Universidad de los Andes

DISE-2607 / TIPOGRAFÍA EXPERIMENTAL/ 2015 . 1

Hora y Lugar
Jueves de 2.00 - 5.00 pm, S1-102

Profesor
Annelie Franke . afranke@uniandes.edu.co
Franchesca Diaz . mf.diaz629@uniandes.edu.co

Intensidad
3 Créditos, 3 horas de clase, 6 horas de trabajo por fuera en la semana

Dirigido a
Estudiantes de todas las carreras.

Asignatura
Medios B

Objetivos
La clase de Tipografía Experimental está enfocada en el uso de la tipografía tomada como algo más allá que solo como medio de información. La clase es un „Experimento del Diseño", usando muchas fuentes de inspiración de distintos campos creativos como el diseño gráfico, la moda, la ilustración, el diseño industrial y la fotografía, entre otros. Con ayuda de diferentes medios los alumnos van a crear ya sea digital o analógicamente un proyecto final en dos, tres o cuatro dimensiones.

Competencias
1. Por medio de ejercicios, el estudiante comprenderá la noción de proyecto ejercitando la habilidad de proceder conceptualmente y desarrollar una idea creativa, dándole forma hasta su producción final. Esto incluye la capacidad de ilustrar y expresar las ideas, documentar el proceso y producir un producto de diseño en una calidad impecable. **2.** Además debe ser capaz de trabajar independientemente y debe cumplir con los cronogramas establecidos en clase. **3.** Como punto importante debe ser capaz de reflexionar sobre su propio proceso de diseño y tomar la posibilidad de evaluar los productos de sus compañeros de una manera crítica positiva.

Metodología
Todos los proyectos de este curso son una consecución de ejercicios que tienen como finalidad reconocer la tipografía no solo como algo plano, blanco y negro sino como un elemento que se pude desenvolver en diferentes medios, dimensiones y en el espacio.
El primer ejercicio (Quicktypes) pretende visualizar frases de manera conceptual teniendo en cuenta distintas fuentes, tamaños y colores.
El siguiente ejercicio tendrá como objetivo desarrollar una fuente tipográfica propia a partir de un dominio especifico, como por ejemplo lugares, películas, estilos o sentimientos. Estos dominios influyen como fuente de inspiración la creación de la fuente, tomando elementos como el color, la forma, el significado, el material, etc.
Como proyecto final los estudiantes individualmente o en grupo desarrollarán un proyecto tipográfico tomando en cuenta el tema del semestre. Aquí se dará vital importancia al concepto de proyecto, es decir las distintas instancias que conlleva el proceso creativo como entender y comprender el tema (investigar), proponer y diseñar ideas, producir productos y finalmente socializarlos. Durante el transcurso del semestre se ofrecerán distintos ejercicios cortos para sensibilizar tanto tipográficamente como temáticamente a los estudiantes.

Sistema de la Evaluación

El proceso evaluativo busca el seguimiento permanente del desarrollo de las habilidades y destrezas del estudiante, su creatividad, comunicación en conjunto con la aprobación de los conceptos evidenciados en los diferentes ejercicios que se desarrollen durante el semestre. Así mismo, se valorarán la actitud referida a la puntualidad, compromiso, respeto, superación de dificultades, trabajo en equipo, asistencia, participación y motivación (Competencia ético-formativa). Todo trabajo se evalúa de la siguiente forma:

1. BRIEF - Capacidad de definir el problema.
Se evalúa la organización de la información y la comprensión del problema.

2. INVESTIGACIÓN - Capacidad de observar, analizar y concluir.
Se evalúa la calidad en la recolección de datos, la jerarquización y la análisis de los mismos.

3. CONCEPTO - Capacidad de proponer ideas.
Se evalúa la creatividad y innovación en proponer ideas.

4. PRODUCTO - Capacidad de ejecutar ideas, prototipar y producir.
Se evalúa la calidad de las piezas de comunicación.
(Documento / Prototipos / Producto final)

5. PRESENTACIÓN - Capacidad de comunicar el proyecto adecuadamente.
Se evalúa la calidad en cuanto la claridad, la coherencia y la forma de la presentación del proyecto.

