



## TEMARIO DE PROFESORES DE ARTES PLÁSTICAS Y DISEÑO

ORDEN ECD/826/2004, de 22 de marzo, por la que se aprueban los temarios que han de regir en los procedimientos selectivos para el ingreso, acceso y adquisición de nuevas especialidades en los Cuerpos de Profesores de Artes Plásticas y Diseño y Maestros de Taller de Artes Plásticas y Diseño.

### **Diseño Gráfico**

1. Concepto de diseño: diseño, arte y tecnología. Teoría y metodología del diseño. Diseño, ideología y sociedad industrial. Las áreas del diseño. La actividad profesional.
2. Diseño gráfico y comunicación visual: teorías más importantes. El lenguaje icónico y la cultura de masas. La sociología y la psicología de la imagen.
3. El diseño gráfico y la sociedad. Actitud y responsabilidad del diseñador gráfico ante la sociedad. La influencia social del diseño. Ética profesional. Consideraciones sobre ecología y medio ambiente.
4. Áreas de actuación del diseño gráfico. Campos profesionales de desarrollo de esta actividad. Características específicas de cada área. Figuras profesionales de referencia en las distintas áreas del diseño gráfico.
5. Procesos y métodos de diseño: metodología del diseño. Los procesos creativos, los procesos de producción. Organización, planificación y gestión total de un proyecto de diseño gráfico. La valoración del trabajo.
6. Los estilos gráficos: consideraciones generales sobre los diferentes estilos de diseño gráfico y su relación con el arte, la industria, la moda y el comercio.
7. La percepción visual. Teorías psicofísicas y psicológicas. Influencias cognitivas y emocionales en la percepción. La psicología del arte y su aplicación al diseño gráfico y la publicidad.
8. La imagen: naturaleza y clasificación. Criterios y métodos de análisis. La lectura de las imágenes. Connotación y denotación. Iconicidad y abstracción.
9. La imagen: factores estéticos, éticos y cognitivos. Funciones de la imagen en el diseño gráfico y la publicidad.
10. La sintaxis de la imagen. Los elementos básicos de la plástica. Técnicas visuales y estrategias de comunicación aplicadas al diseño gráfico.
11. La estructuración del espacio bidimensional. Formatos y proporciones. La composición. Conceptos de equilibrio, peso y dirección. Módulos y estructuras aplicadas al diseño gráfico.
12. El color: fundamentos físicos. Teoría del color, principales conceptos. La significación del color. El color en la publicidad y el diseño gráfico. Reproducción y normalización del color.
13. Semiótica: principios básicos. Principales conceptos: signo, símbolo, índice, icono, señal. Consideraciones sintácticas, semánticas y pragmáticas. Aplicaciones a la comunicación visual y el diseño gráfico.
14. Los orígenes del diseño gráfico: del movimiento Arts & Crafts al Werkbund Institut. El Art Nouveau y sus diferentes versiones.



15. Las Vanguardias Artísticas y su relación con el diseño gráfico y la publicidad: futurismo, vanguardia rusa, Dadá, Stijl, cubismo, surrealismo, etc.
16. La Bauhaus y su relación con la imagen: la importancia del diseño gráfico en la Bauhaus. El paradigma de la racionalidad geométrica. La publicidad y la fotografía. La enseñanza del diseño gráfico en la Bauhaus. Otras escuelas relacionadas con el diseño.
17. El diseño gráfico en los Estados Unidos tras la segunda guerra mundial: la influencia de los emigrantes europeos. Los diseñadores e ilustradores norteamericanos de la primera mitad del siglo XX. La consolidación del estilo americano: el papel de las agencias, los estudios, el diseño editorial y la fotografía e ilustración en el desarrollo del diseño.
18. El diseño gráfico en los Estados Unidos desde los años 60 hasta la actualidad. Evolución. Acontecimientos profesionales y figuras más destacables.
19. El diseño gráfico en Europa hasta los años 60: periodos históricos. Los estilos nacionales. Tradición y renovación en la tipografía europea.
20. El diseño gráfico en Europa desde los años 60 a la actualidad: evolución. Acontecimientos profesionales y figuras más destacables.
21. El diseño gráfico en el resto del mundo. Características estilísticas nacionales. Evolución. Acontecimientos profesionales y figuras más destacables.
22. Antecedentes del diseño gráfico en España: el papel de la burguesía catalana desde finales del siglo XIX. El diseño gráfico durante la Segunda República y el cartel bélico. El diseño gráfico de postguerra. Figuras más representativas.
23. El diseño gráfico español desde los años 60 hasta la actualidad. Problemas y expectativas de desarrollo. Acontecimientos profesionales y figuras más destacables.
24. Estilos y tendencias en el diseño gráfico actual. Evolución y panorámica global de esta actividad. Interrelación con otras áreas (tecnológicas, artísticas, empresariales, etc).
25. La ilustración. Antecedentes históricos y figuras destacables. Los géneros y estilos. El oficio de ilustrador. Ilustración y diseño gráfico.
26. La infografía. Diseño y tratamiento gráfico de la información. La gráfica didáctica. La gráfica funcional. Diseño de instrucciones de uso. Diseño de interfaces gráficos.
27. La fotografía: el lenguaje fotográfico. Los géneros foto- gráficos y sus principales representantes. Teorías y movimientos artísticos. La influencia de las nuevas tecnologías. Fotografía versus ilustración.
28. La fotografía en el diseño gráfico y la publicidad. La importancia de la imagen. La relación entre la imagen y el texto. La selección de fotografías: aspectos comunicativos y técnicos. La fotografía aplicada a los productos editoriales.
29. La animación de imágenes: orígenes y principios teóricos. Técnicas de animación. Animación 2D y 3D. Figuras más destacables.
30. La narrativa audiovisual y el cine publicitario. Principios teóricos del lenguaje audiovisual. Su aplicación a la publicidad.



