

Departament  
Comunicació Àudio-visual i Publicitat

Curs 1991 - 92

Programa de l'Assignatura:

.....TECNOLOGIA DELS MITJANS IMPRESOS..  
...EN PUBLICITAT.....  
.....  
.....

Codi Assignatura: ...5213.....

Professor/s:

...Josep GAYA i SANZ.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....

Facultat de Ciències de la Informació



Universitat Autònoma de Barcelona

#### PROGRAMA DE L'ASSIGNATURA PER AL CURS 1991-92

CODI: 5213 - TECNOLOGIA DELS MITJANS IMPRESOS EN PUBLICITAT

PROFESSOR: JOSEP GAYA I SANZ

Llicenciat en Filosofia i Lletres, U.B. 1977.

Maestratge en Arts Gràfiques. Universitat Laboral de Tarragona, 1962.

#### ACTIVITATS PROFESSIONALS SIGNIFICATIVES

1. Editor de diverses obres a Salvat Editores.
2. Productor de diverses obres en vídeo i Audio a Bibliograf, Plaza i Janés, Océano, Home English, Enciclopèdia Britànica, etc.
3. Director de l'empresa EDISTUDIO durant cinc anys.
4. Actual director de l'empresa EX LIBRIS VIDEO S.A.
5. Diverses col·laboracions publicitàries.
6. Professor de "Comunicació Visual" a ICOMI. Inst. Comunic. Integral.

#### OBJECTIUS DE L'ASSIGNATURA

Coneixement de la Tecnologia, per a valorar-ne aplicació, qualitat i costos, dels diversos mitjans impresos que la publicitat emprà dins del seu nou concepte de comunicació al servei de les empreses. Quatre eixos fonamenten el curs: la comunicació visual, la tipografia, el color i el disseny. Al seu entorn desfilen: la civilització de la imatge, premsa i revistes, cartells, imatge de marca, identificació corporativa, mailing, P.L.V., nous suports electrònics, etc.

#### TEMARI

1. Raons d'un publicista per a conèixer la Indústria Gràfica. Passat, present i futur dels diversos mitjans impresos. Procés i nomenclatura bàsica dels impresos, en general.
2. Concepte de comunicació. Circuit comunicatiu: nocions fonamentals. Diferents tipus de comunicació: comunicació visual. Elements del missatge: signes i còdigs. Un cas exemplar: la senyalètica.
3. Imatge i representació. Atributs o característiques de la imatge. Retòrica de la imatge. Teoria de la Forma o Gestalttheorie. Lleis gràfiques dimanants de la teoria de la forma.
4. Lectura de l'anunci publicitari. Elements bàsics. La legibilitat publicitària. Sorrell i redundància.
5. La tipografia, element estètic del missatge publicitari. Diferents tipus de lletres. Disseny de tipus. Tècniques de composició.
6. Fonaments de la teoria del color. El color com a element informatiu i estètic. Dinàmica, visibilitat i llenguatge dels colors al servei del missatge publicitari. Selecció del color.
7. Tècniques i sistemes d'impressió al servei de la publicitat. L'autoedició. Estudi de suports: paper, plàstics, pantalla...
8. Disseny gràfic. Història i fonaments. Elements bàsics: punt, línia i massa. Descomposició del llenguatge visual: textures, formes orgàniques i geomètriques, estructures. Llenguatge de les formes. Lleis compositives. Tensions i il·lusions òptiques.
9. Arts finals i muntatge dels diferents productes publicitària gràfics. Impressió i enquadernació o acabat. Punt lloc de venda: displays i exposicions.
10. La comunicació visual en el món de l'empresa. Imatge de marca, corporativa i global. Logotips i símbols. Com es fa un logotip.
11. Impresos comercials i de comunicació interior i exterior de l'empresa. Com es fa un catàleg i una memòria.
12. El anunci en premsa i revistes. Història i tendència actual en el disseny dels diaris i la seva relació amb la publicitat.



13. Publicitat exterior. Història de la cartellística. Com es fa un cartell? Publicitat en samarretes, telles i adhesius. Anuncis lluminosos.

14. Publicitat directa. Impresos utilitzats en la venda per correu. Desplegables.

15. El gran boom del packaging. Diverses tècniques de producció: des de bosses de tot tipus fins estoigs de plàstic, àdhuc inlays de caseta i fundes de discs.

16. Noves tecnologies al servei de la publicitat. Grafisme electrònic. Holografia. Telefax i videotex. Ordinador i RDSI.

#### AVALUACIÓ:

Dues proves objectives. Dues recensions de llibres a elegir de la bibliografia proposta. Treballs pràctics. Visionat de vídeos tècnics. Visites a empreses del ram.

