

Diseñar para los ojos

Joan Costa

Contenido

El privilegio y el compromiso del diseño gráfico

1. Diseño para los ojos

- 1.1 Las estrategias de la mirada
 - La diana y el radar*
 - Magias de la mirada*
 - El placer del ojo
 - Cómo se perciben las imágenes*
 - El ojo que abstrae
 - El trabajo del ojo*
 - Investigaciones sobre lectura y legibilidad
 - Primeros estudios sobre la lectura*
 - La experiencia de Leclerc*
 - La experiencia del Dr. Javal*
 - La unidad de lectura*
 - Legibilidad textual y legibilidad tipográfica*
- 1.2 El lenguaje bimedia
 - Imagen y Texto, ¿substitutos o competidores?*
- 1.3 Del grafista al visualista
 - Todo lo visible es competencia del ojo. Hacia la integración de las disciplinas del diseño*

2. Semiótica gráfica

- 2.1 Comunicación. Significación. Información
 - No todo comunica*
 - Todo significa*
 - Comunicación interpersonal versus diseño
 - En conclusión*
- 2.2 Semiótica del Color
 - Una clasificación funcional de los colores
 - Cromática realista
 - El color naturalista*
 - El color exaltado*
 - El color expresionista*
 - Cromática fantasiosa
 - El color imaginario*
 - El color arbitrario*
 - Cromática signica
 - El color esquemático*
 - El color señalético*
 - El color emblemático*
 - Conclusiones y recomendaciones

3. Identidad Corporativa

- 3.1 ADN
- 3.2 Crisis de Identidad
 - Diferenciar lo que es in-diferente*
 - Una marca vale lo que representa*
 - Nota al margen*
- 3.3 Diseño e Imagen Corporativa

4. Señalética y diseño de información

- 4.1 Señalética: una nueva definición
- 4.2 Señalética e información visual
- 4.3 Comunicación de utilidad pública
 - La gestión del espacio público*

5. Lenguajes gráficos

- 5.1 Génesis de los lenguajes gráficos
 - Del signo al símbolo*
 - Las imágenes funcionales*
 - Las técnicas gráficas*
- 5.2 El tercer lenguaje
 - Imágenes*
 - Textos*
 - Esquemas*
 - Breve itinerario histórico
 - Qué es un esquema y para qué sirve
 - Por qué los esquemas son un lenguaje
 - Los esquemas en nuestra vida cotidiana
 - Esquemas y didáctica*
 - La infografía en el mundo de los esquemas
 - Qué es la infografía*

6. e-Design y Marcas

- 6.1 La nueva *eGalaxy* y el *eMarketing*
 - Los problemas del marketing de la marca y la interactividad*
 - La nueva manera de hacer negocios en la Red
 - El movimiento es inevitable*
 - La satisfacción del cliente*
 - La excelencia relacional de la marca
 - Servicios de valor añadido a la marca*
 - El lenguaje específico de Internet
 - eDesign es servicio
- 6.2 eCommunication y ciberconsumidores
 - Aprender de los errores ajenos. La primera quiebra europea en Internet: el caso Boo.com
 - De la euforia al fracaso*
 - Aventuremos posibles soluciones*

7. Diseño y vida cotidiana

- 7.1 Tecnokitsch
 - El neokitsch consumible: *Final fantasy*, los *vactors* o *synthespians*

- Basura reciclada*
- 7.2 Diseño para la muerte
 - Máquinas de guerra*
 - Diseño escultórico, industrial y gráfico*
 - Nuevo diseño de ataúd plegable*
 - Silla eléctrica de nuevo diseño*
- 7.3 Noticias para la buena vida
 - Una cara de la moneda: el declive del *fast food*
 - La imagen corporativa juega en contra*
 - La otra cara de la moneda: el irresistible ascenso de *Slow*
 - El premio Slow Food*
 - El Salone del Gusto*
 - La revista Slow*
 - El auge de las Slow Cities*
 - Colofón

Bibliografía complementaria