

DATOS BÁSICOS DE LA GUÍA DOCENTE:

Materia:	DISEÑO GRÁFICO APLICADO		
Identificador:	30151		
Titulación:	GRADUADO EN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL. PLAN 2008 (BOE 15/12/2008)		
Módulo:	TECNOLOGIA, DISEÑO Y CULTURA VISUAL		
Tipo:	OBLIGATORIA		
Curso:	2	Periodo lectivo:	Segundo Cuatrimestre
Créditos:	6	Horas totales:	150
Actividades Presenciales:	66	Trabajo Autónomo:	84
Idioma Principal:	Castellano	Idioma Secundario:	Castellano
Profesor:		Correo electrónico:	

PRESENTACIÓN:

ABSTRACT

Conceptos y metodologías -de identidad analógica y digital- instrumentados mediante sistemáticas de Diseño Gráfico para su aplicación en el entorno de la producción comunicativa particular de los *mass media* audiovisuales.

Materia proactiva | Combinación teoría y práctica | Competencias *mass media* | Creatividad | Técnica | ...

A nivel metodológico, la asignatura Diseño Gráfico Aplicado supone el estudio de técnicas tradicionales y digitales estipuladas en el proceso de descripción de recursos audiovisuales, principalmente multimedia, destinados a medios comunicativos electrónicos cuya difusión de contenidos se canaliza a través de aplicaciones soportadas en plataformas *on line*, así como en formatos particulares que determinan actividades de interacción entre el usuario y el modelo comunicativo generado.

Análisis de conceptos y elementos que participan activa y ordenadamente en la secuencia informativa:

mensaje – concepto – grafismo – divulgación

La vertiente más práctica de la asignatura será revisada mediante el empleo de software profesional. En este caso, se detallarán pormenorizadamente las principales funciones propias del medio creativo en comunicación audiovisual, implementadas en dos programas de análisis y producción multimedia: Adobe Photoshop y Adobe Flash.

La imagen digital se convierte, en este caso, en el estándar visual utilizado a modo de síntesis descriptiva del modelo engendrado en dicho proyecto comunicativo.

Sustentada la asignatura en estas bases cardinales y teniendo como objetivo permanente el medio comunicativo audiovisual, su instrucción teórica parte de una revisión de materias, por un lado, introductoras de la noción de diseño y de las disciplinas afines a su área de intervención, por otro, descriptoras del bagaje productivo facturado por sus divisiones internas, desde los orígenes de la imagen como reclamo informativo hasta la actual era de las TIC (Tecnologías de la Información y la Comunicación).

Software: Adobe Photoshop | Adobe Flash | ...

COMPETENCIAS PROFESIONALES A DESARROLLAR EN LA MATERIA:

Competencias Generales de la titulación	G01	Capacidad de análisis y síntesis
	G02	Resolución de problemas

