

Técnico Superior en Gráfica Publicitaria

Escuela Superior de Artes Gráficas y Diseño de Vigo (ESAPVIGO)

Tlf.: +34 986 251 511 www.esapvigo.com e-mail: info@esapvigo.com

Familia profesional: Artes Plásticas y Diseño Gráfico.

Título LOGSE . Centro autorizado MEC: 19/10/2012

Duración del ciclo formativo:

Dos cursos académicos. Total 2.000 horas lectivas
incluida la Formación en Centros de Trabajo (FCT)

PLAN DE FORMACIÓN

MÓDULOS PROFESIONALES:

- Técnicas de expresión gráfica (225 horas)
- Teoría de la Imagen Publicitaria (95 horas)
- Tipografía (65 horas).
- Proyectos de gráfica publicitaria (315 horas).
- Cultura y sociedad contemporánea (65 horas).
- Medios Informáticos (135 horas).
- Horas libre disposición del centro (65 horas)
- Historia de la imagen gráfica (65 horas).
- Fotografía (200 horas).
- Técnicas gráficas industriales (65 horas).
- Formación y orientación laboral (65 horas).
- Proyecto Integrado (170 horas).
- Proyecto Final (190 horas).
- Formación práctica en empresas (105 horas)

¿Salidas Profesionales?

SALIDAS PROFESIONALES

- Diseñador de productos gráficos publicitarios
- Realizador de aplicaciones vinculadas a la comunicación gráfica: vallas, expositores, anuncios, carteles...
- Realizador de artes finales para impresión
- Director de Arte
- Creativo
- Coordinador de realización
- Grafista experto en tipografía y rotulación
- Colaborador gráfico en equipos publicitarios

SALIDAS ACADÉMICAS

- Cursos de especialización profesional.
- Otro Ciclo de Formación Profesional de Grado Superior con la posibilidad de establecer convalidaciones de módulos de acuerdo a la normativa vigente.
- Acceso a estudios universitarios, teniendo en cuenta la nota media de los dos cursos y con la convalidación marcada de la legislación en créditos de los correspondientes estudios.

**Escuela Superior de Artes Gráficas y Diseño de Vigo
(ESAPVIGO)**

www.esapvigo.com

TÉCNICAS DE EXPRESIÓN GRÁFICA

- Instrumentos, materiales y técnicas básicas.
- Análisis y representación de formas simples y complejas.
- El espacio compositivo. La composición, su valor expresivo. Equilibrio, tensión, peso, dirección, espacio, espacio físico, espacio perceptual.
- La representación de la luz, el claro-oscuro, dibujo a mancha. Apunte de lo natural.
- La línea, el contorno, el trazo y su expresividad y comunicación.
- Técnicas de expresión gráfica tradicionales directas sobre el soporte como carbón, pasteles, lápiz, pluma de tinta, rotuladores, bolígrafos .
- Técnicas de expresión gráfica tradicionales aplicadas con pinceles como gouche, acrílicos, acuarelas y tintas.
- Técnicas gráficas experimentales con collage, copy art, técnicas mixtas, fotomontaje.
- Principios básicos de ilustración.
- Experimentación con técnicas mixtas recientes como el collage y el copy art, sobre diferentes soportes y formatos apropiados.
- Observación analítica de las formas.
- Predisposición a la abstracción de líneas y contornos del dibujo, y evidencia y representación del espacio y las luces.
- Correcto empleo de los materiales, en su uso general y como recurso expresivo.
- Interés por la consecución de soluciones innovadoras.
- Valoración de la importancia de las nuevas técnicas incorporadas a su disciplina, así como las tradicionales y a experimentadas.
- Importancia del contexto.
- Estudio de los mensajes visuales en los diferentes niveles. Bases para el análisis retórico: mecanismos y figuras.
- Persuasión y comunicación.
- Identificación y comprobación de las leyes gestálticas en imágenes.
- Análisis de los mensajes visuales elementales.
- Interpretación, a nivel retórico, de mensajes fotográficos y publicitarios, precisando los campos semánticos de los elementos participantes, e identificación de los aspectos coincidentes y de las figuras existentes.
- Distinción de unidades básicas del alfabeto visual en las imágenes y mensajes que recibimos.
- Valoración del proceso perceptivo como fuente generadora de la memoria y el pensamiento visual.
- Actitud abierta y positiva hacia la experimentación con las bases perceptivas teóricas.
- Interés por comprender la naturaleza y funciones de la imagen como paso previo al aprendizaje de los procesos de análisis
- Actitud receptiva y crítica a la hora de abordar la metodología de análisis procedente de distintos desarrollos teóricos.
- Interés por la consecución de soluciones innovadoras.
- Precisión, orden y rigor en la realización de los proyectos.