#### BIBLIOGRAFIA BASICA PER A LA PREPARACIO DEL CURS I EN BASE A LA QUAL S'ESTRUCTURARAN ELS EXAMENS. A MES DE LES EXPLICACIONS I TREBALLS DE CLASSE

BANN, D.: **Manual de producción para artes gráficas**. Editorial Tellus, 1989.

BLUME, Editorial: **El gran libro del color**, 1982.

FABRIS-GERMANI: **El Color**. Ediciones D. Bosco, 1982.

FABRIS-GERMANI: **Fundamentos del proyecto gráfico**. Ediciones D. Bosco, 1982.

SOLOMON, M.: **El arte de la tipografía**. Ediciones Tellus, 1988.

#### BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTARIA

ALLEN, J.: **Designer's guide to Japanese patterns**. Chronicle books. S. Francisco, 1988.

ANIKST, M.: **Soviet Commercial Design**. Thomas and Hudson, 1987.

8 ANUARIO DISEÑADORES INTERNACIONALES: **O Typography**. Watson Publ, New York, 1987.

ARANGUREN, J.L.: **La comunicación humana**. Tecnos, 1986.

ARNHEIM, R.: **Arte y percepción visual; Psicología del ojo creador**. Alianza Editorial, 1988 (10 edición).

ASTRUA, M.: **Fotocromía básica**. Ediciones D. Bosco, 1981.

AUGER, D.: **La typographie. Que sais-je?**. Presses Universitaires de France, 1982.

AÚTORES VARIOS: **Diseño. Historia en imágenes**. Hermann Blume, 1987.

BALLESTER, E.T.: **Les Arts Gráficos de l'Epoca modernista a Barcelona**. Gremi d'Indústries Gràfiques de Barcelona, 1977.

BARCELONA, METROPOLIS MEDITERRANEA: **Historia y actualidad del diseño gráfico en Barcelona**. Cuaderno central revista, 3.

BATICLE, Y.R.: **Message, media, communication**. Editions Magnard Université. Paris.

BLANCHARD, G.: **Pour une sémiologie de la Typographie**. Magermans, Bélgica, 1979.

BONNICI i HENRY: **Why, what, how?**. Guía diseño comunicación. London, 1989.

BOOTH i CLIBBORN: **Il linguaggio della Grafica**. Mondadori, 1980.

BRUSATIN, M.: **Histoire du couleurs**. Flammarion, París, 1986.



CAMERA, F.: *La ilustración en el impreso*. Ed. D. Bosco, 1975.

CAUZARD y otros: *Images de marques, marques d'images*. Ramsay Ed., París, 1989.

CIAC: *Documentos sobre Imagen de Empresa, comunicación, mass media, diseño y casos prácticos*. Diversos números publicados bajo la dirección de J. Costa.

CONWAY, H.: *Design History*. A students Handbook, Hyman. London, 1987.

COSTA, J.: *Diseño funcional*. CEAC, 1990.

COSTA, J.: *Imagen global*. CEAC, 1988.

COSTA, J.: *La letra*. CEAC, 1989.

COSTA, J.: *Señalética*. CEAC, 1987.

CROMPTON, A.: *Do your own advertising*. The gold farthing press. London, 1985.

CHALFAUT, H.: *Spraycan Art*. Thomas and Hudson, 1990.

CHIJIWA: *Color harmony*. Greenwood. New York, 1987.

DALLEY, T.: *Guía completa de ilustración y diseño (técnicas y materiales)*. Hermann Blume, 1980.

DAWSON, J.: *Guía completa de grabado e impresión*. Hermann Blume, 1972.

DE PREMONT, R.M.: *Le guide marabout du dessin*. París, 1985.

DERIBERE, A.: *Coleur. Que sais-je?*. Presses Universitaires de France, 1982.

DOUGLAS, T.: *Guía completa de la publicidad*. Hermann Blume, 1986.

DUSSAUSAYE, D.: *Guía de los equipos de diseño gráfico de Francia*. Estudio Déxé. París, 1990.

FITTON, C.: *Sign Language*. Ed. André Deutsch, 1987.

FONT, D.: *El poder de la imagen*. Ed. Salvat, 1982.

FONTCOBERTA, J. i COSTA, J.: *Foto-diseño*. CEAC, 1988.

FRUTIGER, A.: *Des signes et des hommes*. Editions Delta et Spes, 1983.

FURONES, M.A.: *El mundo de la publicidad*. Salvat, 1980.

GALLO, M.: *L'affiche. Miroir de l'histoire*. R. Laffont, 1990.

GAUTHIER, G.: *Vingt + une leçons sur l'image et le sens*. Médiathèque. Ediling, 1989.

GERMANI, R. y otros: *Los blancos o contragrafismos en el impreso*. Prontuarios, Ed. D. Bosco, 1975.

GHOZLAND, F.: *Memoire de l'affiche*. Editions Milan. Toulouse, 1990.

