

## **Programa Taller de diseño en comunicación visual 2C**

CARRERA: DISEÑO EN COMUNICACIÓN VISUAL, FACULTAD DE ARTES, UNLP  
AÑO EN QUE SE CURSA: SEGUNDO  
MODALIDAD: TEÓRICO/PRÁCTICA  
SISTEMA DE PROMOCIÓN: DIRECTA  
CARGA HORARIA SEMANAL: 6 HS.  
CURSADA: ANUAL

### Objetivos generales

- Desarrollar habilidades para concebir, programar, proyectar y realizar comunicaciones visuales
- Desarrollar habilidades para realizar investigaciones de campo.
- Profundizar la capacidad para el análisis crítico y la formulación de hipótesis, adquiriendo habilidades para producir piezas de diseño que respondan al proyecto planteado y a las funciones comunicativas que estas deban asumir.
- Propiciar el aprendizaje de conceptos clave e incorporar terminología disciplinar.
- Profundizar en la especificidad del conocimiento proyectual.
- Entender el diseño como práctica técnico-cultural interdisciplinaria.
- Indagar las nuevas dimensiones del diseño en el contexto de las tecnologías de la comunicación contemporáneas.

### Objetivos específicos

- Conocer el origen e implicancias del discurso de identidad en la cultura de los siglos XX - XXI e introducirse en los conceptos básicos de la sociosemiología y la teoría de los discursos sociales, orientados al análisis del discurso de identidad visual.
- Comprender las distintas funciones de las piezas de diseño en el marco de un sistema de identidad.
- Entender el diseño de identidad visual como práctica discursiva constructora de imagen para empresas, instituciones, productos y servicios, desarrollando herramientas metodológicas para diseñar programas de intervención de imagen y comunicación insertos en la realidad socioeconómica de la que surgen y donde se implementarán.

## CONTENIDOS

### 1. EL DISCURSO DE IDENTIDAD

Diseño e identidades. Marco socioeconómico en el que surge la necesidad del discurso de identidad. Segunda Revolución Industrial. La ciudad moderna, la calle y la configuración del otro. Primeros programas de identidad. De la identidad del producto a la identidad del sujeto. Los programas integrales de identidad institucional. Dimensión ética de esta práctica discursiva. Comunicación, identidad e imagen. Empresas, productos y servicios. Precisiones terminológicas. Caracterización del discurso de identidad. Texto de identidad. Atributos.

### 2. SIGNO DE IDENTIDAD BÁSICO: LA MARCA GRÁFICA

El nombre. Logotipo. Isotipo. Signo lingüístico y signo icónico. Articulación del lenguaje visual/verbal.

Tipología marca.

Nivel morfo-sintáctico: Paradigma y sintagma/variables visuales formales y tonales/Relaciones organizativas. Tipografía. Grilla. Diagramación.

Nivel semántico: relación signo-referente. Motivación y arbitrariedad. Denotación y connotación. Estilística y retórica. Figuras de adjunción, supresión, sustitución e intercambio.

Nivel pragmático: Parámetros de calidad marca. Funcionalidad de la marca: principios de brevedad, pronunciabilidad, memorabilidad, originalidad e impacto, síntesis.

### 3. SISTEMAS DE IDENTIDAD VISUAL

Organización de un sistema de identidad visual. Sistemática y textura gráfica. Indicadores para el buen rendimiento de un sistema de identidad.

Diseño para hacer ver - hacer saber - hacer hacer.

Rasgos estables, alternativos, libres. Univocidad, coherencia y pregnancia.

Sistemas gráficos: papelería institucional y administrativa, promoción y comunicación de interés social -publicaciones, folletería, afiche, etc.-, gráfica del entorno, publicidad. Sistemas de identidad audiovisuales.

Sistemas paragráficos: arquitectura, diseño industrial, acciones de atención.

### 4. CONTEXTOS. DE LA PRAGMÁTICA A LA TEORÍA DEL DISCURSO

Teoría de la discursividad. Funciones del discurso. Función comunicativa. La función estética y el diseño.

Horizonte común. Mercado lingüístico y legitimidad discursiva.

Competencia comunicativa.

Implementación de un programa de identidad. Inscripción de la imagen en el contexto socio cultural e histórico, en el contexto comunicacional y en el contexto de la competencia. Integración de los signos de identidad y rendimiento de la comunicación.

Discurso publicitario.