CULTURA Y SOCIEDAD CONTEMPORÁNEA

TEORÍA DE LA IMAGEN PUBLICITARIA

- El proceso perceptivo.
- Teoría de la Gestalt y otros desarrollos teóricos complementarios.
- Concepto de imagen. Imagen: definición y clasificación. Etimología y funciones
- Comunicación e información: de la decodificación a la codificación. Semiología, semántica, sintáctica, pragmática.
- Semiótica de las mensajes visuales. El signo icónico. Plano de la expresión y plano del contenido. Detonación y connotación.
- La revolución americana y francesa, cambio social y económico. Las incipientes instituciones democráticas. J.J. Rousseau.
- La revolución industrial. Parlamentarismo y revolución. Hegel. Marx. La sociedad compartimentada. El progreso de las ciencias.
- Los procesos de unificación política en Europa.
- El naturalismo de Zola. El romanticismo literario. La ruptura con los modelos narrativos tradicionales.
- La psicología experimental. La teoría de la relatividad de Einstein. Nietzsche.
- Los «ismos» y las vanguardias históricas de principios de siglo.
- La Primera Guerra Mundial y la nueva orden internacional.
- La revolución soviética y la ascensión del

autoritarismo en Europa.

- La gran depresión económica de 1929 y la política del New Deal. La guerra civil española.
- La Segunda Guerra Mundial y sus consecuencias mundiales. La emigración de talentos europeos a EE.UU.
- La cultura de masas y la escuela crítica de Frankfurt.
- La «guerra fría». La revolución china.
- La literatura después de la Segunda Guerra Mundial.
- Descolonización e imperialismo político y económico. Las empresas multinacionales.
- Sociología de la cultura y nuevos valores sociales.
- Mayo del 68 y el cambio cultural. H. Marcuse.
- Sistema y estructura. Nuevos modelos de análisis. La era de la economía liberal transnacional.
- La caída del socialismo real. El diálogo Norte-Sur.
- Las nuevas tecnologías de la información y la sociedad. Mc Luham, Levi Strauss.
- Corrientes culturales de actualidad. «El fin de la historia». La sociedad del siglo XXI.
- Utilización de forma crítica de las fuentes y de material histórico-gráfico diverso.
- Distinción entre opiniones, hechos, juicios y perjuicios.
- Análisis de las repercusiones de la historia en la literatura.
- Valoración de las imágenes visuales escogidas para traducir e interpretar el transcurso de la historia universal.
- Posibilidades de conexión con diferentes instituciones socioculturales.
- Interés por conocer las causas y efectos de los acontecimientos históricos.
- Participación en la comunicación y exposición correcta de comentarios sobre los temas propuestos.
- Valoración crítica, de las interpretaciones subjetivas comunes en la crónica histórica.
- Respeto por las sociedades con diferentes formas de vida, valorando sus singularidades y relativizando los valores culturales y sociales con relación a los nuestros.

figurativas y protografismos hasta los alfabetos y representaciones fonográficas.