Tema del semestre: *I think, we think, but you think…*

Proyecto 1 --- **Type it Out Loud** (4 sem) 20%

Tema: Opiniones tipográficas
Type Design 10%
Producto (plotter de corte en mdf max. 1m2)..... 10%

Proyecto 2 --- **Alpha Type** (5 sem) 25%

Tema: Religión e ideología
Concepto (párrafo 300 palabras) 10%
Fuente (100 x 70 cm, impreso, foamboard) 10%
Afiche ((100 x 70 cm, impreso, foamboard) 5%

Proyecto 3 --- **Urban Type** (5 sem) 31%

Tema: Susurros urbanos
Concepto (párrafo 300 palabras) 8%
Producto (objetos tipográfico) 8%
Presentación (intervención en el espacio) 8%
Documentación (Fotografías / Video) 7%

3 Ejercicios en clase --- **Quick Type** (3 horas) 24%

Tema: varios frases y materiales
cada Quicktype hecho en clase 8%

* Para definir la nota final del semestre en la escala establecida dentro del reglamento de la universidad, Artículo 51 RGEPr: Las calificaciones definitivas de las materias serán numéricas de uno cinco (1,5) a cinco (5,0), en unidades, décimas y centésimas. La calificación aprobatoria mínima será de tres (3,0).

Reglas generales de Clase

1. La principal regla es el respeto: Por sus demás compañeros de trabajo, por la materia y por las personas para las cuales estarán diseñando y proponiendo nuevas ideas. Esto es una gran muestra de madurez, compromiso y responsabilidad con lo que se hace y lo que se quiere proyectar de sí mismos. Todo trabajo con fecha de entrega será evaluado y hará parte de un porcentaje de la nota.

2. Los trabajos se presentarán en la fecha indicada y solo se aceptarán entregas tardías con una excusa justificada, si los profesores así lo consideran.

3. La falta de asistencia al 20% (3 faltas) de las clases causará la pérdida de la materia.

4. Se exige la puntualidad de inicio y terminación de la clase. Llegar a clase después de 15 minutos de la hora de inicio genera falla. Salirse antes de finalizar la clase implica la ausencia a clase.

5. El uso privado del celular y del computador dentro de la clase no está permitido, al igual que comer en clase. Se solicitará al estudiante abandonar lo que resta de la clase a quien incurra en está falta.

6. Se hará énfasis en los derechos de autor y en la importancia de la correcta forma de investigar y de presentar los proyectos.

Materiales y Recursos

Teniendo en cuenta que el taller se establece como un espacio de participación y discusión colectiva, se requieren materiales de bocetación para la formalización de las propuestas, así como para la construcción de mapas conceptuales que argumentarán y sustentarán cada proyecto de diseño. Cada estudiante tendrá un libro de bocetos de formato libre, donde consignaran sus observaciones, reflexiones, apuntes, bocetos, etc. donde consignará el proceso de diseño.

Informaciones generales

Plazo para retiro de materias **MARZO 20 DE 2014**

Semana de trabajo individual **MARZO 30 AL ABRIL 03 2015**

Último día de clases **MAYO 09 DE 2014**

Referencias

TYPO Fuente de Inspiración . Instituto Monsa de Ediciones (15 Oct 2007)
ISBN-10: 8496429377 - ISBN-13: 978-8496429376

Typosphere: New Fonts to Make You Think . Collins Design (1 May 2007)
ISBN-10: 0061144215 - ISBN-13: 978-0061144219

Trytype: Experiments in typography . # Linotype; (Juli 2005)
ISBN-10: 3981031911 - ISBN-13: 978-3981031911

Schriften erkennen . Schmidt Hermann Verlag (2007)
ISBN-10: 3874393739 - ISBN-13: 978-3874393737

Detailtypografie . Schmidt Hermann Verlag (31 May 2004)
ISBN-10: 3874396428 - ISBN-13: 978-3874396424

Things I Have Learned in My Life So Far . Harry N Abrams (17 Mar 2008)
ISBN-10: 0810995298 - ISBN-13: 978-0810995291

Hand Job: A Catalog of Type . Princeton Architectural Pres (1 Oct 2007)
ISBN-10: 1568986262 - ISBN-13: 978-1568986265

Handmade 3D . Gingko Press (2010)
ISBN-10: 8492643110 . ISBN-13: 978-8492643110

Experimentelle Typografie . Stiebner (2003)
ISBN-10: 3830712839 . ISBN-13: 978-3830712831

