EINA Escola de Disseny
Avinguda de Vallvidrera, 44 bis
Barcelona 17
Telèfon 203 09 23

EINA

INTRODUCCION AL DISEÑO GRAFICO

Toni Miserachs - Norberto Chaves

Curso 1983-84.

La materia constituye una presentación inicial de la problemática de la Comunicación Gráfica en general y del Diseño Gráfico en particular ante el alumno que recién ingresa. No pretende proveer conceptos acabados o resolver enigmas sino, por el contrario, abrir una problemática cuyo desarrollo se realizará durante los cursos siguientes. Su cursado está íntimamente ligado a la materia "Teoría de la Comunicación Gráfica" que le sucede en el segundo y tercer trimestres.

Programa.

0. Introducción a la carrera.
   Características generales del plan de estudios y criterios de cursado.

1. El universo gráfico.
   Serie de imágenes de piezas de comunicación grafica de todo tipo, época, cultura, etc. Disolución de lo gráfico dentro del campo de la comunicación visual en general y áreas conexas de la cultura.

2. "Gráfica"y"Diseño Gráfico": definiciones.
   Ejercicio de definición de ambos conceptos. Asociación de ideas o "brain storming" grupal.

3. Los conceptos de "gráfica" y "diseño gráfico".
   Análisis del material de la clase anterior. El concepto de "diseño"; su aparición como práctica técnica diferenciada del arte, la artesanía y la tecnología.

EINA Escola de Disseny
Avinguda de Vallvidrera, 44 bis
Barcelona 17
Telèfon 203 09 23

////
Int. al Diseño Gráfico.
83-84.

5. La temática del Diseño Gráfico.
Repertorio de problemas típicos. Las grandes áreas de la actividad profesional.

6. Los "subsistemas" del Diseño Gráfico.
7. La presencia y papel de distintos sistemas internos del mensaje gráfico: La tipografía, la fotografía, la ilustración, la geometría, el color,etc.

8. El proceso general de la actividad profesional.
Etapas básicas del proceso de diseño. Perfiles profesionales intervinientes y "colaboradores" básicos del diseñador gráfico. Las especializaciones.

8. La programación del diseño.
El papel de la programación del diseño gráfico. Su importancia en el diseño de sistemas gráficos complejos.

4. Léxico gráfico.
Glosario de términos básicos de la jerga profesional. Depuración de ambigüedades o equívocos terminológicos.

9. Las "escuelas" gráficas.
Presentación general de las principales "escuelas" o estilos gráficos históricos.

10. Conclusiones.
Revisión y síntesis de la exploración realizada. Replanteo de una definición provisoria del concepto de "Diseño Gráfico".

EINA Centre Universitari de Disseny i Art de Barcelona. Adscrit a la UAB

INTRODUCCIÓN AL DISEÑO GRÁFICO.

Última clase:

"Aproximación teórica al concepto de Diseño Gráfico".

0. INTRODUCCIÓN

1. Polisemia de los conceptos de "Diseño" y de "Gráfico" y, por tanto, de "Diseño gráfico": obstáculo para una definición o al menos una caracterización general clara.

2. Orígenes de dicha polisemia.
   1. La natural polisemia del lenguaje
   2. La determinación de contextos discursivos
   3. La diferencia entre uso directo y uso metafórico o analógico de un término.

3. Necesidad de explicitar el nivel semántico en que se utilizará el término.

4. ¿Cuál es el nivel que corresponde a un discurso teórico riguroso sobre el D.G.?

EINA Centre Universitari de Disseny i Art de Barcelona. Adscrit a la UAB

1. EL DISEÑO

- El diseño como objeto.
  "Este ~~[illegible]~~ mueble es un diseño de ~~[illegible]~~ Gae Aulenti".
- El diseño como forma.
  "~~El diseño~~ "La góndola ~~tiene~~ es de un diseño muy bello".
- El diseño como buena solución. (invento ingenioso)
  "Uno de los mejores diseños del hombre es la rueda".
- El diseño como disciplina.
  "El desarrollo del diseño ~~en Europa~~ en España tiene su sede en Barcelona".
- El diseño como actividad.
  Detrás de esta pieza hay muchas horas de diseño.
- El diseño como planificación
  El diseño de la política económica del gobierno.
- El diseño como ~~[illegible]~~ manifestación cultural
  La cultura del diseño ~~en Europa tiene~~ más desarrollado es la Europea.
- El diseño como firma
  Esta silla es una Hoffmann.