- Caligrafía y rotulación: procedimientos y orientaciones básicas, evolución de las diferentes técnicas y utensilios y su vinculación con las grandes familias caligráficas.
- La tipografía. Relación caligrafía-tipografía. Las grandes familias tipográficas. Revisión del panorama actual.
- El carácter tipográfico: la identidad de las letras (partes) su morfología, descripción y características del tipo.
- Atributos, connotaciones, y semántica de la tipografía.
- La legibilidad: ergonomía y reglas básicas.
- Los textos: sistemas de medida, medición de textos.
- Compaginación de textos: arquitectura gráfica, tradición y vanguardia. Sistemas reticulares de composición de la página.
- El diseño editorial: diseño de revistas y publicaciones periódicas, el libro, otros tipos de publicación.
- Desarrollo de las técnicas de composición de tipos e Impresión. De la linotipia a la fotocomposición. Introducción de los sistemas digitales. Panorama actual.
- Atención a los grafismos espontáneos, la rotulación y la caligrafía aplicando técnicas y orientaciones básicas.
- Experimentación del valor comunicativo de la tipografía para enfatizar un mensaje verbal.
- Experimentación mediante elementos figurativos de su relación visual con el carácter tipográfico.
- Sistemas de compaginación de textos y arquitectura gráfica: elementos básicos como el párrafo, el interlineado, el ancho de la columna y su orientación.
- Elaboración de un alfabeto tipográfico empleando técnicas gráficas de mesa y/o sistemas informáticos.
- Valoración de la importancia de la letra y de la tipografía en el contexto del diseño gráfico publicitario.
- Interés por distinguir las diferentes familias y agrupaciones para un correcto estudio de la tipografía.
- Interés por asimilar la terminología propia, tanto en los aspectos formales de la tipografía, como en los medios técnicos empleados en su elaboración o su posterior edición en imprenta.

TIPOGRAFÍA

- Origen y evolución de los caracteres. El desarrollo de la escritura: de las escrituras

FOTOGRAFÍA

- El proceso fotográfico.
 - La cámara oscura.
 - La cámara fotográfica. Sus elementos.
 - El objetivo: distancia focal, profundidad de campo, perspectiva.
 - El obturador: la escala de velocidades y su uso.
 - El diafragma: luminosidad y escala de número f.
 - Profundidad de campo. Ley de reciprocidad.
- La medición de la luz. Uso del fotómetro.
 - El material sensible en blanco y negro: clasificación y características esenciales.
 - El revelado en blanco y negro. Los productos químicos. Los procesos y técnicas especiales.
 - Positivado en blanco y negro. La ampliadora: tipos y manejo. El papel de ampliación.
 - La iluminación artificial. La fotografía de estudio.
 - Técnicas de positivado. Las manipulaciones creativas (quemados, solarizaciones, tramados, virados coloreados, fotomontajes, collages, posterizaciones, etc.).
 - Técnicas específicas. Los procesos artesanales. El sistema polaroid.
 - La fotografía en color: el material sensible, concepto de temperatura de color. El positivado en color. Las correcciones de color.
 - Técnicas creativas con material en color.
 - Técnicas mixtas. Electrografía y fotografía digital.
 - Retoque y manipulación de fotografías digitales
 - La fotocopiadora en color.
 - Aplicación correcta de los medios técnicos necesarios para la realización de diferentes fotografías.
 - Diferenciación entre diafragma y obturador, y su utilización en las diferentes necesidades de la práctica.
 - Utilización correcta de la profundidad de campo.
 - Presentación, con medios audiovisuales, de la información concerniente a los medios que se utilicen, con el fin de facilitar el aprendizaje relativo a las diferentes cámaras de fotografía.
 - Manejo de una cámara réflex de 35 mm y medio formato.
 - Revelado de negativos en blanco y negro y positivado en blanco y negro.
 - Manipulación de cada uno de los medios técnicos necesarios para la correcta elaboración de la fotografía.
 - Identificación y manipulación de una cámara técnica.
 - Elección y control de la iluminación, y medición de la luz incidente y reflejada.
 - Utilización de medios informáticos para el tratamiento de imágenes.
- Consciencia de la realidad profesional y de la necesidad de aprender los aspectos técnicos del medio.
 - Responsabilidad en el uso del material fotográfico.
 - Valoración de la importancia de las nuevas técnicas en el campo técnico-artístico y plástico.
 - Autoexigencia en el cumplimiento de los plazos previstos.