	G03	Capacidad de organización y planificación
	G04	Uso de las tecnologías de la Información
	G05	Trabajo en equipo
	G06	Habilidades interpersonales
	G07	Compromiso ético
	G08	Capacidad de trabajar en un contexto internacional
	G09	Capacidad de aplicar conocimientos
	G10	Capacidad de generar nuevas ideas (creatividad)
	G11	Capacidad de investigación
Competencias Específicas de la titulación	E04	Capacidad para aplicar técnicas y procedimientos de la composición de la imagen a los diferentes soportes audiovisuales, a partir del conocimiento de las leyes clásicas y de los movimientos estéticos y culturales de la historia de la imagen mediante las nuevas tecnologías de la información.
	E11	Capacidad para aplicar técnicas y procesos de creación y difusión en el campo del diseño gráfico y de los productos multimedia e hipermedia en sus diversas fases, desde una perspectiva teórica y práctica
	E12	Capacidad para aplicar técnicas y procesos de creación de un trabajo audiovisual desde los elementos escenográficos y la imagen de marca hasta su proyecto gráfico de comercialización.
	E13	Capacidad para buscar, seleccionar y sistematizar cualquier tipo de documento audiovisual en una base de datos, así como su utilización en diferentes soportes audiovisuales utilizando métodos digitales. de datos, así como su utilización en diferentes soportes audiovisuales utilizando métodos digitales
	E14	Capacidad para aplicar principios y funciones de la identidad visual para la creación de un manual de normas para la identidad visual corporativa de una empresa determinada.
	E16	Capacidad para diseñar y concebir la presentación estética y técnica de la puesta en escena a través de las fuentes lumínicas y acústicas naturales o artificiales atendiendo a las características creativas y expresivas que propone el director del proyecto audiovisual.
	E19	Conocimientos sobre teorías, métodos y problemas de la comunicación audiovisual y sus lenguajes que sirvan de soporte para su actividad, en función de los requerimientos fijados como conocimientos disciplinares y competencias profesionales.
	E20	Habilidad para el uso adecuado de herramientas tecnológicas en las diferentes fases del proceso audiovisual para que los alumnos se expresen a través de imágenes o discursos audiovisuales con la calidad técnica imprescindible.
	E24	Capacidad para comprender los códigos y formas de expresión de los medios de comunicación de masas.
Resultados de Aprendizaje	R1	Asimilar y practicar la secuencia creativa que determina la manufactura global del producto de diseño; siendo, en este caso, los elementos gráficos que conforman el modelo audiovisual, interpretados principalmente mediante sistemáticas digitales, los referentes primordiales encargados de configurar, normalizar y divulgar el propósito comunicativo planteado.
	R2	Mostrar las aptitudes necesarias para sintetizar gráficamente una considerable cuota de información, siendo capaz de seleccionar tanto la tipología de imagen como la fuente tipográfica idónea; adaptables, ambas, a un modelo impreso o aplicación multimedia inscrito como recurso proyectual dentro de los mass media vigentes.
	R3	Juzgar el alcance funcional –comunicativo- y “estético” –visual- del producto iconográfico, partiendo de dinámicas creativas clásicas, como pueda ser el abocetado de representaciones de naturaleza y fin comunicativo, cuyo desenlace actual como proyecto deriva hacia resultados de impronta digital concebidos con ayuda de software profesional.
	R4	Aportar un conocimiento y revelar una adecuada visión de los mecanismos teórico-prácticos que afectan al desarrollo de aplicaciones multimedia interactivas en las que el usuario interviene activamente manipulando la interfaz gráfica diseñada para redefinir voluntariamente el argumento inicial fijado por el autor.
	R5	Manifiestar una eficaz destreza expositiva, a la hora de dar respuesta al cliente en materia proyectual de ideación, análisis, desarrollo y/ o difusión del producto comunicativo solicitado; fruto de un idóneo conocimiento del medio, en cualquiera de sus vertientes metodológicas y prácticas.

REQUISITOS PREVIOS:

Si bien no son excluyentes para que el alumno perteneciente al Grado de Comunicación Audiovisual desarrolle un correcto aprendizaje, una aproximación o conocimiento de las siguientes premisas de dominio general ayudará a potenciar el grado didáctico adoptado en la asignatura Diseño Gráfico Aplicado.

1. Instrucción teórico-práctica en procedimientos computacionales genéricos: hardware (manejo de dispositivos de entrada y salida de datos) y software (sistemas operativos, programas informáticos para autoedición, ofimática, manipulación de archivos digitales,...). Nivel medio.
2. Conocimiento de los *mass media* y gestión de actividades de desarrollo proyectual y/ o cultural en dichos entornos: Internet (*browsers, e-mail, web-sites,...*), publicaciones impresas (lectura de diarios y revistas, actividades de redacción/ diseño de recursos gráficos publicitarios,...), etc. Nivel de usuario.
3. Enfoque práctico y analítico sobre comunicación escrita y oral.
4. Prácticas en métodos de diseño global; en particular, aquellos procedimientos encuadrados dentro del ámbito audiovisual multimedia.
5. Aproximación a conceptos y materias generales vinculadas al espacio cibercultural.

A nivel académico, en el curso 2014-15, acceder a la matriculación y los consiguientes derechos formativos propios de esta asignatura no requiere haber superado anteriormente otras de similar cabida programática.