31. Diseño gráfico y producción audiovisual. El diseño gráfico en la televisión y en el cine. Características específicas. La tipografía en movimiento.
32. El cómic y la narrativa dibujada. Historia. Lenguaje. Estilos y tendencias. Figuras más relevantes. Influencias del cómic en el diseño gráfico y la publicidad.
33. La publicidad como proceso de comunicación: fundamentos teóricos de la publicidad. Diseño gráfico y publicidad. Tipología general de la publicidad. Los estilos publicitarios. Ética y publicidad.
34. La creación del mensaje publicitario. Aspectos sociológicos y psicológicos. Técnicas de persuasión. La investigación. La etapa creativa y sus métodos. El mensaje lingüístico y el mensaje icónico. Las fórmulas clásicas. El departamento creativo.
35. La agencia de publicidad: tipos, organización, funcionamiento, servicios, gestión y planificación de cuentas. La elaboración del mensaje publicitario: características específicas de la gráfica publicitaria. La fase de producción en los medios gráficos. El trabajo con fotógrafos, ilustradores y redactores de textos.
36. La campaña publicitaria. Objetivos, estrategias y planificación. Uso, características y selección de los distintos medios de comunicación como soportes publicitarios. El departamento de medios.
37. El márketing y la publicidad. Teorías y conceptos básicos del márketing. La comunicación de la empresa con el mercado. Investigación y planificación. La evaluación de la eficacia publicitaria.
38. Preimpresión: fotomecánica, sistemas de captura de imágenes. Principios teóricos y tecnología. Tipos de originales y su incidencia en la reproducción. El proceso de digitalización. El tratamiento digital de la imagen. Formatos digitales para imagen y texto.
39. Preimpresión: artes finales, lenguaje PostScript, sistemas de tramas y tipos de tramados. Sistemas de salida. Calibración de dispositivos. Gestión y control de color. Formatos de archivo. Separación de tintas. Sistemas de preimpresión. Revisión y corrección de pruebas.
40. Los sistemas de impresión industrial: antecedentes históricos. Definición y características de los diferentes sistemas. Procesos técnicos de cada sistema. Influencia de las nuevas tecnologías de impresión en el diseño gráfico.
41. La reprografía y los sistemas de reproducción e impresión no convencionales: Sistemas sin plancha, fotocopiadoras e impresoras, impresoras de gran formato, impresión digital de pequeña tirada, etc. Características específicas y usos en diseño gráfico.
42. El papel y las tintas: composición y fabricación. Tipos y características. Formatos de papel. Otros soportes gráficos. Tipos de tintas, pigmentos aglutinantes y barnices. Características y uso según el sistema de impresión.
43. Postimpresión: encuadernación y acabados. Tipos de encuadernación, materiales, manipulados y técnicas empleadas en la encuadernación. Otros soportes gráficos.
44. El dibujo en el diseño gráfico. Los sistemas de representación y su aplicación en la concepción, análisis, desarrollo y comunicación de los proyectos de diseño gráfico. El esbozo.