TÉCNICAS GRÁFICAS INDUSTRIALES

- Fotomecánica:
 - Introducción general: análisis del original, del original a la película. La fotografía y la reproducción de ilustraciones. Diferentes tipos de material fotográfico.
 - Tipos de originales: de línea, de tono continuo, de tramas mecánicas, tramas especiales, uso de la trama de inclinación; liniatura.
 - Selección de color, libro de gamas, sistema pantone, corrección de color, sistema UCR, color plano.
 - La cámara: tradicionales (horizontal e vertical).
 - P.M.T. Sistema copyproof.
 - Fotocomposición: óptico mecánica. CRT y Láser.
 - Fotomecánica digital: procedimientos y material necesario. Programas habituales en el control del proceso. Fotomecánica Postscript.
 - Escáneres planos y de tambor. Particularidades. Del punto al pixel. Programas habituales en la corrección y empleo de imágenes obtenidas con escáner digital.
 - Sistemas de pantallas (Croosfeid/Scitexchell).
- Procesos de impresión:
 - Offset: tipos de planchas, emulsionado de las planchas, planchas negativas y positivas, tratamiento de planchas, procesado y retoque, prensa de impresión, hojas sueltas y papel continuo.
 - Sistemas de control de las prensas, ventajas e inconvenientes. Papel y tinta. Área de aplicación.
 - Fotograbado industrial: el cilindro, la matriz de fotograbado, preparación de la matriz, las prensas de impresión en hueco y la rotativa. Ventajas e inconvenientes. Papel y tinta en la impresión en hueco. Área de aplicación.
 - Serigrafía: origen, historia y evolución. Área de aplicación.
 - Prensas de impresión: manuales y automáticas, ventajas e inconvenientes.
 - Métodos de clisado, emulsiones. Insolado de pantallas y revelado. Tintas, soportes y rasquetas. Impresión y secado. Limpieza y recuperación de

pantallas.

-Seguridad e higiene en el taller de impresión.

- Iniciación a la práctica para reproducción de originales.
- Elaboración de un proceso de trabajo para llegar a la obtención de originales.
- Utilización de diferentes procedimientos, instrumentos y técnicas que puedan llevar a la realización de originales.
- Grabado de pantallas a partir de distintos procedimientos.
- Utilización correcta de todos los medios existentes en el taller.
- Elaboración de proyectos y propuestas de diseño que se ajusten en cada caso a los medios disponibles de impresión.

- El cómic y el cartel al servicio de la comunicación y de la propaganda política y publicitaria.
- Desarrollo de mercados, agencias y métodos publicitarios al servicio de una nueva estructura económica mundial. Principales diseñadores europeos del siglo XX.
- El mercado americano, principales agencias y estudios de diseño en EE.UU. del s. XX.
- Importancia de las principales escuelas de diseño centroeuropeas: Holanda, Suiza, Italia y Francia.
- La consolidación del estilo americano en el diseño gráfico y publicitario.
- Interpretación de ejemplos gráficos visuales claves a partir de fuentes y material histórico-gráfico diverso.
- Análisis de las influencias sucesivas del pasado al presente, evidenciándolas con imágenes y diapositivas.

HISTORIA DE LA IMAGEN GRÁFICA

- Asociación escritura-imagen: evolución de su manifestaciones en las culturas antiguas. Primeros signos y símbolos de significación.
- Símbolo e iconografía en el cristianismo y su trascendencia para la cultura visual de la Edad Media. La miniatura y su evolución estilística; técnicas y tendencias del pasado. Representaciones eclesiásticas y laicas.
- Arte y humanismo. La tipografía y el diseño tipográfico. El arte de imprimir y la difusión de las técnicas del grabado: grandes maestros.
- La estética del Barroco y Rococó y su expresión en la Ilustración. Avances técnicos del siglo XVIII relacionados con el libro y la ilustración: trascendencia social y cultural. Prensa y publicidad.
- Consecuencias de la revolución industrial y de la revolución francesa. La publicidad en las nuevas ciudades. Prensa, cartel, anuncios comerciales: evolución y difusión en el siglo XIX.
- Movimientos renovadores del fin del siglo XIX: la consolidación del Modern Style y del Arts & Crafts.
- El grabado y la fotografía. Aparición del cine.
- La estética Art-Nouveau: sus aportaciones a la ilustración y al diseño gráfico; representantes europeos y americanos.
- Alemania: del Jugendstil al Werkbund Institut.
- La influencia de las vanguardias artísticas de principios de siglo en la publicidad y el diseño gráfico.
- Bauhaus : aportaciones del diseño gráfico y la tipografía.
- La Nueva Tipografía: Jan Tschichold.