PROGRAMACIÓN DE LA MATERIA:

Observaciones:

OBSERVACIONES

1. Sobre la cabida programática contenida en GDWeb y en Guía Docente Extendida.

En la versión *on-line* de la guía docente queda reflejada una estructura global de la programación de la materia. En la PDU de la asignatura, dentro de la Guía Docente Extendida, será publicado el guion preciso que contiene todos los temas a tratar en la materia.

2. Sobre impartición de contenidos puntuales programados en la asignatura.

El contenido de diversos apartados de la programación no se impartirá estrictamente como materia de naturaleza teórica, siendo, en este caso, incluida como temática complementaria a desarrollos didácticos de mayor relevancia.

3. Sobre planificación para la impartición de contenidos programados.

Los contenidos y planificación de la asignatura podrán verse modificados por motivos imprevistos (rendimiento del grupo, disponibilidad de recursos, modificaciones en el calendario académico etc.) y por tanto no deberían considerarse como definitivos y cerrados. El docente comunicará a los alumnos dichas modificaciones.

Contenidos de la materia:

1 - INTRODUCCIÓN. El diseño gráfico y la variante comunicativa
1.1 - Definición
1.2 - Conceptos y criterios asociados.
1.3 - Objetivos
1.4 - Áreas profesionales de inserción del método de Diseño Gráfico.
2 - APROXIMACIÓN AL ENTORNO ICONOGRÁFICO DIGITAL IMPLANTADO EN MASS MEDIA
2.1 - Introducción.
2.2 - Verificación del ámbito generador de la iconografía digital.
2.3 - Adopción de nuevos arquetipos iconográficos digitales.
2.4 - La estética y la función como conceptos derivados del uso de la máquina. Propuestas de autor.
3 - METODOLOGÍA PROYECTUAL. Fases creativas y recursos gráficos aplicados al modelo comunicativo
3.1 - Tipografía. Historiografía, tipologías y sistemáticas de diseño adjuntas a su identidad comunicativa

3.1.1 - Historiografía
3.1.2 - Familias y subdivisiones tipográficas. Anatomía del tipo
3.1.3 - Legibilidad tipográfica
3.1.4 - Tipografía y color
3.1.5 - Tipografía digital. Tipografía para pantalla y en la web
3.1.6 - Tipografía para periódicos y revistas
3.3 - El color en comunicación.
3.4 - Concepto y planificación del proyecto gráfico. Fases creativas.
4 - PREÁMBULOS PLÁSTICOS A LA CREACIÓN DIGITAL MULTIMEDIA EN COMUNICACIÓN. Procedimientos de ilustración tradicional aplicados al guión audiovisual
4.1 - Técnicas de trazado libre tradicionales: abocetado de recursos gráficos.
4.2 - Storyboard: análisis espacio-temporal del modelo formal y la secuencia comunicativa.
5 - ANÁLISIS DE RECURSOS GRÁFICOS DIGITALES PRESENTES EN EL MODELO COMUNICATIVO: IMAGEN DE SÍNTESIS
5.1 - Tipologías iconográficas digitales.
5.2 - Formatos de archivos gráficos digitales.
5.3 - Formas bidimensionales. Análisis de software para creación y retoque de imágenes.
5.4 - Formas tridimensionales. Análisis de software para creación de estructuras volumétricas.
5.5 - Dispositivos para visualización e interacción con aplicaciones multimedia.
5.6 - Terminología asignada al sector donde se encuadra la imagen digital: animación, primitivas de salida, render, fractales,...
6 - CREACIÓN Y TRATAMIENTO DE ENTIDADES GRÁFICAS DIGITALES IMPLANTADAS EN EL MEDIO COMUNICATIVO AUDIOVISUAL: DISEÑO CON ADOBE PHOTOSHOP
6.1 - Secuencia de análisis teórico y experimentación dispuesta en Adobe Photoshop
7 - CREACIÓN Y TRATAMIENTO DE ENTIDADES GRÁFICAS DIGITALES DESTINADAS AL MEDIO COMUNICATIVO AUDIOVISUAL: IMAGEN DINÁMICA E INTERACCIÓN EN ADOBE FLASH
7.1 - Secuencia de análisis teórico y experimentación dispuesta en Adobe Flash

La planificación de la asignatura podrá verse modificada por motivos imprevistos (rendimiento del grupo, disponibilidad de recursos, modificaciones en el calendario académico, etc.) y por tanto no deberá considerarse como definitiva y cerrada.