Type in Motion . Jeff Bellantoni . Hermann Schmidt Mainz (1999)
ISBN 3-87439-477-8

Emigre No. 70 - The Look Back Issue: Celebratiing 25 Years in Graphic Design
Gingko Press (2009) . ISBN-10: 1584233672 . ISBN-13: 978-1584233671

New Typographic Design . Yale Univ Pr (2007)
ISBN-10: 0300117752 . ISBN-13: 978-0300117752

Typografie: Makro- und Mikro-Ästhetik . Willi Kunz. Verlag Niggli AG (1998)
ISBN 3-7212-0342-9

What do you love . IDN Magazine (2009)
ISBN 978-988-99591-9-7

Typo: The Beautiful World of Fonts . Monsa (2007)
ISBN-10: 849642937 . ISBN-13: 978-8496429376

Type Addicted (The New Trend of a to Z Typo-Graphics). Victionary (2007)
ISBN-10: 9889822946 . ISBN-13: 978-9889822941

Sagmeister: Made You Look . Thames & Hudson (2001)
ISBN-10: 1861542747 . ISBN-13: 978-1861542748

Handwritten: Expressive Lettering in the Digital Age . Thames & Hudson (2006)
ISBN-10: 0500285950 . ISBN-13: 978-0500285954

Trek: David Carson . Ginko Press (2004)
ISBN-10: 1584230470 . ISBN-13: 978-1584230465

Things I have learned in my life so far . Stefan Sagmeister . Abrams (2008)
ISBN-10: 0810995298 . ISBN-13: 978-0810995291

Type Addicted . Victionary (2007)
ISBN-10: 9889822946 . ISBN-13: 978-9889822941

Typomofo: Type Morphing into Forms . Page One (Visual Books) (2010)
ISBN-10: 9812457666 . ISBN-13: 978-9812457660

Typography 28 / Typography 29 . Gingko Press (2008) / Collins Design (2009)
ISBN-10: 0061173428 . ISBN-10: 0061582778

Magazines: FORM, ID, IDN, FRAME, PRINT

Cronograma

P **Enero 22**
Introducción / Programa
Brief Proyecto **Type It Out Loud**
Brief **Quick Types**

Enero 29
Retroalimentación Fuente / 10 propuestas impreso

Febrero 5
3 horas **Quick Type No. 1** ..... **Nota 8%**

Febrero 12
Retroalimentación Fuente / Prototipo tamaño real impreso

P **Febrero 19**
Entrega Type It Out Loud (Diseño tipografico / Producto)
Brief Proyecto 2 - **Alpha Type**

..... **Nota 20%**

Febrero 26
Retroalimentación Concepto & Fuente (Presentación digital)

Marzo 5
Retroalimentación Fuente (10 ideas impresas)

Marzo 12
3 horas **Quick Type No. 2** ..... **Nota 8%**

Marzo 19
Retroalimentación Fuente / Prototipo tamaño real impreso

Marzo 26
Entrega Alpha Type (Concepto/Fuente /Afiche)
Brief Ejercicio 3 - **Urban Type**

..... **Nota 25%**

Abril 2
Semana de Trabajo individual

P **Abril 9**
Brief Proyecto **Urban Type**
Ejemplos Tipografía Experimental „urban interventions"
Discusión y ideación del tema

Abril 16
Retroalimentación concepto & intervención (presentación digital)

Abril 23
3 horas **Quick Type No. 3** ..... **Nota 8%**

Abril 30
Retroalimentación Intervención (Prototipos tamaño real / Fotos)

Mayo 7
Pre-entrega Urban Type

Mayo 11-25
Entrega Final

..... **Nota 30%**

Direcciones impresión

Logograma
Cra 13a # 89-53
Tel. 6105517 / 6105748 / 6180347
Cel. 3208596640
www.logograma.com.co

Papel vinilo adhesivo laminado

100 x 70 cm
*impresión **$ 34.800****
*impresión + retablo **$ 58.000****

50 x 70 cm
*impresión **$ 17.400****
*impresión + retablo **$ 29.000****

20 x 30 cm
*impresión **$ 5.800****
*impresión + retablo **$ 11.600****

Impresión / retablo 2-3 dias

** Precios especiales para estudiantes de la Universidad de los Andes*

craph&co
Cra 20 # 89-29
Tel: 256 8403 - 236 0162
E-mail: gerencia@graphyco.com.co
Diseñador: Nelson Parra

Impresión en fotográfico satinado sin laminar.