PROYECTOS DE GRÁFICA PUBLICITARIA

- El diseño gráfico como comunicación visual.
- Valores visuales básicos comunicativos, informativos y persuasivos de la imagen en la gráfica publicitaria.
- Principales enfoques metodológicos para la resolución de problemas gráficos.
- Técnicas y organización del trabajo.
- El color en la publicidad y el diseño gráfico: interacción del color. Equilibrio y contraste cromático. Subjetividad, simbología y connotaciones del color.
- Los procedimientos retóricos del cartel.
- Arquitectura gráfica: organización y jerarquía de los distintos elementos del impreso. El espacio formato. Relaciones estructurales. Sistemas reticulares de composición. Papeles para impresión.
- Gráfica del contorno: rótulos, stands, exposiciones. Señalética. Relaciones espaciales.
- La marca y la comunicación integral del producto. Diseño y marketing.
- Diseño de envases y embalajes.
- Diseño de imagen y identidad corporativa, empresarial e institucional. Soportes de comunicación gráfica bidimensional: papelería, ediciones, y displays.
- El proyecto gráfico publicitario. Relaciones interdisciplinarias y aspectos económicos.
- Consecución de un perfecto dominio de las técnicas instrumentales.

- Consecución de sintaxis de la imagen en procesos de abstracción.
- Interés por conseguir nuevas soluciones gráficas.
- Valoración equilibrada de los aspectos técnicos, económicos, estéticos y sociales en los proyectos.
- Sensibilidad ante cualquier tipo de respuesta plástica.
- Responsabilidad en las diferentes fases de realización de un proyecto encomendado: planificación, fases de ejecución.

MEDIOS INFORMÁTICOS

- Introducción a la informática. Descripción, principios y funcionamiento.
- Sistemas operativos. Gestión de archivos.
- Ordenadores personales, partes internas y periféricos. Dispositivos de entrada y salida.
- Introducción al diseño gráfico asistido por medios informáticos. Dibujo vectorial y mapas de bits.
- Tratamiento de diseño e ilustración: aplicaciones de dibujo vectorial.
- Organización a través de capas, reglas, y agrupación de elementos.
- Utilidades intermedias: compresión y descompresión de archivos. Fragmentación.
- Tratamiento y edición de imágenes. Captura de imágenes por medios digitales. Uso del escáner.
- Procesadores de texto y autoedición. Aplicaciones de ensamblaje y maquetación. Preparación de originales para impresión.
- Técnica de dibujos animados. Software de animación 2D. Construcción de animación.
- Técnica de animación en 3D. Mapeados, fractales y acabados finales.
- Volcados a diferentes soportes.
- Análisis y diferenciación de los distintos elementos que componen los medios informáticos.
- Utilización de los distintos contornos operativos.
- Observación y análisis de diferentes composiciones plásticas elaboradas a través de medios infográficos.
- Diferenciación de los distintos dispositivos de entrada y salida de imágenes.

PROYECTO INTEGRADO: GRÁFICA PUBLICITARIA

- Los proyectos globales de imagen. Principios para el diseño de programas de identidad: simbólico, estructural, sinérgico, y de universalidad.
- La imagen corporativa: denominación, identificación y función. Elementos básicos indispensables que integran un proyecto.
- Metodología, estrategias y elaboración.
- Aplicaciones concretas: comunicación interior, elementos indispensables para dotar de carácter y personalidad una empresa.
- La imagen institucional: identidad e imagen en los servicios públicos.
- Aplicaciones concretas para una comunicación exterior que potencie una imagen de identidad: promociones, mailing, publicidad de eventos, folletos informativos y otras comunicaciones de carácter temporal, dependientes de una institución o empresa.
- Gráfica publicitaria en prensa. Estrategias, modelos y soluciones ante un posible encargo. Costes.
- Publicidad exterior. Modelos básicos: vallas, carteles, opis, letreros luminosos, banderines, emplazamientos en transportes, publicidad estática en estadios deportivos, y displays en puntos de venta. Materialización. Costes.
- Rediseño. Análisis y evaluación del encargo recibido. Estrategias.
- Relaciones cliente-agencia y/o publicista: claves para un pacto. Correcta presentación y exposición ante un cliente de trabajos planteados.
- Organización y dirección de equipos de trabajo gráfico y publicitario.
- Aplicación y perfeccionamiento de las técnicas instrumentales.
- Manipulación de las formas, imágenes y textos con sentido creativo, adquiriendo las destrezas básicas para poder comunicar correctamente sus ideas.
- Realización de soluciones representadas bidimensionalmente y tridimensionalmente a problemas gráficos propuestos.
- Consecución de sintaxis de la imagen en procesos de abstracción.
- Interés por conseguir nuevas soluciones gráficas.
- Valoración equilibrada de los aspectos técnicos, económicos, estéticos y sociales en los

proyectos.