### 5. IDENTIDAD DEL PRODUCTO

Identidad del producto/identidad institucional. Función comunicativa: identificación, diferenciación, persuasión, información. Identificación en el contexto. Competencia.

Editorial. Paratexto. Funciones.

## BIBLIOGRAFÍA

- Aicher, Otl (2001) Analógico y digital. Gustavo Gili, Barcelona.
- Albano, Sergio y otros (2005) Diccionario de semiótica. Quadrata, Buenos Aires.
- Alonso, Rodrigo y Mercado, Leonardo (2001) "Arte y diseño editorial: desde la revolución tipográfica al libro del futuro". En: Encuentro Nacional de Investigación en Arte y Diseño ENIAD 2001. Facultad de Bellas Artes. Universidad de La Plata. [http://www.roalonso.net/es/arte\\_y\\_tec/revolucion\\_tipografica.php](http://www.roalonso.net/es/arte_y_tec/revolucion_tipografica.php)
- Austin, J. (1982) Cómo hacer cosas con palabras. Paidós, Barcelona.
- AAVV (1999) First things first Manifiesto 2000, Eye N° 33, Londres
- AAVV (2001) Fundamentos del Diseño Gráfico, Buenos Aires, Ediciones Infinito.
- Badiou, Alain (2013) Las condiciones del arte contemporáneo. Conferencia, UNSAM, Universidad de San Martín, Buenos Aires 11 de mayo de 2013. Trad. <http://www.brumeria.net/284-alain-badiou/>
- Bajtín, Mijail (2011) Las fronteras del discurso, Buenos Aires, Las Cuarenta
- Barthes, Roland (1994) 'Retórica de la imagen'. En: Lo obvio y lo obtuso. Paidós, Barcelona.
- Barthes, Roland (1994) La cámara lúcida. Paidós, Barcelona.
- Barthes, Roland (1998) Mitologías. Siglo XXI, México.
- Berman, Marshall (1988) Todo lo sólido se desvanece en el aire. Siglo XXI, Madrid.
- Benjamin, Walter (1976) «El París del Segundo Imperio en Baudelaire». En: Iluminaciones II, Taurus, Madrid.
- Benvéniste, Emile (1979) «De la subjetividad en el lenguaje» En: Problemas de lingüística general. Siglo XXI, México
- Berger, John (1980) Modos de ver, Gustavo Gili, Barcelona .
- Bernstein, D (1989) La imagen de empresa y la realidad. Plaza y Janés, Barcelona.
- Blackwell, Lewis (2004) Tipografía del siglo XX. Gustavo Gili, Barcelona.
- Bourdieu, Pierre «L'économie des échanges linguistiques», en Langue française 34.
- Bourdieu, Pierre (1995) Respuestas por una antropología reflexiva. Grijalbo, México.
- Bourdieu, Pierre (1988) Cosas dichas. Gedisa, Buenos Aires.
- Bourdieu, Pierre (1980) «El mercado lingüístico» En: Questions de sociologie. Ed. de Minuit, París. Trad. Mabel Piccini, Carrera de Com. Soc. UAM.
- Bourdieu, Pierre (1985) ¿Qué significa hablar? Akal, Madrid.
- Bourdieu, P./Eagleton, Terry (1993) «Doxa y vida corriente» En: El cielo por asalto N° 5, Buenos Aires
- Brea, Guillermo (2014) "Empresarios y diseñadores, Un diálogo por construir". Recuperado en: <http://www.guillermobrea.com/escritos/empresarios-y-disenadores-un-dialogo-por-construir/>
- Calvera, Ana (1997) «La idea en diseño gráfico». En: Tipográfica N° 31, Buenos Aires
- Calvera, Anna. comp. (2003) Arte¿? diseño. Nuevos capítulos en una polémica que viene de lejos. Barcelona, GG.
- Calvino, Italo (1994) Las ciudades invisibles. Siruela, Madrid
- Carpintero, Carlos (2007) Sistemas de identidad. Sobre marcas y otros artificios. Buenos Aires: Argonauta
- Cassisi, Luciano (2006) "Marca y marca gráfica". Recuperado de [http://foroalfa.org/es/articulo/33/Marca\\_y\\_marca\\_grafica](http://foroalfa.org/es/articulo/33/Marca_y_marca_grafica)
- Cassisi, Luciano (2011) "¿Cómo definir el tipo marcario adecuado?" Recuperado de: <http://foroalfa.org/articulos/como-definir-el-tipo-marcario-adeecuado>
- Costa, Joan (1993) La imagen corporativa. CEAC, Barcelona
- Cassisi, Luciano (2016) "Las funciones de la marca gráfica". Foroalfa. Recuperado en: <https://foroalfa.org/articulos/las-funciones-de-la-marca-grafica>
- Cosgaya, Pablo (2011) "Nada personal" En: DNI, revista de diseño nacional e internacional, Buenos Aires, diciembre.
- Costa, Joan (1989) Imagen global. CEAC, Barcelona
- Chaves, Norberto (1988) La imagen corporativa. GG, Barcelona
- Chaves, Norberto (2001) El oficio de diseñar. Propuestas a la conciencia crítica de los que comienzan. Gustavo Gili, Barcelona.
- Chaves, Norberto; Belluscia, Raúl (2003) La marca corporativa. Gestión y diseño de símbolos y logotipos. Paidós, Buenos Aires.

