de Diseño

Lima 717 C1073AAO - Ciudad Autónoma de Buenos Aires

Tels.: 0800-122-UADE (8233) - (54.11) 4000-7600

www.uade.edu.ar

Dr. Ricardo Fabián Grosco
Rector
Universidad Argentina de la Empresa - UADE



UADE

Contextos y escenarios económicos que influyen en el diseño: tecnología, industria, globalización. La empresa como organización. Tipos de organizaciones. La administración en empresas de diseño. Diferentes enfoques administrativos. Cultura organizacional y contexto. Estructura y diseño de una organización. Organigramas. Especialización del trabajo. Departamentalización. Formalización. Las estructuras en empresas de diseño. Diseño y gestión. Áreas de una organización: *marketing*, producción u operaciones, administración y finanzas, recursos humanos. Vinculaciones con el diseño. Tipologías empresariales particulares: la empresa naciente (*entrepreneurship, start up*), familiar y *punto.com*. Internacionalización de las empresas y de los negocios.

CUARTO AÑO

1° Cuatrimestre

31. Diseño Multimedia III (Gestión de Contenidos Multimedia; Blogs y Broadcast)

Gestión de contenidos multimediales para plataformas fijas y dispositivos móviles. Edición y personalización del código fuente *html* y *CSS* de *blogs*, redes sociales, foros de discusión, grupos, mapas y páginas *broadcast*. Creación de aplicaciones para dispositivos móviles y estudio de herramientas de conectividad, *Wi-Fi*, *Wi-Max*, *Bluetooth*, *GPS*.

32. Videojuegos

Guión interactivo. Argumento y narración. Jugabilidad y tipología del jugador. Adecuación del diseño y su estética. Concepto del juego. Personajes, avatares y entorno. Conceptos básicos de *software* para la producción de video juegos. Creación de texturas y mapeo. Manipulación de escenarios. Volúmenes, sombras, profundidad e iluminación. Interacción de los elementos del videojuego. Optimización del mapeo. Creación de animación. *Bones*. *Skins*. Modelado 3D, enfocado a la jugabilidad. Interacción, tipos de render. Conceptos generales de la física de los cuerpos (partículas, colisión, líquidos, viento, gravedad, fuego, impactos, polvo, etc.). Estudio de la matriz (llave maestra). Cámaras. Controles. *Plugins*. Formatos propios de un videojuego. Importar. Exportar.

33. Diseño de Imagen y Sonido II

El diseño audiovisual como productor de sentido. Imagen única e imagen múltiple. Fotografía fija, secuencial y video. Dramaturgia y ficción. Diseño de sistemas de producción y de exhibición. Instalaciones audiovisuales en el espacio. Interacción entre el diseño audiovisual y otras disciplinas proyectuales. Medios digitales, hipermedios e instalaciones interactivas. Técnicas proyectuales de diseño visual, sonoro y audiovisual. Articulación histórica de la imagen desde sus variables comunicacionales, tecnológicas y expresivas. Relaciones verticales y horizontales entre banda e imagen y banda de sonido en la cadena audiovisual. Rasgos y estructuras característicos de la ficción cinematográfica, televisiva, del video arte y de la instalación audiovisual. Los géneros ficcionales: modelos narrativos y no narrativos y estructura dramática propios de cada género y soporte. Instancias de realización de una pieza audiovisual: preproducción – rodaje – postproducción. La tipografía en pantalla. Postproducción gráfica.

34. Diseño Gráfico de la Información



UADE

La información como explicación visual. Presentación de la información. Jerarquías informativas. Mapeo de la información. Edición de imágenes informativas. Infografía en pantalla. La organización de la información. La información en pantalla. Articulación de imágenes informativas y tipografía. Información cuantitativa. La generación y selección de la información. Redacción, edición y diseño de textos informativos. Información icónica, información en textos e información icónica en textos.

35. Introducción al Marketing

Evolución del *marketing*. Rol, estructura y procesos de *marketing* desde el punto de vista de la empresa. Economía y sociedad. Orientación al mercado. Valor al cliente. Comportamiento del consumidor. Sistemas de información de *marketing*. Investigación de mercado. Pronóstico de demanda. Segmentación. Posicionamiento. Estrategias de *marketing*. Producto. Servicio. Canales de distribución. Precio. Comunicaciones integradas de *marketing*. Organización y medición del desempeño. Marco regulatorio. Responsabilidad social.

2° Cuatrimestre

36. Trabajo Final de Diseño de la Imagen Visual

El trabajo final procura integrar los conocimientos adquiridos durante el transcurso de la carrera en las distintas asignaturas mediante la elaboración de un proyecto audiovisual de alta complejidad, aplicable a la industria de los medios de comunicación visual. El trabajo se desarrolla a lo largo de toda la materia bajo supervisión del profesor.

37. Ética Deontológica y Principios Jurídicos Aplicados al Diseño

Principios éticos y jurídicos de la comunicación y el diseño. Ámbitos propios de la Ética y el Derecho. Nociones básicas de derecho laboral. Ley de contratos de trabajo. Protección legal de las creaciones del intelecto. Modalidades contractuales. Locación de servicios y de obra. Derechos de autor. Patentes de invención. Modelos de utilidad, modelos y diseños industriales. Marcas. Utilización de imágenes e ilustraciones.

38. Diseño Arquitectónico

El plano gráfico en el espacio. Método Monge. El espacio como comunicador. La percepción del espacio. Perspectivas: axonométricas, a un punto de fuga, a dos puntos de fuga. Croquis. Objeto contenido. Objeto continente. Espacios cóncavos y espacios convexos. Diseño gráfico. Retícula y continuidad gráfica en las caras de un volumen. Recorrido visual. Escala humana, peatonal y vehicular. Medio ambiente y hábitat. Sistemas de información urbana. Análisis de las diferentes piezas. Hitos, stand, marquesinas. Características y configuración. Sistemas y materialidad. El espacio del arte.

39. Gerenciamiento de Proyectos de Diseño

La estrategia en empresas de diseño. El diseñador proyectual. El diseñador estratégico. El estratega. El diseñador que genera negocios. Niveles de estrategia, planificación y herramientas. Análisis del contexto del diseño (PEST y FODA.). Las cinco fuerzas competitivas de Michael Porter. Análisis interno. Objetivos de la organización. Liderazgo en diferenciación, costos, enfoque o alta segmentación. Matriz de BCG.



UADE

Alternativas de cooperación estratégica. Matriz de Ansoff. Desarrollo y diversificación de productos. Las alianzas estratégicas. Fusiones y adquisiciones. Dinámica competitiva. Reactividad y proactividad. El valor del tiempo. Cálculo de costos. Determinación del precio en diseño. La negociación y el liderazgo con el cliente: técnicas de venta y presentaciones efectivas.

40. Diseño de Porfolio

El porfolio como construcción de la identidad profesional. Posicionamiento estético. Posicionamiento comunicacional. El porfolio como texto y como discurso. Mimesis y diferenciación. Armado de porfolio. El proceso como producto. Selección y diagnóstico. Diseño de la información, producción del material. Fotografía digital, experimentación gráfica y lenguajes combinados. Porfolio editorial, impreso. Porfolio digital, Web.

Siendo las 12 horas se levanta la sesión.

Se deja constancia de que la presente es copia fiel del punto 5 del Acta N° 810, de fecha 22 de julio de 2013, del libro del Consejo Académico de la Universidad Argentina de la Empresa.

Dr. Ricardo F. Orosco
Rector