- Sensibilidad ante cualquier tipo de respuesta plástica.
- Responsabilidad en las diferentes fases de realización de un proyecto encomendado: planificación, fases de ejecución, etc.

FORMACIÓN Y ORIENTACIÓN LABORAL

*Comunes:

- El marco jurídico de las relaciones laborales: Estatuto de los trabajadores y reglamentación específica del sector.
- Localización de la normativa aplicable en materia de seguridad tanto para la empresa como para los trabajadores
- Condiciones de trabajo y seguridad. Medidas de prevención y protección. Primeros auxilios.
- El proceso de búsqueda de empleo. El trabajo asalariado, en la Administración y por cuenta propia. La empresa social.
- Organismos e instituciones, autonómicos, nacionales y comunitarios, que prestan asesoramiento a la inserción laboral. Ayudas económicas a la iniciativa empresarial.
- Conceptos básicos de economía y mercadotecnia.
- Iniciativas para el trabajo por cuenta propia: el plan de empresa, plan de viabilidad, tipos de empresas, constitución de una empresa.
- La empresa: su funcionamiento económico. Obtención de recursos. Organización de la producción y comercialización de sus productos. Interpretación del estado de cuentas anuales. Obligaciones jurídicas y fiscales.

* Derecho específico:

- Protección al diseño: propiedad intelectual. Registro de la propiedad intelectual. Entidades de gestión. La propiedad industrial. Los modelos y dibujos industriales y artísticos. Registro y procedimiento registral.
- La protección internacional de las innovaciones.
- Los signos distintivos: marca, rótulo y nombre comercial.
- Información sobre normas técnicas. Centros y asociaciones de investigación y desarrollo de la industria.

TITULACIONES OFICIALES M.E.C.D.

Formación Profesional Específica.

Ciclos Formativos de GRADO MEDIO (*).

- Técnico en Video Disc-Jockey y Sonido.
- Técnico en Pre-impresión Digital.
- Doble Titulación: Téc. en Video Disc-Jockey y Sonido y Téc. Experto en Fotografía.

Ciclos Formativos de GRADO SUPERIOR (*).

- Técnico Superior en Sonido para Audiovisuales y Espectáculos.
- Técnico Superior en Iluminación, captación y tratamiento de la Imagen.
 - Técnico Superior en Realización de Audiovisuales y Espectáculos.
- Técnico Superior en Producción de Audiovisuales, Radio y Espectáculos.
 - Técnico Superior en Maquillaje y Caracterización.
- Técnico Superior en Animación 3D, Juegos y Entornos Interactivos.

Formación Profesional en Artes Plásticas y Diseño Gráfico (*).

- Técnico Superior en Fotografía Artística.
- Técnico Superior en Gráfica Publicitaria.

(*) **Infórmate de los requisitos de acceso y BECAS propias y del MECD.**

• Redes Sociales:

- **Youtube**
<http://www.youtube.com/user/eisvigo>
- **Soundcloud**
<https://soundcloud.com/eisv-vdj>
- **Facebook:**
escueladeimagenysonidodevigo
- **Twitter:**
@eisvigo

• Blogs y Plataformas Oficiales:

- <http://eisvimagen.blogspot.com.es>
- <http://fotoartvigo.blogspot.com.es>
- <https://ideasfotograficas.wordpress.com>
- **Fantasio** | Plataforma Audiovisual
<http://www.fantasio.es>
- **EisvMusic** | Concurso Musical
<http://www.eisvmusic.com>

www.eisv.net
informacion@eisv.net

www.esapvigo.com
info@esapvigo.com

T. 986 378 467

EISV | ESAP. Avda. del Puente nº80. Cabral.
36318 Vigo. Pontevedra. Galicia. España.
coordenadas navegador GPS (42.21675, -8.67078)