- Chaves, Norberto (2005) El diseño invisible. Siete lecciones sobre la intervención culta en el hábitat humano. Paidós comunicación, Buenos Aires.
- Chaves, Norberto(2010) “La marca ¿vestimenta o disfraz?” Recuperado de: [http://www.norbertochaves.com/articulos/texto/la\\_marca\\_vestimenta\\_o\\_disfraz](http://www.norbertochaves.com/articulos/texto/la_marca_vestimenta_o_disfraz)
- Chaves, Norberto (2015) “El testeo de la marca corporativa”. Foroalfa. Recuperado en: <https://foroalfa.org/articulos/el-testeo-de-la-marca-corporativa>
- Chaves, Norberto (2016) “Las recetas en el diseño de marca”. Foroalfa. Recuperado en: <https://foroalfa.org/articulos/las-recetas-en-el-diseno-de-marca>
- Chaves, Norberto (2017) “Acerca de la calidad gráfica. El dilema de los criterios de evaluación de la calidad: ¿fórmulas o formación?” Recuperado en: <https://foroalfa.org/articulos/acerca-de-la-calidad-grafica>
- Cherny, Rubén (2007) “El instante creativo”. En: [http://foroalfa.org/es/articulo/74/El\\_instante\\_creativo\\_2](http://foroalfa.org/es/articulo/74/El_instante_creativo_2)
- Croci, Paula y Vitale, Alejandra (comp) (2000) Los cuerpos dóciles. Hacia un tratado sobre la moda. La marca, Buenos Aires.
- Debray, Régis (1994) Vida y muerte de la imagen. Historia de la mirada en occidente. Paidós, Barcelona
- Di Gioia, M. (1995) Envases y embalajes. Macchi, Bs. As.
- Dondis, D. A. (1976) La sintaxis de la imagen. GG, Barcelona.
- Ducrot, O. (1984) El decir y lo dicho. Hachette, Buenos Aires.
- Eagleton, Terry (1997) Las ilusiones del posmodernismo. Paidós, Buenos Aires.
- Elam, Kimberly (2005) Sistemas reticulares: principios para organizar la tipografía. Gustavo Gili, Barcelona
- Feill, Chalotte y Peter (2000) Diseño del siglo XX. Taschen, Koln.
- Fontana, R (2000) «Alemania, la marca», en: Tipográfica, N° 43, Buenos Aires.
- Foucault, Michel (1980) Microfísica del poder. La piqueta, Madrid.
- Foucault, Michel (2002) El orden del discurso. Tusquets, Barcelona.
- Glaser, Milton; Ilic, Mirko (2005) Diseño de protesta. Gustavo Gili, Barcelona.
- Gutiérrez, Martín (2011) “Marcas dinámicas”. Foroalfa. Recuperado en: <https://foroalfa.org/articulos/marcas-dinamicas>
- Heller, Steven e Ilic, Mirco (2004) Escrito a mano. Gustavo Gili, Barcelona.
- Jakobson, Roman (1985) Ensayos de lingüística general. Planeta, Barcelona.
- Jalluf, Zalma (2004) “Diseño. Diálogo de muchos” En: Tipográfica 64 p. 10, octubre, Buenos Aires.
- Jameson, Frederic (1995) El posmodernismo o la lógica cultural del capitalismo avanzado. Paidós, Barcelona.
- Joly, Martine (2000) Introducción al análisis de la imagen. La marca, Buenos Aires.
- Julier, Guy (2018) “¿El diseño puede ser activista? El desafío de enfrentar al neoliberalismo de un modo distinto”. En: Caiana. Revista de Historia del Arte y Cultura Visual del Centro Argentino de Investigadores de Arte (CAIA). No 12 | Primer semestre 2018, pp. 46-53.
- Kandinsky, Wassily (1975) Cursos de la Bauhaus. Alianza, Madrid, 1983.
- Kiaer, Christina (2009) “¡A la producción! los objetos socialistas del constructivismo ruso” Museu d’Art Contemporani de Barcelona (MACBA) y Servei de Publicacions de la Universitat Autònoma de Barcelona (UAB). Recuperado: <http://eipcp.net/transversal/0910/kiaer/es/print>
- Kerbrat Orecchioni, K. (1983) La connotación. Hachette, Buenos Aires.
- Kristeva, Julia (1981) Semiótica 2. Fundamentos, Madrid.
- Laclanche Boulé, Claude (2003) Constructivismo en la URSS: tipografías y fotomontajes. Barcelona: Campgrafic
- Ledesma, María (2003) El diseño gráfico, una voz pública. Argonauta, Buenos Aires.
- Ledesma, María y Paula Siganevich (comp) (2007) Piquete de ojo: visualidades de la crisis : Argentina, 2001-2003 FADU, Nobuko, Buenos Aires
- Ledesma, María (2013) “Cartografía del diseño social”, Vol 43, No 1, Anales IAA, Buenos Aires. Recuperado en: <http://www.iaa.fadu.uba.ar/ojs/index.php/anales/article/view/107/95>
- Ledesma, María; López, Mabel (comp.) (2018) Retóricas del diseño social. Wolkowicz editores, Buenos Aires.
- Leveratto, Luciana (1999) «Argencard en sistema», en: Tipográfica, N° 42, Buenos Aires.
- Lissitzky, El ([1927] 1967) “The Future of the Book” en New Left Review, enero/febrero (traducción: Eduardo Costa).