GORDON, J. and HILLER, A.: *The T. shirt book*. Ebury Press. London, 1988.

GRETTON, K. and P.: *Advertising collectables*. London, 1989.

HAYTEN, P.: *El color en publicidad y artes gráficas*. LEDA. Barcelona, 1982.

HERREROS y SATUE: *La publicidad en el diseño urbano*. Publivia, 1987.

HEUDE, R.P.: *L'image de marque*. París, 1989.

HURLBURT, A.: *Diseño foto/gráfico: interacción del diseño con la fotografía*. G. Gill, 1985.

HUTCHINSON, J.: *Letters. A design handbook*. The Herbert Press, 1983.

JOSEPH i MAYOL, M.: *Com es fa un llibre*. Diccionari de les Arts Gràfiques. Pòrtic, 1979.

KUPPERS, H.: *Fundamentos de la teoría de los colores*. G. Gill, 1985.

LAING, J.: *Haga usted mismo su diseño gráfico*. Hermann Blume, 1985.

LETRASET: *Manual para diseño gráfico*. Número Anual.

LEWIS, B.: *An Introduction to illustration. A quintet Book*. London, 1987.

MARCH, M.: *Creative Typography*. Phaidon. Oxford, 1988.

MARTIN, E.: *Artes Gráficas. Introducción general*. Ediciones D. Bosco, 1981.

La composición en Artes Gráficas. Tomo I (1970), Tomo II (1974). Ediciones D. Bosco.

MARTIN, E. y TAPIZ, L.: *Diccionario enciclopédico de las Artes e Industrias Gráficas*. Ed. D. Bosco, 1981.

MCLEAN, R.: *Manual de tipografía*. Hermann Blume, 1987.

MODLEY, R.: *Handbook of the pictorial symbols*. Dover Publ., New York, 1976.

MOLINE, M.: *La comunicación activa; publicidad sólida*. Ediciones Deusto, 1988.

MOMA: *High and Low*. Catálogo Exposición sobre cultura y arte popular. Museo de Arte Contemporáneo. New York, 1991.

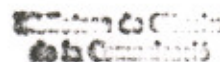
MULHERIN, J.: *Techniques de presentation*. Dessain et Tolra. París, 1988.

MULLER y BROCKMANN: *The Graphic designer and his problems*. Suiza, 1983.

MUNARI, B.: *Diseño y comunicación visual*. Gustavo Gill, 1986.



- MUY ESPECIAL: **Comunicación**. Revista del grupo G+J. Verano de 1990. Madrid.
- OLAECHEA, J.B.: **El libro en el ecosistema de la comunicación cultural**. Fundación G. Rupérez. Pirámide, 1986.
- ON-DISEÑO: **Comunicación y nuevas tecnologías**. Núm. especial, 1989.
- OUTWATER I VAN HAMERSVELD: **Holographie**. L'Etincelle. Montreal-París, 1989.
- PARRAMON, J.: **Letras, rótulos y logotipos**. Parramón Ediciones, 1985.
- PARRA, E.: **Inglés de la publicidad y marketing**. Ed. Eresma, 1986.
- PBC INTERNACIONAL: **The best of newspaper design**. New York, 1987.
- PERUCHO, J.: **Una semántica visual**. Plaza y Janés, 1986.
- PIBERNAT, O.: **El diseño en la Empresa**. INFE, 1989.
- PIGNATARI, D.: **Información, lenguaje y comunicación**. Gustavo Gili, 1977.
- POMPIDOU, Centre: **Art & PUB**. Libro Catálogo exposición 1990-91.
- PROCESOS: **Cultura y Nuevas Tecnologías**. Ministerio de Cultura, 1986.
- RICARD, A.: **Diseño por qué**. G. Gili, 1982.
- RICARD, A.: **Hablando de diseño**. Hogar del Libro. Barcelona, 1986.
- RUDEL, J.: **Technique du dessin. Que sais-je?**. Presses Universitaires de France, 1986.
- RUDER, E.: **Typographie**. Verlag Arthur Niggli Teufen AR, 1982.
- SANDERS, N. y BEVINGTON, W.: **Manual de producción del diseñador gráfico**. G. Gili, 1986.
- SONSINO, S.: **Packaging Design**. Thames and Hudson. London, 1990.
- SWAN, A.: **Basic design and layout**. Phaidon. Oxford, 1987.
- VIGLIETTI, M.: **La psicología de la forma y la Gestalttheorie**. Prontuarios gráficos, núm. 3. Ediciones D. Bosco, 1975.
- VISUAL: **Magazine de diseño, creatividad gráfica y comunicación**. Madrid, mensual.
- WARD, D.: **Illustration for advertising**. MacDonaldis. Orbis, 1988.
- WEIL, A.: **Affiches Art Deco**. Inter-libres. París, 1990.



Biblioteca de Ciències  
de la Comunicació

R 30.662