EINA Centre Universitari de Disseny i Art de Barcelona. Adscrit a la UAB

Restricción teórica del concepto

Nuestro diseño:

(1.) no es ~~una actividad~~ una universal antropológico.
ni todos los puestos diseñan
ni todo lo que hemos diseñado

sino una disciplina históricamente determinada:
se corresponde con el desarrollo de una sociedad concreta
la industrial. (una etapa concreta)

(2) no se distingue por un tipo de ~~producto~~ objeto o producto
sino básicamente por un tipo de metodología en el
desarrollo del producto: la configuración racional de
la producción.

~~(3) no opera sobre~~

EINA Centre Universitari de Disseny i Art de Barcelona. Adscrit a la UAB

2. LA GRÁFICA

2.1. Riqueza del campo semántico del vocablo.

Escritura: (caligrafía, tipografía).

Gráficos: (esquemas o diagramas)

Gráfica: representación de variaciones numéricas con medios geométricos metáforas ~~gr~~ gráficas de una idea

– "muy gráfico": que se expresa ~~de~~ con imágenes o expresiones muy ilustrativas y claras.

Tratamiento gráfico: uso de recursos lineales o análogos a alguno de los sist. gráficos, ~~para~~ en otros terrenos. (caso arquitect.).

Grafismo: imagen no lineal producida por líneas.

– gráfico: (~~la~~ bibliografía, topografía, ~~fotografía~~, etnografía). representación descripción (o enumeración) de la red ~~de un modo visual~~.

Técnicas gráficas: litografía, serigrafía, cinematografía, fotografía,

Tipografía

EINA Centre Universitari de Disseny i Art de Barcelona. Adscrit a la UAB

Adj

Gráfica-ca. Perteneciente o relativo a la escritura. Aplícase a las descripciones, demostraciones, etc que se hacen por medio de figuras o signos.

fig. Aplícase a la descripción que presenta las cosas con la misma claridad que si estuvieran dibujadas

sust.f. Representación y comparación de datos numéricos por medio de una o varias líneas o dibujos.

Grafía Manera de emplear los signos gráficos para representar sonidos del lenguaje. Escritura que resulta.

Valor intensivo y extensivo del término:

La evolución histórica de una práctica cultural de rango ~~permite observar dos~~ antropológico permite observar dos fenómenos interrelacionados:

1. La permanencia de la práctica en sus formas originales íntegras
2. La transformación de la práctica a ~~[illegible]~~ neologismos, analogías que por un lado conservan ~~[illegible]~~ los rasgos esenciales y por otro incorporan cualidades ~~[illegible]~~ nuevas que desplazan la práctica asimilándola a otras.

EINA Centre Universitari
de Disseny i Art de Barcelona.
Adscrit a la UAB

intencionalidad
comunicativa
social
visual

---

industrial
peripuesta

EINA Centre Universitari de Disseny i Art de Barcelona. Adscrit a la UAB

Diferenciaciones conceptuales en torno a lo gráfico

(1) La gráfica como producción de mensaje y " " " recepción de " . (la mirada gráfica)

(J)

(Q) * en el primer caso el resultado es un producto ~~gráfico~~ específicamente gráfico independientemente de que pueda tener otras "lecturas", o interpretaciones o usos no-gráficos.

* en el segundo caso se trata de una mirada gráfica de recibir estímulos ~~de~~ que puede "leer" gráficamente incluso objetos o lecturas no específicamente gráficas.

(2) Intencionalidad - no intencionalidad

(A) La acción gráfica siempre es intencional, por más

(I) ingenua que sea - es gráfica "a propósito" o sea

(P) con propósito gráfico.

(Q) Lo que "resulta gráfico" o "puede ser leído gráficamente" ~~puede~~ no es intencional en su producción pero sí lo es en su recepción. En el caso de la "acción gráfica" la desarrolla la mirada del receptor.

Gráfico implica intencionalidad. Nada es "gráfico en sí" sino como punto de una intención emisiva o receptiva. Esta intención es consciente aunque a esa base consciente pueda incorporarse un conjunto de mensajes fruto de decisiones inconscientes.

EINA Centre Universitari de Disseny i Art de Barcelona. Adscrit a la UAB

③ ~~[illegible]~~ Función comunicativa - función estética

B
C
D
F
I
P
Q
R

La gráfica como sustantivo y la gráfica como adjetivo.