- Lupton, Ellen y Cole Phillips, Jennifer (2016) *Diseño gráfico: Nuevos fundamentos*. Barcelona: Gustavo Gili
- Marmorì, G. "Iconografía femenina y publicidad". Gustavo Gili, Barcelona.
- Marafioti y otros (comp) (2001) *Recorridos semiológicos*. Eudeba, Buenos Aires.
- Magariños de Morentín, Juan (1991) *El mensaje publicitario*. 2da. edición. Edicial, Buenos Aires.
- McQuiston, L. (1995) *Graphic Agitation 1*, Londres, Phaidon
- McQuiston, L. (2004) *Graphic Agitation 2. Social and Political Graphics in the Digital Age*, Londres, Phaidon, 2004.
- Memelsdorff, Frank (2011) *Estrategias y diseño. Diálogo entre empresas y diseñadores*. Wolkowicz editores, Buenos Aires.
- Miller, J. Abbott; Lupton, Ellen (2005) *El ABC de la Bauhaus y la teoría del diseño*. Gustavo Gili, Barcelona.
- Mitchell, W.J.T. (2003) "Mostrando el ver: una crítica de la cultura visual". En *Estudios visuales*, no. 1, nov. Akal; Madrid.
- Moles, Abraham; Wahl, Eberhard (1982) «Kitsch y objeto». En: *El análisis estructural*. Ceal, Buenos Aires.
- Montagn, Pimentel, Groisman (2004) *Cultura digital*. Paidós, Buenos Aires.
- Mukarovsky, Jan (1997) *Escritos de estética y semiótica del arte*. Gustavo Gili, Barcelona.
- Paris Clavel, Gerard (1997) *Entrevista en revista Tipográfica*. Buenos Aires
- Parret, H., Ducrot, O. (1995) *Teorías lingüísticas y enunciación*. Ofic. de Publ. de CBC, UBA. Buenos Aires
- Parret, H. (1993) *Semiótica y pragmática*. Edicial, Buenos Aires.
- Pelta, Raquel (2004) *Diseñar hoy. Temas contemporáneos de diseño gráfico*. Ediciones B, Barcelona.
- Peninou, G. (1976) *Semiótica de la publicidad*. Gustavo Gili, Barcelona.
- Pibernat i Domenech, Oriol (1990) «La marca». En: *Tipográfica N° 11 y 12*, Buenos Aires.
- Poynor, Rick (2003) *No más normas. Diseño gráfico posmoderno*. Gustavo Gili, Barcelona.
- Pujol, Mónica (2007) "Diseñando espacios de sentido"  
[http://foroalfa.org/es/articulo/8/Disenando\\_espacios\\_de\\_sentido](http://foroalfa.org/es/articulo/8/Disenando_espacios_de_sentido).
- Prieto, Luis (1967) *Mensajes y señales*. Seix Barral, Barcelona.
- Pró, Maite (2003) *Aprender con imágenes: incidencias y uso de la imagen en las estrategias de aprendizaje*. Paidós, Buenos Aires.
- Ricoeur, Paul (1977) *La metáfora viva*. Megápolis, Buenos Aires.
- Ries A. y Trout, J. (1990) *Posicionamiento*. Tesis, Bs. As.
- Romero, Daniel (1992) «Competencia comunicativa». Apunte para la Cátedra Lengua II Fac. de Humanidades, UNLP
- Samara, Timothy (2004) *Diseñar con o sin retícula [versión castellana Mela Dávila]* Gustavo Gili, Barcelona
- Sarlo, Beatriz (1994) *Escenas de la vida posmoderna*. Ariel, Buenos Aires.
- Sarlo, Beatriz (2009) *La ciudad vista. Siglo veintiuno*, Buenos Aires.
- Schmucler, Héctor (1997) *Memoria de la comunicación*. Biblos, Buenos Aires.
- Saussure, Ferdinand (1986) *Curso de lingüística general*. Losada, Buenos Aires.
- Semprini, A. (1995) *El marketing de la marca*. Paidós, Barcelona.
- Sexe, Néstor (2001) *Diseño.com*. Paidós, Buenos Aires.
- Siganevich, Paula; Nieto, María Laura (2017) *Activismo Gráfico, conversaciones sobre diseño, arte y política*. Wolkowicz editores, Buenos Aires.
- Sonsino, S. (1990) *Packaging. Diseño, materiales y tecnología*. GG, Barcelona.
- Spoerhase, Carlos (2017) "¿Más allá del libro?" *New left review* 103, pp. 91-104 marzo-abril
- Stalman, A. (2014) *Brandoffon. El branding del futuro* Barcelona: Planeta
- Torres Fernández, Inmaculada (2015) *Diseño crítico: de la transgresión a la autonomía*. Centri Universitari de Diseny i art de Barcelona.
- Tschichold, Jan (2002) *El abecé de la buena tipografía / Jan Tschichold; traducido por Esther Monzó*. Campgràfic, Valencia.
- Tschichold, Jan (2003) *La nueva tipografía: manual para diseñadores modernos / Jan Tschichold; traducido por María Teresa Albero y Estela Marqués; introducción de Josep M. Pujol*. Campgràfic, Valencia.
- Verón, Eliseo (2004) *Fragmentos de un tejido*. Gedisa, Buenos Aires.