*100x70 cms: **$ 49.000***
*50x70 cms: **$ 24.500***
*20x30 cms: **$ 4.200***

Impresión en fotográfico satinado + laminado

*100x70 cms: **$ 56.000***
*50x70 cms: **$ 28.000***
*20x30 cms: **$ 4.800***

Impresión en fotográfico satinado + laminado UV.

*100x70 cms: **$ 84.000***
*50x70 cms: **$ 42.000***
*20x30 cms: **$ 7.200***

Impresión en mate litorealista sin laminar.

*100x70 cms: **$ 56.000***
*50x70 cms: **$ 28.000***
*20x30 cms: **$ 4.800***

Impresión en mate algodón texturizado sin laminar.

*100x70 cms: **$ 105.000***
*50x70 cms: **$ 52.500***
*20x30 cms: **$ 9.000***

Pixela
Cra 15 # 90-20
Local 107
Tel. 6220511
www.pixela.com.co

Papel Lasal Photo Mate
235 g/m3

100 x 70 cm
*impresión **$ 84.000***
*impresión + retablo **$ 190.000***

50 x 70 cm
*impresión **$ 42.000***
*impresión + retablo **$ 112.000***

20 x 30 cm
*impresión **$ 7.200***
*impresión + retablo **$ 34.000***

Impresión / retablo: 3-5 dias

fotosmisamigos
Cra 10 # 18-05
Tel: 282 7991 - 286 6352
E-mail: fotosmisamigos@gmail.com

Papel fotográfico mate

100 x 70 cm
.....
.....

50x70 cm
*impresión **$ 24.500***
*impresión + retablo **$ 44.500***

20x30 cm
*impresión **$ 4.000***
*impresión + retablo **$ 9.500***

Impresión / retablo: 1 dia

Brief Quick Types

Quick Type (3 horas) **8%**

1.Visualiza las frases de manera conceptual (fuente, forma, lugar, etc). Transforma el significado de cada frase en una fuente/tipo que deba estar instalada en el espacio universitario usando los materiales indicados.
2.Toma mínimo tres fotos de la fuente en el espacio. Lo importante es la comunicación del mensaje en relación fuente-usuario-espacio.
3. Envía las fotos por correo electrónico a la monitora/profesora hasta las 6 pm del mismo día.

1. WITHOUT HAVING A GOAL IT´S DIFFICULT TO SCORE
---- *Material: Post It (minimo 20 paquetes por grupo)*

2. WHATEVER YOU THINK, THINK THE OPPOSITE
---- *Material: Cinta (por lo menos 5 rollos grandes por grupo)*

3. THE PERSON WHO DOESN´T MAKE MISTAKES IS UNLIKELY TO MAKE ANYTHING
---- *Material: Tiza (un paquete grande de un color por grupo)*

Brief Type It Out Loud

Type It Out Loud (4 sem) **20%**

Tema: Opiniones tipográficas

Existen muchas frases, dichos y proverbios en nuestra sociedad que muestran la opinión pública y la cultura colombiana por medio de palabras. ¿Cuál es la frase o dicho que más te enfada en el día a día? ¿Cuál te anima o con cuál te identificas? Por ejemplo: A*l que madruga dios le ayuda, Camarón que se duerme se lo lleva la corriente, soldado avisado no muere en guerra … etc.*

1. Escoge la frase
2. Utiliza el mensaje de la frase para diseñar la forma de un objeto que contenga la frase elegida (máx. 1 m2)
3. Fabrica el objeto en corte de laser (material: mdf 3 mm)

Diseño tipográfico ……..…… 10%
Producto (plotter de corte en mdf max. 1m2)……..…. 10%

Enero 22
Introducción / Programa
Brief Proyecto ***Type It Out Loud***

Enero 29
Retroalimentación Fuente / 10 propuestas impreso

Febrero 5
3 horas **Quick Type No. 1** ….. **Nota 8%**

Febrero 12
Retroalimentación Fuente / Prototipo tamaño real impreso

Febrero 19
Entrega Type It Out Loud (Diseño tipografico / Producto)
Brief Proyecto 2 - ***Alpha Type***