METODOLOGÍAS Y ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE:

Metodologías de enseñanza-aprendizaje a desarrollar:

El despliegue didáctico de la asignatura comprende la puesta en marcha y consiguiente consecución de una serie de premisas radicadas en la actuación que ha de fomentar la interacción diaria entre docente y alumno de cara a optimizar la secuencia de estudio analítica y experimental propia del campo del diseño gráfico aplicado al medio comunicativo audiovisual. Premisas consignadas en las fases temporales y metodologías propuestas en los siguientes apartados.

1. Sesiones teórico-prácticas

Complementadas teoría y práctica en un mismo periodo lectivo, o desarrolladas por separado, según temporización de la asignatura.

Tanto el bloque teórico como el práctico se llevan a cabo en el espacio propio del aula. El alumno dispone de ordenador de uso personal para desarrollar actividades de estudio y realización de ejercicios teórico-prácticos de impronta gráfica digital, así como de otros instrumentos de identidad plástica/ técnica de orden clásico necesarios para ejecutar ejercicios que requieran un trazado gráfico tradicional.

El principal método de transferencia instructiva sobre el contenido de la asignatura, a desplegar por el docente, seguirá rutinas de exposición oral. Esta fórmula educativa, por un lado, dinamiza el ritmo de la clase promoviendo un provechoso debate entre los presentes, y por otro, mantiene una continua secuencia comunicativa que favorece la toma de datos por parte del alumno.

Dicho procedimiento se complementa con la entrega de esquemas teóricos y propuestas de ejercicios prácticos, preparados por el propio docente. Esta transmisión de documentos por parte del docente al alumno se lleva a cabo mediante soporte impreso y/ o archivo digital insertado en PDU de la asignatura.

Dada la cualidad digital que determina la idiosincrasia de las materias analizadas, sintetizada en el tratamiento iconográfico y tipográfico de recursos comunicativos ajustados a productos de identidad editorial impresa y/ o de emisión electrónica, será habitual la proyección de propuestas gráficas de diversa categoría y autoría en dispositivos electrónicos tales como monitor de computadora, pantalla TV, cañón multimedia, etc.

Al margen de la exposición pedagógica del docente, se contempla una metodología educativa durante el transcurso de la clase enfocada a la continua participación del alumno. La instrucción en la disciplina de Diseño Gráfico aplicado al contexto comunicativo audiovisual entraña un gran dinamismo participativo, un permanente feedback, derivado de la revisión de materias y modelos visuales con una idiosincrasia tangible (material) y abstracta (concepto y alcances gráficos) desplegada en el entorno cotidiano que le rodea, ya sea expresada en forma de herramientas utilizadas para labores profesionales, en útiles meramente existenciales o en los que persiguen una exclusiva finalidad estética. De ahí que el alumno enjuicie tanto intuitiva como analíticamente aquellas particularidades que afectan a su propio ámbito social.

2. Sesiones de tutoría

a. Tutorías presenciales

Reuniones profesor-alumno para consulta de dudas y ampliación de conocimientos relativos tanto a las materias impartidas durante ese periodo lectivo como a la tutela de otras disciplinas del amplio espectro que cubre el Diseño Gráfico de posible aplicación al medio comunicativo audiovisual.

b. Tutorías virtuales

Con similar carácter informativo-instructivo al anteriormente planteado pero ocupando los canales internos de la red, circunstancia que condiciona su efectividad, la intranet de Universidad San Jorge se convierte igualmente en vehículo para emitir cualquier tipo de consulta y/ o ampliación de contenidos sobre la asignatura en cuestión.

Temporización continua, sujeta a la lógica que impone el uso del medio digital como vehículo de transmisión informativa, sin obviar –por indolencia- la productiva posibilidad de la tutoría presencial como procedimiento más apto para esta gestión consultiva.

3. Metodologías de enseñanza-aprendizaje complementarias

A lo largo del intervalo de tiempo en que se desarrolla la exposición teórico/ práctica en clase, el alumno toma una serie de anotaciones relacionadas con el contenido didáctico expuesto en ese momento. Dichos apuntes, entendemos “sintéticos”, pueden ser enviados vía mail al docente el segundo día de clase de la semana, al finalizar la misma.