Vidable, Daniel (comp) (2016) Espacio social y espacio simbólico. Territorios del diseño. Buenos Aires: Wolkowicz editores

Voloshinov, Valentin 'El discurso en la vida y el discurso en la poesía'. Trad. Jorge Panesi, UNLP, Fac. de Humanidades -Letras.

Wojciechowski, Gustavo (2002) Tipografía, poemas polacos. Argonauta, Buenos Aires.

Wheeler, Alina (2013) Diseño de marcas. Anaya, Colección de diseño, Barcelona.

Winkler, Dietmar (1998) "Más allá del modelo de la Bauhaus" En: Revista Tipográfica N° 32, pp 10-17. Buenos Aires.

Zimmerman, Yves (2010) "De lo adecuado y lo bello". <http://zimmermann-a.com/es/blog-es/articulos/de-lo-adecuado-y-bello/>

BIBLIOGRAFÍA GENERAL DE LA CATEDRA C

- Aicher, O. y Krampen (1979) *Sistemas de signos en la comunicación visual*. Gustavo Gili, Barcelona
- Aicher, O. (1994) *El mundo como proyecto*. Gustavo Gili, Barcelona
- Aicher, Otl (2001) *Analógico y digital*. Gustavo Gili, Barcelona
- Austin, J. (1982) *Cómo hacer cosas con palabras*. Paidós, Barcelona
- Berman, Marshall (1988) *Todo lo sólido se desvanece en el aire*. Siglo XXI, Madrid
- Benjamin, Walter (1976) «El París del Segundo Imperio en Baudelaire». En *Iluminaciones II*, Taurus, Madrid.
- Benveniste, Emile (1979) «De la subjetividad en el lenguaje» En: *Problemas de lingüística general*. Siglo XXI, México
- Bonsiepe, Gui (1999) *Del objeto a la interfase*. Infinito, Buenos Aires
- Busquet, L. (1977) *Para leer la imagen*. Publicaciones ICE, Madrid
- Bourdieu, Pierre «L'économie des échanges linguistiques», en *Langue française* 34
- Bourdieu, Pierre (1995) *Respuestas por una antropología reflexiva*. Grijalbo, México
- Bourdieu, Pierre (1988) *Cosas dichas*. Gedisa, Buenos Aires
- Bourdieu, Pierre (1980) «El mercado lingüístico» en: *Questions de sociologie*. Ed. de Minuit, París. Trad. Mabel Piccini, Carrera de Com. Soc. UAM
- Bourdieu, Pierre (1985) *¿Qué significa hablar?* Akal, Madrid
- Bourdieu, P./Eagleton, Terry (1993) «Doxa y vida corriente» En: *El cielo por asalto* N° 5, Buenos Aires
- Canosa, L., Duran, N., Matas, J. y PAU, L. (1983) *Imagen gráfica de la señalización exterior*. México:UAM-Az
- Costa, J. (1989) *Señalética*. CEAC. S.A. Barcelona
- Cross, E., Elliot, D., Roy, R. (1980) *Diseñando el futuro*. Gustavo Gili, Barcelona
- De Fleur, M. L. Ball, Rockeach (1993) *Teoría de la comunicación de masas*. Paidós, Barcelona
- Diethlm, W. (1976) *Signo, símbolo y señal*. ABC Zurich
- Ducrot, O. (1984) *El decir y lo dicho*. Hachette, Buenos Aires