45. Las técnicas de dibujo: húmedas, secas, mixtas. Soportes, materiales y procedimientos. Idoneidad con relación a la finalidad de la representación.
46. Las técnicas pictóricas: grasas, sintéticas, mixtas. Soportes, materiales y procedimientos. Idoneidad con relación a la finalidad de la representación.
47. Diseño gráfico y tecnologías digitales: la influencia de las nuevas tecnologías en el diseño gráfico. Sistemas y herramientas de creación.
48. Software de dibujo vectorial. Métodos de trabajo y operaciones habituales. Formatos de archivo. Dispositivos de salida. Creación y gestión de fuentes tipográficas.
49. Software de maquetación. Métodos de trabajo y operaciones habituales. Formatos de archivo. Dispositivos de salida. Gestión de fuentes tipográficas.
50. Software de dibujo bitmap. Resolución y tratamiento de la imagen. Formatos de archivo. Dispositivos de entrada y salida.
51. Software de diseño y animación en 3D. Su presencia en el diseño gráfico.
52. La comunicación mediante sistemas multimedia. Conceptos teóricos sobre el diseño para la interactividad. Arquitectura de la información y usabilidad. Desarrollo de aplicaciones multimedia.
53. La tipografía: definición. Conceptos generales. La importancia de la tipografía en el diseño gráfico: aspectos semánticos, aspectos funcionales y aspectos técnicos de la tipografía. El uso de la tipografía en el diseño gráfico y la publicidad. Estilos y tendencias. Criterios para la elección.
54. La letra: morfología y estructura. Clasificaciones. Familias tipográficas. correcciones ópticas. Legibilidad. Sistemas de medida. Especificaciones y variables tipográficas.
55. Historia, origen y evolución de la escritura. Los primeros alfabetos. Las letras anteriores a la imprenta. Evolución hasta el desarrollo de la imprenta de tipos móviles.
56. Historia y evolución de la tipografía entre los siglos XV y XVIII. Evolución de la composición de página. Diseños tipográficos y tipógrafos más importantes. Estilos y tendencias.
57. Historia y evolución de la tipografía desde el siglo XIX hasta la actualidad. Evolución arquitectura de página. La nueva tipografía. Diseños tipográficos y tipógrafos más importantes. Estilos y tendencias.
58. La revolución digital en tipografía. Influencia de las nuevas tecnologías en los usos tipográficos. Principales figuras y fundiciones digitales. Tipografías de última generación. La recuperación del pasado.
59. El diseño tipográfico. Consideraciones funcionales, semánticas, estéticas y técnicas. Tipografía creativa. Tecnología aplicada. Figuras relevantes.
60. El texto: la elección de la tipografía para los diferentes tratamientos del texto. La composición del texto. Las variables tipográficas. Las normas tradicionales en la composición de textos. La legibilidad del texto.
61. La ortografía técnica. La corrección de textos. Ortografía especializada. Ortotipografía. Ortografía publicitaria. Aspectos más importantes. El libro de estilo.



62. Escritura y caligrafía: evolución histórica. Estilos clásicos y tendencias actuales. Uso en diseño gráfico y publicidad. Técnicas y materiales. Figuras más representativas.
63. El diseño y maquetación de prensa diaria. Características del medio desde el punto de vista del diseño gráfico. Estructura y mecánica del diseño periodístico. El libro de estilo. La prensa digital.
64. Diseño de revistas: antecedentes históricos. Características generales del medio. Formatos. Tipologías. Proceso de diseño. Revistas destacables por su diseño. La revista digital.
65. Diseño del libro: teorías y conceptos generales. Tipologías. Características del diseño según sus tipología. Estructura. Diseño y maquetación. El libro digital.
66. Historia del libro. Evolución histórica desde la antigüedad a nuestros días.
67. Producción y gestión de un proyecto editorial. Organización, planificación y gestión de la producción de un libro. Trabajo con los distintos profesionales que intervienen en el proceso hasta la distribución de la publicación.
68. Sitios Web. Principios básicos de diseño aplicados la creación de sitios Web. Consideraciones generales sobre el medio frente a otros soportes tradicionales. Metodología y procesos de desarrollo.
69. Identidad e imagen corporativa. Antecedentes históricos. La imagen de empresa y la identidad corporativa. La definición de la imagen. Los signos de identidad. El diseño corporativo. Desarrollo de un programa global de identidad: Metodología y proceso.
70. La identidad visual. Diseño gráfico e identidad corporativa. El valor representativo de la marca y los demás signos de identidad, sus funciones. Diseño de la marca, factores condicionantes. El manual de Identidad corporativa, estructura. La aplicación de los signos de identidad.
71. El packaging: el valor del envase y embalaje como contenedor, comunicador y protector del producto. Características específicas del diseño gráfico aplicado al packaging. Aspectos semánticos, económicos, ecológicos, ergonómicos y funcionales a tener en cuenta.
72. Tecnología aplicada al packaging: tipologías básicas de envases y embalajes. Características físicas y comunicativas de los materiales más usados. Sistemas de impresión adecuados en cada caso.
73. Señalización: conceptos fundamentales. Antecedentes históricos. Diseño y evaluación de una señal. Elementos básicos, criterios y materiales empleados en los diseños de señalización. Usos tipográficos e iconográficos.
74. La señalización como sistema. Funciones. La señalización y la identidad corporativa. Aspectos a tener en cuenta en el diseño de un proyecto global de señalización: proceso y método de diseño. Aspectos tecnológicos y aplicación. Antropometría y ergonomía.
75. Aplicaciones gráficas al espacio y al producto. El diseño gráfico aplicado a la arquitectura, el interiorismo y el producto industrial. La incorporación de la tipografía y rotulación.
76. La enseñanza del diseño gráfico. Antecedentes históricos. Principales escuelas y orientaciones pedagógicas. El desarrollo de la creatividad. Técnicas para incentivar la creatividad.



77. Legislación sobre diseño gráfico y comunicación visual. Aspectos más relevantes de la normativa jurídica española. Regulación legal de la publicidad y el uso de la imagen.

78. La propiedad intelectual, la propiedad industrial. Regulación legal. Consideraciones aplicables al ejercicio profesional del diseño gráfico.

79. La promoción del diseño. Instituciones internacionales y nacionales. Los centros de diseño. Los premios de diseño. Las asociaciones profesionales. La promoción pública del diseño en España.