= La gráfica es esencialmente comunicativa ~~[illegible]~~ aunque, obviamente, para comunicar eficientemente debe apelar a valores estéticos

= La puramente estética o formal que posea "características gráficas" no es gráfica en sentido estricto sino obra plástica con lenguaje ~~[illegible]~~ formalmente gráfico: no asume la totalidad de las funciones de la gráfica sino ciertos rasgos o características formales.

④ Libertad expresiva - Condicionamiento a fin expreso

(Relacionado con la anterior)

A La comunicación gráfica es intencional y condicionada: ~~[illegible]~~ lo que hay que comunicar siempre preexiste a la ~~comunica~~ tarea gráfica ~~aunque ésta~~ de modo conciente, aunque esta tarea luego agregue mensaje, ~~[illegible]~~ o modifique el mensaje previsto.

⑤ Individual - Social

E
H
N
O

EINA Centre Universitari de Disseny i Art de Barcelona. Adscrit a la UAB

(6) Visual - no visual

(I) ~~[illegible]~~ Concepto y extensión metafórica del concepto
La gráfica es siempre visual incluso cuando circula por otro canal ~~(Braille)~~ (tactil)
Si algo no visual resulta gráfico es porque de algún modo se ha hecho una "traducción ~~[illegible]~~ mental automática" a lo visual. Una descripción verbal "muy gráfica". Un lenguaje "muy gráfico".

(7) Gráfica - Diseño gráfico

(F) (poco citada).

(L) La importancia de la especificidad que se le otorgue a la tarea de prefiguración.

(O) La diferencia no está en el objeto sino en el tipo de proceso productivo del mensaje.

EINA Centre Universitari
de Disseny i Art de Barcelona.
Adscrit a la UAB

ORDENAMIENTO TEMATICO DE LOS PRODUCTOS DEL BRAIN-STORMING.

1. Definición general: una "técnica de la comunicación".

2. De la "eficacia gráfica".

3. Las "componentes básicas" de lo gráfico.

4. Arte vs. Diseño.

5. El Diseño Gráfico como práctica "condicionada".

6. La comunicación social y el "receptor masivo".

7."Mass-media y publicidad.

8. Diseño de la "forma" y contexto cultural.

EINA Centre Universitari de Disseny i Art de Barcelona. Adscrit a la UAB

Silvia Seuret

1. Predominio de las dos dimensiones (el trabajo sobre el plano).
2. Instrumento básico de la sociedad de consumo.
3. "Molestias morales" implícitas en trabajar para sociedad de consumo.
4. "Estética de la calle".
5. Recepción masiva. No es una pieza única.
6. Presencia de lo emotivo (sentimientos): el disfrute de jugar con la distribución de espacios, colores, pesos, fuerzas que se crean entre los elementos, sus compensaciones.
7. El papel del ingenio: es algo como de rompecabezas. Lo lúdico.

Montserrat Bach

1. Medio de comunicación.
2. La imagen visual gráfica como canal específico.
3. El diseñador gráfico como receptor de ideas (demanda) y traductor de dichas ideas (recibidas generalmente por palabras) a la imagengráfica.
4. El peso del receptor que es masivo en la generalidad de los casos.

M. Dedes.

1. Sistema de comunicación y creación. simultáneamente.
2. Comunicación por la función predeterminada y las limitaciones previas, y las condicionantes del receptor también prefijado.
3. Papel de la imaginación y la capacidad técnica.

Ana Capella

1. Forma de comunicación.
2. Presencia del trabajo manual.
3. Predominio de la imaginación como camino para lograr la expresión.

Nuria Cabanes

1. Comunicación clara de un mensaje predeterminado.
2. Relación entre diseñador y artista.
3. "Capacidad de expresión" como elemento comun entre diseñador y artista.
4. Diferencia entre ambos determinada por el tipo de receptor

Elena Günther

1. Elemento común entre artista y diseñador: la creatividad, la expresividad, la imaginación.
2. Diferencia: el artista actua "solo" y el diseñador ligado a unas determinadas circunstancias.(cliente y audiencia).

EINA Centre Universitari de Disseny i Art de Barcelona. Adscrit a la UAB

Cecilia Roca
1. Una de las maneras gráficas de comunicarse: la que tenga en cuenta la técnica, la estética y el mensaje.
2. Distinto predominio de cada componente según el autor.