- Eagleton, Terry (1997) *Las ilusiones del posmodernismo*. Paidós, Buenos Aires
- Eco, U. (1988) *La estrategia de la ilusión*. Lumen, Buenos Aires
- Eco, U. (1976) *Signo*. Labor, Barcelona
- Eco, U. (1976) *Tratado de semiótica general*. Lumen, Barcelona
- Entel, A. (1996) *La ciudad bajo sospecha*. Lumen, Buenos Aires
- Findler, R. (1998) *Mediamorfosis. Comprender los nuevos medios*. Granica, Barcelona
- Floch, J. M. (1988) *Semiótica, marketing y comunicación*. Infinito, Barcelona
- Follis, J. y HAMMER, D. (1979) *Architectural signing and graphics*. Billboard Publications, Nueva York
- Foster, G. (1964) *Las culturas tradicionales y los cambios tecnológicos*. Fondo de cultura económica, México
- Fontana, R. (1996) *Pensamiento tipográfico*. Edicial, Buenos Aires
- Frascara, J. (1996) *Diseño gráfico y comunicación*. Infinito, Buenos Aires
- Frascara, J. (1997). *Diseño gráfico para la gente*. Infinito, Buenos Aires
- Foucault, Michel (2002) *El orden del discurso*. Tusquets, Barcelona.
- Frutiger, A. (1981) *Signos, símbolos, marcas, señales*. GG, Barcelona
- García Canclini, N. (1997). *Imaginario urbanos*. Eudeba, Buenos Aires
- García Canclini, N. (1999). *La globalización imaginada*. Paidós, Buenos Aires
- Gonzalez Ruiz, G. Y Shakespear. R. (1971) *Sistema de señales urbanas*. Municipalidad de Buenos Aires. Buenos Aires: Banco de la Ciudad de Buenos Aires
- Gombrich, E. H. (1987) *La imagen y el ojo*. Alianza, Madrid
- Gombrich, E. H., Hochberg, J.; Black, M. (1996) *Arte percepción y realidad*. Paidós, Barcelona
- Groupe U. (1993) *Tratado del signo visual, para una retórica de la imagen*. Cátedra, Madrid
- Gubern, R. (1999) *Del bisonte a la realidad virtual, la escena y el laberinto*. Barcelona: Anagrama
- Gubern, R. (1994) *La mirada opulenta. Exploración de la iconosfera contemporánea*. G. G. Barcelona
- Gubern, R. (1997) *Medios icónicos de masas*. Historia 16, Madrid
- Hoffman, D. (2000) *Inteligencia visual. Cómo creamos lo que vemos*. Paidós Transiciones, Barcelona
- Jameson, Frederic (1995) *El posmodernismo o la lógica cultural del capitalismo avanzado*. Paidós, Barcelona
- Jowett, Garth (1992) «Imágenes de largo alcance». En: Williams, Raymond, ed. *Historia de la comunicación* vol. 2. Paidós, Barcelona
- Kanizsa, G. (1988) *Gramática de la visión, percepción y pensamiento*. Paidós comunicación, Barcelona
- La Ferla, J. y Groisman M. (1999) *El medio es el diseño. Estudios sobre la problemática del diseño y su relación con los medios de comunicación*. EUDEBA, Buenos Aires

