

Tipografía, sistemas y organización de información

[p05]



Pablo Acuña
Cristian Begega
Mauro Bressan
Pablo Cosgaya
Florencia Desalvo
María José Dubois
Juan Gallelli
Delfina Japaz
Mercedes Jáuregui
Maylén Leita
Joaquín Lluís
Lucas Lucente
Mariano Macherione
Patricio Oliver
Guillermo Pájaro
Natalia Pano
Juan Ignacio Roldán Nieva
Cynthia Sánchez

Objetivos

☞ Practicar el relevamiento de datos sobre un tema determinado, con el fin de producir la información necesaria para un sistema de piezas gráficas.

☞ Desarrollar criterios de organización y jerarquización de información según ideas de comunicación y a partir de operaciones principalmente tipográficas, en distintos soportes y piezas de formato y complejidad diferentes.

☞ Seleccionar y editar la información en base a las características de cada pieza y sus objetivos comunicacionales.

☞ Practicar pautas de modulación de espacios para organizar distintas densidades y complejidades de información a partir de operaciones principalmente tipográficas.

☞ Generar un lenguaje gráfico versátil orientado a la creación de una identidad visual mediante el uso sistemático de la tipografía.

☞ Reflexionar sobre la vinculación entre diseño, tipografía, soporte, materialidad y espacio.

☞ Reflexionar sobre el valor de la tipografía en la construcción de sentido en el mensaje diseñado.

Ejercitación

Dada la complejidad del ejercicio, se trabajará en grupos de dos personas. Deberán diseñar un sistema de piezas de comunicación para una campaña o acción dentro del marco del diseño social (cultural, artístico, de género, científico, económico, político, medioambiental, comunitario, del campo de la

salud, de la educación, etc.). Los pasos a tener en cuenta para abordar el ejercicio son los siguientes:

1. Definición del tema, enfoque y audiencia: el tipo de campaña o acción a llevar a cabo variará en función de la temática que cada grupo elija abordar.
2. Definición, relevamiento o producción de información: tener en cuenta las complejidades y cantidades especificadas en la pauta.
3. Clasificación y organización de la información: procesar la información a comunicar, analizar constantes y variables, y ensayar distintos modos de organizarla teniendo en cuenta la jerarquía y categoría de cada elemento.
4. Creación y presentación de un sistema gráfico para el diseño de las piezas, basado en el uso de la tipografía. Para esto podrán disponer –como mínimo– de los siguientes recursos:
 - a. Elección y combinación de familias
 - b. Uso de variables tipográficas
 - c. Control de cuerpos tipográficos y su relación con la interlínea y el espacio
 - d. Uso de miscelánea
 - e. Proporciones y espacios
 - f. Paleta cromática
 - g. Estilos o recursos gráficos*El uso de imágenes icónicas o figurativas no está permitido.*
5. Diseño del sistema de piezas: diagramar la información, modular el espacio y decidir la ubicación de cada elemento, jerarquizando unidades

de información y teniendo en cuenta la función específica de cada pieza.

Contenido a relevar y/o producir

Datos de la campaña o acción (qué, cuándo, dónde, cómo, a quién, etc.):

- Nombre y descripción. La descripción es necesaria para definir enfoque, tema o género de la campaña o acción.
- Fecha o duración, lugar de realización, página web o otro dato opcional de acuerdo a la propuesta.
- De 1 a 3 hashtags vinculados a la temática.

Información sobre la campaña o acción: en qué consiste la problemática, cuáles son las características y enfoque, información sobre la temática o contexto, etc.

Contenidos breves relacionados a la campaña o acción: como mínimo 10 ítems, cada uno de ellos con un mínimo de 5 categorías de información, incluyendo nombre y descripción. Por ejemplo, 10 actividades a realizarse, o 10 testimonios, o 10 conceptos relacionados, o 10 datos estadísticos, etc. Se pueden incluir tablas, diagramas, referencias o explicaciones que apunten a una mejor comprensión de estos contenidos.

Organizadores: organizaciones no gubernamentales, agrupaciones o colectivos, organismos de gobierno, instituciones privadas, otros tipos de gestión (autogestión, cogestión, etc.) con sus datos respectivos (elementos de identidad visual, direc-

ciones, teléfonos, páginas web, redes sociales).