José Luis Grzdy.
1. Importancia de los conocimiento semiológicos pues se trata de signos.
2. Importancia de la investigación y el replanteamiento constante de los dictados esteticosimperantes en la sociedad.
3. Predominio del concepto como materia prima de la labor de diseñar el mensaje.
4. La diferencia entre diseño y arte reside en el tipo de discurso.

Marta Guandó
1. El gráfico como técnico de la comunicación.
2. Sus conocimientos básicos: técnicos, conceptuales, estéticos.
3. Su función es responder a una"demanda de comunicación".

Carmen Rendí
1. Relación directa con la publicidad.
2. Transcripción gráfica de ideas previas.
3. Importancia de la facilidad de recepción masiva del mensaje.

Francisco Troya
1. Predominio de lo publicitaria dentro del Diseño Gráfico.
2. Aplicación de unas técnicas al fin concreto de transmitir un mensaje.
3. Difiere esencialmente del arte por el tipo de mensaje.

José Mª. Moreno
1. Importancia de la creatividad estetica como medio de despertar la atención o el interés del receptor.
2. Diferencia con el arte debida a un mayor peso de los aspectos conceptuales: lo que hay que hacer perceptible es la idea.

Xavier Sindreu
1. Estudio de las formas para conseguir una mejor imagen y una mayor utilidad.
2. Técnicas gráficas sobre papel u otros materiales parecidos.

EINA Centre Universitari de Disseny i Art de Barcelona. Adscrit a la UAB

Josep Raporrós

1. Realización de producto, estética y comunicación aplicadas.
2. Función predeterminada.
3. Relación con el contexto social en que se integrará.

Elisabet Sunyer

1. Técnica de la comunicación basada en la estética.
2. Carácter de "predeterminado" propio del mensaje.
3. Carácter de "predeterminado" propio del receptor.
4. Mayor "libertad" o "aleatoriedad" en el caso del artista.
5. El diseñador debe ajustarse a "ciertas bases dadas" y el artista lanza un mensaje abierto que cada cual asimila a su modo.

Enric Vidal

1. Relación del diseño gráfico con los mass media y su actual desarrollo (publicidad, carteles, logotipos, ilustraciones, etc.
2. Función visual y estética.

Alex Trochut

1. El "Diseño" como "análisis racional" y "partiendo de unas premisas".
2. Predominio de lo bidimensional en el diseño gráfico.
3. La diversidad de técnicas que entran en juego.
4. El predominio de la "utilidad comunicacional", o eficacia en lograr el "apercibimiento del receptor del mensaje que subyace en dicho elemento gráfico".

Albert Schiavo

1. Papel de integración del hombre con su medio cultural propio del diseño gráfico.
2. Importancia del "estudio exhaustivo" de laforma, códigos estéticos, expresivos y técnicos vigentes.
3. Finalidad comercial del diseño gráfico.

1. Estudio de las formas que permita garantizar calidad de imagen y eficacia comunicativa.
2. Dominio de las técnicas gráficas diversas.

EINA Centre Universitari de Disseny i Art de Barcelona. Adscrit a la UAB

1. DEFINICION GENERAL: UNA "TECNICA DE LA COMUNICACION".

Forma de comunicación.

Medio de comunicación.

Aplicación de unas técnicas al fin concreto de transmitir un mensaje.

El gráfico como técnico de la comunicación.

La diversidad de técnicas que entran en juego.

Dominio de las técnicas gráficas diversas.

Presencia del trabajo manual.

La imagen visual gráfica como canal específico.

Predominio de lo bidimensional en el diseño gráfico.

Predominio de las dos dimensiones (el trabajo sobre el plano).

EINA Centre Universitari de Disseny i Art de Barcelona. Adscrit a la UAB

2. DE LA"EFICACIA GRAFICA".

El predominio de la "utilidad comunicacional", o eficacia en lograr el "apercibimiento del receptor del mensaje que subyace en dicho elemento gráfico".

Estudio de las formas que permita garantizar calidad de imagen y eficacia comunicativa.

El "Diseño" como"análisis racional" y "partiendo de unas premisas".

Importancia de los conocimiento semiologicos pues se trata de signos.

Importancia de la creatividad estetica como medio de despertar la atención o el interés del receptor.

EINA Centre Universitari de Disseny i Art de Barcelona. Adscrit a la UAB

3. LAS "COMPONENTES BASICAS" DE LO GRAFICO.

Función visual y estética.