- Lynch, K. (1984) La imagen de la ciudad. G.G., México
- Maldonado, T. (1972) Ambiente humano e ideología. Nueva Visión, Buenos Aires
- Meggs, P. (1991) Historia del Diseño Gráfico. Trillas, Madrid
- Masotta, O. (1986) Lecciones de introducción al psicoanálisis. Gedisa, Buenos Aires
- Moles, A. Costa, J. (1999) Publicidad y diseño. Infinito, Buenos Aires
- Moles, Abraham; Wahl, Eberhard (1982) «Kitsch y objeto». En: El análisis estructural. Ceal, Buenos Aires
- Montagn, Pimentel, Groisman (2004) Cultura digital. Paidós, Buenos Aires
- Mukarovsky, Jan (1997) Escritos de estética y semiótica del arte. Gustavo Gili, Barcelona
- Munari, B. (1983). ¿Cómo nacen los objetos?, apuntes para una metodología proyectual. Gustavo Gili, Barcelona
- Müller-Brockman, J. (1998) Historia de la comunicación visual. Gustavo Gili, Barcelona
- O' Donell, James (2000) Avatares de la palabra. Paidós, Buenos Aires
- Parret, H. (1995) De la semiótica a la estética. Edicial, Buenos Aires
- Pelta, Raquel (2004) Diseñar hoy. Temas contemporáneos de diseño gráfico. Ediciones B
- Peninou, G. (1976) Semiótica de la publicidad. Gustavo Gili, Barcelona
- Pignatari, Décio (1977) Información, lenguaje y comunicación. Gustavo Gili, Barcelona
- Puig, A. (1979) Sociología de las formas. Gustavo Gili, Barcelona
- Ricard, A. (1982) Diseño ¿por qué? Gustavo Gili, Barcelona
- Rock, I. (1985) La percepción. Prensa científica S.A., Barcelona
- Ruder, E. (1983) Manual de diseño tipográfico. Gustavo Gili, Barcelona
- Sanz, J. C. (1996) El libro de la imagen. Alianza, Madrid
- Sarlo, Beatriz (1994) Escenas de la vida posmoderna. Ariel, Buenos Aires
- Schmucler, Héctor (1997) Memoria de la comunicación. Biblos, Buenos Aires
- Schnaith, N. (1988) «Los códigos de la percepción del saber y de la representación de una cultura visual» en Tipográfica, Volumen 4. Buenos Aires: Ediciones de Diseño, abril de 1988, pp. 27 - 29
- Satué, E. (1988) El diseño gráfico desde sus orígenes hasta nuestros días. Alianza, Madrid
- Swann, A. (1994) Diseño y marketing. Gustavo Gili, Barcelona
- Vílches, L. (1995) La lectura de la imagen: prensa cine y televisión. Paidós Comunicación, Barcelona
- Villafañe, J. (1998) Introducción a la teoría de la imagen. Pirámide S.A., Madrid
- Voloshinov, Valentin (1992) 'El discurso en la vida y el discurso en la poesía'. Trad. Jorge Panesi, UNLP, Fac. de Humanidades, La Plata
- Wilensky, A. (1986) Marketing estratégico. Tesis, Buenos Aires
- Zántoyi, M. (1998) Aportes a la estética. Desde el arte y la ciencia del siglo XX. La marca, Buenos Aires
- Zunzunegui, S. (1992) Pensar la imagen. Cátedra: Universidad del País Vasco. Signo e imagen, Madrid

Prof. Mercedes Filpe  
 Prof. Sara Guitelman  
 2022