Al margen de poder juzgar, por parte del profesor, el nivel de aprendizaje de cada alumno, esta práctica desarrollada a diario sirve a este último como método de síntesis de la información. Hecho importante, si tenemos en cuenta que como futuro profesional en el entorno de los *mass media* debe estar capacitado para ejecutar con total prontitud la recogida, desarrollo y divulgación de la noticia, sin caer en disquisiciones informativas.

Asimismo, conjuntadas las anotaciones diarias durante un periodo, y extrapolado el método a otros órdenes en su responsabilidad profesional, esta metodología potencia en el alumno la capacidad de establecer un ordenado planning de trabajo que le reporte seguridad y firmeza laboral.



4. Metodologías de enseñanza-aprendizaje propias del método estipulado para Diseño Gráfico

El Diseño Gráfico actual se surte de una serie ilimitada de recursos descriptivos procedentes de otras fuentes del conocimiento como puedan ser la propia ciencia, el cine, la arquitectura, etc. siendo recomendable que el alumno establezca similitudes entre los procedimientos y técnicas de desarrollo establecidas en estas disciplinas y las propias del Diseño Gráfico, en nuestro caso de identidad comunicativa. No en vano, la labor intelectual del profesional de diseño en el ámbito audiovisual, le exigirá plantearse intervenciones proyectuales en campos de diverso calado: desde la composición de textos e imágenes, para difundir contenidos de cualquier categoría del conocimiento; hasta la edición y divulgación de extractos iconográficos en soporte video, justificados por premisas fílmicas. El término “multidisciplinar” cobra, por tanto, una extraordinaria relevancia.

El patrimonio documental e instrumental del Diseño Gráfico es amplio y variado: su conocimiento es el verdadero método de aprendizaje del alumno en la concepción de su propia obra. Sobra mencionar la importancia de las técnicas digitales de identidad computacional en la manufactura del modelo de diseño gráfico adaptado al producto informativo. En este sentido, el alumno deberá elegir y manejar con suficiente soltura el software más conveniente y –en su caso- heterogéneo dentro de las fases que establecen la secuencia creativa: desde un procesador de textos o una hoja de cálculo, hasta un programa de maquetación profesional de documentos impresos, pasando por aplicaciones multimedia de tratamiento gráfico e interacción digital.

Por otra parte, entendemos como altamente recomendable, por instructivo de cara a elevar su grado de aprendizaje y conocimiento del medio tratado, que el alumno sondee habitualmente los canales informativos a su alcance, tanto de divulgación impresa como electrónica, recogiendo documentos que le sirvan para generar una base de datos propia surtida de ejemplos representativos sobre la materia.

Trascendental, en cualquier caso y situación, el orden. Cuando hacemos acopio de gran cantidad de información de la más diversa procedencia y tipología, compendiada en archivos informáticos a guardar en nuestro ordenador, es imprescindible tenerla perfectamente organizada para acceder a ella sin rodeos ni pérdidas de tiempo innecesarias.

5. Herramientas para desarrollo de actividades prácticas: software

Nos serviremos del software idóneo que cubra con solvencia la producción de labores creativas en intervenciones de diseño relacionadas con la manufactura de contenidos comunicativos multimedia: Adobe Photoshop CS4 | Adobe Flash CS4... al margen de programas concretos pertenecientes al paquete ofimático Microsoft Office, principalmente, Word y PowerPoint.

Imagen Estática

Adobe Photoshop

Gran variedad de herramientas de estilo (capas, filtros, mascarar, ajustes cromáticos,...) y de elaboración de formas regulares e irregulares, lo convierten, por méritos propios, en uno de los programas más potentes en lo que respecta al tratamiento digital de recursos iconográficos.

Animación e Interacción

Adobe Flash

Inserción de modelos gráficos y tipográficos dentro escenas y secuencias de tiempo, interpretados como ejes principales de un proyecto cuya finalidad pasa por el desarrollo de aplicaciones animadas e interactivas ejecutables en cualquier ordenador. Su espontaneidad de uso lo convierte en una de las

principales herramientas de creación interactiva para publicación de documentos en soporte web y en otros variados medios de almacenamiento y visualización.