Sistema de comunicación y creación. simultáneamente.

Papel de la imaginación y la capacidad técnica.

Técnica de la comunicación basada en la estética.

Realización de producto, estética y comunicación aplicadas.

Sus conocimientos básicos: técnicos, conceptuales, estéticos.

Una de las maneras gráficas de comunicarse: la que tenga en cuenta la técnica, la estética y el mensaje.

Distinto predominio de cada componente según el autor (el técnico, el estético o el contenido del mensaje).

Predominio del concepto como materia prima de la labor de diseñar el mensaje.

Predominio de la imaginación como camino para lograr la expresión.

El papel del ingenio: es algo como de rompecabezas. Lo lúdico.

Presencia de lo emotivo (sentimientos): el disfrute de jugar con la distribución de espacios, colores, pesos, fuerzas que se crean entre los elementos, sus compensaciones.

EINA Centre Universitari de Disseny i Art de Barcelona. Adscrit a la UAB

4. ARTE vs. DISEÑO.

Relación entre diseñador y artista.

Elemento común entre artista y diseñador: la creatividad, la expresividad, la imaginación.

"Capacidad de expresión" como elemento comun entre diseñador y artista.

Diferencia con el arte debida a un mayor peso de los aspectos conceptuales: lo que hay que hacer perceptible es la idea.

Mayor "libertad" o "aleatoriedad" en el caso del artista.

Diferencia: el artista actua "solo" y el diseñador ligado a unas determinadas circunstancias.(cliente y audiencia).

El diseñador debe ajustarse a "ciertas bases dadas" y el artista lanza un mensaje abierto que cada cual ~~xxxxx~~ asimila a su modo.

Difiere esencialmente del arte por el tipo de mensaje.

La diferencia entre diseño y arte reside en el tipo de discurso.

Diferencia entre ambos determinada por el tipo de receptorx

EINA Centre Universitari de Disseny i Art de Barcelona. Adscrit a la UAB

5. EL DISEÑO GRAFICO COMO PRACTICA "CONDICIONADA".

Su función es responder a una"demanda de comunicación".

Transcripción gráfica de ideas previas.

Comunicación clara de un mensaje predeterminado.

Función predeterminada.

Carácter de "predeterminado" propio del mensaje.

Carácter de "predeterminado" propio del receptor.

Comunicación por la función predeterminada y las limitaciones previas, y las condicionantes del receptor también prefijado.

El diseñador gráfico como receptor de ideas (demanda) y traductor de dichas ideas (recibidas generalmente por palabras) a la imagengráfica.

EINA Centre Universitari de Disseny i Art de Barcelona. Adscrit a la UAB

6. LA COMUNICACION SOCIAL Y EL "RECEPTOR MASIVO".

El peso del receptor que es masivo en la generalidad de los casos.

Importancia de la facilidad de recepción masiva del mensaje.

Recepción masiva. No es una pieza única.

"Estética de la calle".

Relación con el contexto social en que se integrará.

EINA Centre Universitari de Disseny i Art de Barcelona. Adscrit a la UAB

7. "MASS-MEDIA" Y PUBLICIDAD.

Relación del diseño gráfico con los mass media y su actual desarrollo (publicidad, carteles, logotipos, ilustraciones, etc.

Instrumento básico de la sociedad de consumo.

Finalidad comercial del diseño gráfico.

Relación directa con la publicidad.

Predominio de lo publicitaria dentro del Diseño Gráfico.

EINA Centre Universitari de Disseny i Art de Barcelona. Adscrit a la UAB

8. DISEÑO DE LA"FORMA" Y CONTEXTO CULTURAL.

Papel de integración del hombre con su medio cultural propio del diseño gráfico.

Importancia del"estudio exhaustivo" de laforma, códigos estéticos, expresivos y técnicos vigentes.

Importancia de la investigación y el replànteamiento constante de los dictados esteticosimperantesx en la sociedad.

"Molestias morales" implícitas en trabajar para sociedad de consumo.

EINA Centre Universitari de Disseny i Art de Barcelona. Adscrit a la UAB

(A)

no intencional

intencional (1) (8)

lo específicamente gráfico.

el efecto puramente gráfico buscado y creado

espontáneo

especializado (3) (8)

idoneidad técnica

(6) comercial (3)

~~especializado~~

persuasión social en la economía de consumo.