Patrocinantes: con sus respectivos elementos de identidad (isotipos y/o logotipos) con la calidad necesaria para distintos tipos de reproducción, es decir, que puedan apoyarse sobre distintos tipos de fondo y puedan adaptarse a distintas modalidades de impresión: a una tinta, a cuatro tintas (CMYK), calado sobre fondos oscuros, etcétera.

Piezas a realizar

El sistema estará conformado por 7 piezas, 3 de las cuales son fijas. Las otras 4 podrán variar en función de la propuesta.

Piezas fijas

Diario informativo: pieza editorial desplegable, doble faz. Superficie cerrada: 18 cm de ancho por 25 cm de alto. Superficie semi-abierta: 36 cm de ancho por 25 cm de alto. Superficie abierta: 72 cm de ancho por 50 cm de alto. Incluirá 5 notas de distinta extensión y los 10 contenidos breves relevados. El material de base para las notas será provisto por la cátedra, siendo que los títulos, volantas y bajadas deberán ser reemplazados por otros acordes a la temática trabajada. Las partes a diseñar son: tapa (debe dar cuenta de los contenidos de la publicación), contratapa (1 nota), doble página chica (10 contenidos breves) y doble página grande (4 notas). Este diario sí podría incluir fotos/ilustraciones/etc. a modo de contenido.

Afiche: formato mínimo de 50 cm x 70 cm. Información a elección. Datos de la campaña o

acción, organizadores y patrocinantes. Deberá contemplarse en el diseño la necesidad de lectura a distancia.

Set de imágenes tipográficas para perfil e historias de Instagram: 9 imágenes para el perfil, presentadas en la vista de mosaico y la vista de cada imagen individualmente, y mínimo 3 imágenes para historias. Formato de las imágenes para el perfil: 1080 px x 1080 px. Formato de las imágenes para historias: 1080 px x 1920 px. Información a elección.

Piezas variables

Como mínimo, las 4 que se describen a continuación o cualquier otra que se les ocurra.

Serie de afichetas: mínimo 3 afichetas de formato e información a elección.

Landing page: sitio web simple de página única, con encabezado, introducción, breve descripción de la campaña, llamado a la acción para el usuario y pie.

Bandera o estandarte: Se deberá determinar su uso, función, información, formato y ubicación como parte del sistema.

Intervención en el espacio: forma y contenido a elección, en función de la propuesta.

Guía de estilo

De máximo 3 páginas, en formato A4, donde se describan y argumenten las decisiones tomadas en cuanto al uso de familias tipográficas principales, complementarias, paleta cromática, uso de misceláneas y todo aquello que consideren relevante.

Condiciones de entrega

Sistema de 7 piezas y guía de estilo. Todas las piezas se entregarán como maquetas terminadas.

A los fines de identificar el trabajo, en la guía de estilo, se incluirá la siguiente información: Tipografía 2, Cátedra Cosgaya, año 2019, nombre y número de trabajo práctico; nombre y apellido de lxs estudiantes, nombre y apellido de lxs docentes de la comisión.

Las piezas digitales se entregarán impresas en contexto (captura de pantalla).

Las piezas a aplicar en espacios exteriores e interiores, además de presentarse como maqueta, se presentarán de modo de dar cuenta del entorno, ya sea por medio de un fotomontaje o registro fotográfico *in situ*.

Además se entregará una versión digital en formato PDF, con las 7 piezas y la guía de estilo, que se subirá en el Google Drive de la comisión, con el siguiente nombre de archivo: *Pos_Apellido1-Apellido2.pdf*

Cronograma

Lanzamiento: viernes 09/08

Consultas: viernes 23/08 y viernes 30/08

Pre Entrega: viernes 06/09

Entrega: viernes 13/09

Recursos gráficos: Para este ejercicio convenimos en llamar «recursos gráficos» a aquellos elementos visuales que completen el uso de textos y misceláneas. Dentro de los mismos hallamos a los signos «alfabéticos» utilizados como imagen, planos de color, figuras geométricas, tramas, fondos, texturas, guardas, etc.