Volumen de trabajo del alumno:

Modalidad organizativa	Métodos de enseñanza	Horas estimadas
Actividades Presenciales	Casos prácticos	23
	Exposición programa asignatura	2
	Preparación y realización de prueba de conocimientos final	4
	Revisión personal/conjunta de ejercicios prácticos	4
	Clase magistral: teoría/práctica	33
Trabajo Autónomo	Asistencia a tutorías	7
	Estudio individual	21
	Preparación de trabajos individuales	28
	Preparación de trabajos en equipo	10
	Tareas de investigación y búsqueda de información	6
	Lecturas obligatorias	6
	Lectura libre	6
Horas totales:		150

SISTEMA DE EVALUACIÓN:

Obtención de la nota final:

Trabajos individuales:	80 %
Prueba final:	20 %
TOTAL	100 %

*Las observaciones específicas sobre el sistema de evaluación serán comunicadas por escrito a los alumnos al inicio de la materia.

BIBLIOGRAFÍA Y DOCUMENTACIÓN:

Bibliografía básica:

CASES I ASSOCIATS. Diseño de información. Proyectos 2003/ 2004. Barcelona, 2004.
CEBRIÁN, M. Información multimedia. Madrid: Pearson, 2005.
GARCÍA, J. Tecnología de la comunicación e información escrita. Madrid: Síntesis, 2003.
HERVÁS, C. El diseño gráfico en televisión: técnica, lenguaje y arte. Madrid: Cátedra, 2001.
LE COMTE, C. Manual tipográfico. Buenos Aires: Infinito, 2004.
LÓPEZ, X. Sistemas digitales de información. Madrid: Pearson, 2006.
MARTÍN, J.; ARMENTIA, J. Tecnología de la información escrita. Madrid: Síntesis, 1995.
MEGGS, P. Historia del Diseño Gráfico. México: McGraw-Hill, 2000.
MIJKSENAAR, P. Una introducción al diseño de la información. Barcelona: Gustavo Gili, 2001.
MUNARI, B. Diseño y comunicación visual. Barcelona: Gustavo Gili, 1990.
TENA, D. Diseño Gráfico y comunicación. Madrid: Pearson, 2005.
WIEDEMANN, J. (Ed.). Advertising now. TV commercials. Köln: Taschen, 2009.
McLEAN, R. Manual de tipografía. Madrid: Hermann Blume, 1993.

Bibliografía recomendada:

ANGELETTI, N.; OLIVA, A. Revistas que hacen e hicieron historia. Barcelona: Sol 90 media, 2002.
ARFUCH, L.; CHAVES, N.; LEDESMA, M. Diseño y comunicación. Teorías y enfoques críticos. Buenos Aires: Paidós, 1997.
BAYLEY, S. Guía Conran del Diseño. Madrid: Alianza Forma, 1992.
BEER, G. Web Design Index. Amsterdam: The Pepin Press / Agile Rabbit Editions, 2000.
CEREZO, J. Diseñadores en la nebulosa: el diseño gráfico en la era digital. Madrid: Biblioteca Nueva, 2002.
SATUÉ, E. El diseño gráfico en España: Desde los orígenes hasta nuestros días. Madrid: Alianza, 2006