~~[illegible]~~

histórico (2) (4)

corresponde a una época.

~~objetividad~~

condicionado

(4) (3)

masivo (5) (3)

~~[illegible]~~

EINA Centre Universitari de Disseny i Art de Barcelona. Adscrit a la UAB

El diseño de los recursos de infraestructura comprometidos con dichas tres áreas de gestión deberá prever un grado alto de flexibilidad en los mismos que permita ir absorbiendo los cambios físicos y de imagen resultantes del progresivo desarrollo y aplicación de las políticas pertinentes."

EINA Centre Universitari
de Disseny i Art de Barcelona.
Adscrit a la UAB

B

1 (4)

Lo pragmático o utilitario

4

La estetica

2

La utilidad informativa.

3

La persuasión

EINA Centre Universitari de Disseny i Art de Barcelona. Adscrit a la UAB

C

1

Objetividad

2

Síntesis

3

Simplicidad

4

Reproducibilidad

EINA Centre Universitari
de Disseny i Art de Barcelona.
Adscrit a la UAB

D

1

Cand visual.

2

Bidimensionalidad

3

Escritura - dibujo
el Grafos

4

La imagen
o lo imaginario

EINA Centre Universitari de Disseny i Art de Barcelona. Adscrit a la UAB

(E)

(1)
Prefiguración

(5)
Estilos o Lenguajes

(3)
Rediseño

(6)
Creatividad

(4)
Codigos

(2)
La represent. gráfica

EINA Centre Universitari de Disseny i Art de Barcelona. Adscrit a la UAB

* La síntesis
o La función informativa de la comunicación: el concepto a vehiculizar
o La función estética
* La objetividad. → referencialidad, ausencia de "subjetivismo"
o Función pragmática: "utilidad"
* Lo visual
* Carácter histórico, condicionado por la realidad social rápida
* La simplicidad o ~~...~~ fácil comprensibilidad

El "rediseño"
La prefiguración. el "tanteo" o premeditación

La escritura → inequivocidad = lenguaje

* La bidimensionalidad

* La masividad del receptor

* La vinculación con el comercio

* La reproducibilidad industrial

* El condicionamiento a una demanda previa, dada
Estilo gráfico o tipo de lenguaje
El dibujo

La creatividad = aporte del diseñador "fuera de programa"

o La persuasión

* La intencional de la actividad respecto de "la gráfica" a secas
~~...~~
Los códigos (estéticos, compositivos, etc)

EINA Centre Universitari de Disseny i Art de Barcelona. Adscrita la UAB

DE CONTEXTO

- Carácter histórico – respecto a la actividad gráfica en gral.
- Carácter intencional – respecto de lo gráfico natural.
- Carácter condicionado –
- Carácter comercial.
- Carácter masivo.

FUNCIONES

- Informativa
- Pragmática
- Estética
- Persuasiva.

MÉTODOS.

- Codigos
- Rediseño
- Prefiguración - no espontaneidad
- Creatividad
- Estilos o lenguajes
- La representación gráfica ~~(o pedagogía)~~

ATRIBUTOS

- Objetividad
- Simplicidad
- Síntesis
- Reproducibilidad

CAMPO
~~MEDIOS TÉCNICOS~~

- Canal visual
- La escritura q el dibujo
  La imagen
- La bidimensionalidad

EINA Centre Universitari de Disseny i Art de Barcelona. Adscrit a la UAB

Ier. de DISSENY GRÀFIC

INTRODUCCIÓ A LA TIPOGRAFIA / Ier. TRIMESTRE

Sessions

Iª/ Introducció a la lectura tipogràfica.

2ª/ Exercici intuitiu de lectura.
Nomenclatura bàsica.

3ª/ La lletre. Elemens geomètrics que la forman.

4ª/ Blancs interiors - exteriors de la lletre.
Relació de blancs. Espais.

5ª/ Relació de blancs entre lletres.Exercici.

6ª/ Relació de blancs entre paraules. Exercici.

7ª/ Relació de blancs entre lineas. Interlineats.
Exercici.

8ª/ Blocs de text. Columnats. Margenats.

9ª/ Composició tipogràfica general. Blancs/Negres.

IOª/ Exercici final de trimestre.

Albert Ferrer

5 dóctubre de 1983

Nos sentimos:
Espero que próximamente pueda hacerte llegar los demás programas.
Gracias
Albert Ferrer