SATUÉ, E. El diseño gráfico en España: Historia de una forma comunicativa nueva. Madrid: Alianza, 1997
DONDIS, D. Sintaxis de la imagen. México: Gustavo Gili, 1992.
GILL, M. E-zines. Diseño de revistas digitales. México: Gustavo Gili, 2000.
JOHANSSON, K.; LUNDBERG, P.; RYBERG, R. Manual de producción gráfica. Barcelona: Gustavo Gili, 2004.
LANDA, R. El Diseño en la Publicidad. Madrid: Anaya Multimedia, 2004.
MARTÍN, J. Manual de Tipografía. Del plomo a la era digital. Valencia: Campgrafic, 2001.
McLEAN, R. Manual de tipografía. Madrid: Hermann Blume, 1993.
MEMELSDORFF, F. Rediseñar para un mundo en cambio. Identidad y branding. Madrid: Blur ediciones, 2004.
MOLES, A.; COSTA, J. Publicidad y diseño: el nuevo reto de la comunicación. Buenos Aires: Infinito, 2005.
MONO DESIGN. Laboratorio Digital: Impresión y Diseño Electrónico. México: McGraw-Hill, 2002.
NAFRÍA, I. Web 2.0: el usuario, el nuevo rey de Internet. Barcelona: Gestión 2000, 2008.
O'GUINN, T. Publicidad y comunicación integral de marca. México: Thomson, 2004.
PISCITELLI, A. Internet, la imprenta del siglo XXI. Barcelona: Gedisa, 2005.
PORTER, T. Manual de técnicas gráficas para arquitectos, diseñadores y artistas. Barcelona: Gustavo Gili, 1987.
POYNOR, R. No más normas. Diseño Gráfico postmoderno. Méjico: Gustavo Gili, 2002.
RUDER, E. Manual de Diseño Tipográfico. Barcelona: Gustavo Gili, 1982.
SATUÉ, E. Arte en la tipografía y tipografía en el arte. Madrid: Siruela, 2007.
SNDE. ÑH03. España: SNDE, 2006
SWANN, A. La creación de bocetos gráficos. Barcelona: Gustavo Gili, 1990.
VVAA. Branding Identity. Contemporary Graphic Design. Barcelona: Index Book, 2009.
VVAA. Select G: Graphic design from Spain. Barcelona: Index Book, 2008.
WIGAM, M. Pensar visualmente. Barcelona: Gustavo Gili, 2007.
WILLIAMS, R. Diseño gráfico. Fundamentos. Madrid: Anaya Multimedia, 2008.
WONG, W. Diseño Gráfico Digital. Barcelona: Gustavo Gili, 2004.

Páginas web recomendadas:

http://www.designfilms.org
http://www.bookdesignonline.com/sp/disenodeeditorial.htm
http://www.citrinitas.com/history_of_viscom/index.html
http://cuatrotipos.wordpress.com/
http://mangasverdes.es/
http://modernodog.com/MD-16/books/
http://spanish.fastrackmedia.com/blog/post/mejores-blogs-y-sitios-en-espanol-sobre-periodismo-digital/
http://ediphici.wordpress.com/
http://Imageandart.com
http://fad.cat/awards/view/20/lang:spa
http://indexbook.com/libro.php?1107
http://kiosko.net/es/
http://www.artofthetitle.com
http://www.fonts.com/
http://www.identifont.com/
http://www.newsartesvisuales.com/editor/edit01.htm
http://www.papress.com/other/thinkingwithtype/
http://www.snd-e.org/
http://www.titulosdecredito.org
http://www.typography.com/
http://egaleradas.com/la-infografa-periodstica-en-espaa-ap
http://garciamedia.com/portfolio/online/
http://advertisingcentral.yahoo.com/es/home
http://areadesigners.com/sobre-tipografia.htm
http://www.google.com/logos/
http://www.visual.gi/premiosvisual/default.html
http://www.wolkoweb.com.ar/apuntes/index.html
http://cuatrotipos.wordpress.com/2008/09/12/el-combinado-tipografico-perfecto/
http://cuatrotipos.wordpress.com/2007/05/04/las-tipografia-en-las-nuevas-portadas-de-esquire/
http://infografistas.blogspot.com/index.html
http://new.myfonts.com/

	http://punkjournalism.com/
	http://visualmente.blogspot.com/search/label/InfografÃ-a
	http://visualweblabs.com/blog/page/2/
	http://www.comunicacionpositiva.es/blog/
	http://www.coverbrowser.com/
	http://www.elmundo.es/graficos/multimedia/index.html
	http://www.elpais.com/graficos/
	http://www.esquire.com/cover-archive#
	http://www.fubiz.net/2010/11/06/typomaps-the-world-in-words/
	http://www.igotz.com/2009/04/26/tipografia-en-periodicos/
	http://www.newspagedesigner.com/
	http://www.profesionalesdigitales.es/profesionales/
	http://www.siggraph.org/
	http://www.snd-e.org/malofiej/
	http://www.tipografos.com
	http://www.unostiposduros.com/index.html
	http://www.visualeditors.com/

* Guía Docente sujeta a modificaciones