



Grado en Bellas Artes 25133 - Taller de diseño gráfico II

Guía docente para el curso 2015 - 2016

Curso: , Semestre: , Créditos: 8.0

Información básica

Profesores

- **Silvia María Hernández Muñoz** silviahm@unizar.es

Recomendaciones para cursar esta asignatura

Profesorado:

Silvia María Hernández Muñoz

silviahm@unizar.es

Taller de Diseño gráfico II, entendida como asignatura continuación de *Taller de Diseño gráfico I*, incorpora los conocimientos y aplicaciones más actuales en el diseño gráfico: las nuevas tecnologías y los diseños multimedia. Igualmente abre una perspectiva hacia el desarrollo de la propia identidad creativa y hacia la investigación en Diseño gráfico.

Taller de Diseño gráfico II aporta las competencias y conocimientos específicos de máxima actualidad, que lo capacitarán para una de las salidas profesionales del graduado en Bellas Artes: trabajar en agencias de diseño gráfico como ilustrador o como diseñador gráfico, editoriales, prensa, diseñador freelance o director de su propia empresa de diseño, directores de arte, coordinadores de edición en museos e instituciones culturales, empresas multimedia, productoras creando grafismos o títulos de crédito, diseño publicitario y en un contexto mucho más amplio al arte digital. Además, dentro del contexto artístico, el alumno de Bellas Artes tarde o temprano necesitará recurrir a los conocimientos de diseño gráfico, bien para la presentación de proyectos o memorias, diseño de sus propios catálogos, cartelería e invitaciones de sus exposiciones o precisará de los conocimientos para saber solicitar a un diseñador lo que necesita.

Actividades y fechas clave de la asignatura

- Ejercicios de diseño gráfico a raíz de lo explicado en clase de entrega quincenal.

- Ejercicios de reflexión, o de documentación bibliográfica de entrega en el día.

En las clases de laboratorio se desarrollan los trabajos prácticos para adquirir las habilidades básicas de diseño gráfico bajo la orientación del profesor y se realizan proyectos de diseño de comunicación institucional o comercial.

Metodología

Metodología

- **Clases prácticas:**

- Actividades de evaluación continua.

- En las clases de laboratorio se desarrollan los trabajos prácticos para adquirir las competencias básicas de diseño gráfico bajo la orientación del profesor y se realizan proyectos de diseño de comunicación institucional y comercial.

- **Trabajo de campo:**

- Visitas docentes a centros, museos, editoriales, empresas de diseño gráfico o ferias.

- **Clase magistral:**

- Conferencias de docentes y profesionales invitados, diseñadores, historiadores, etc.

Todas las actividades, independientemente de su metodología, conllevarán a la realización de un ejercicio evaluable

Inicio

Resultados de aprendizaje que definen la asignatura

El estudiante, para superar esta asignatura, deberá demostrar los siguientes resultados...

- 1:** Ser capaz de proyectar, dilucidar y expresarse en el lenguaje propio de la especialidad.
- 2:** Seleccionar, conocer y utilizar las tipografías sobre las propuestas presentadas con acierto y adecuación a cada problema.
- 3:** Conocer tanto los caracteres tipográficos como a sus creadores, sus aspectos formales y sus circunstancias de origen.
- 4:** Resolver en cada unidad temática la funcionalidad adecuada y los tipos de composiciones sobre las particularidades de maquetación.
- 5:** Utilizar las herramientas propias del diseño gráfico.
- 6:** Distinguir y aplicar conocimientos en cuanto a los modos de reproducción e impresión sobre las diversas técnicas de estampación y procesos de trabajo.
- 7:** Dominar con rapidez perceptiva la variedad de los tramados, selección de los colores, gamas y pantones y la disposición de los grados de inclinación de cada una de tramas que comprenden las cuatricromías para evitar el moiré.
- 8:** Dirigir y controlar todo el proceso como arte final.
- 9:** Distinguir y aplicar las fórmulas de maquetación en: revistas, diarios, catálogos, informes, libros, y utilizar softwar profesional para su realización.
- 10:** Conocer y aplicar las retóricas de la imagen, sus fórmulas y variedades de composición.

11: Analizar en cada fase las cualidades proyectivas que parten de una propuesta visual o de una identidad corporativa, para agilizar y aplicar el modelo más adecuado a los objetivos propuestos.

12: Estudiar en profundidad las necesidades de un producto comercial o cultural y dotarlo de una personalidad singular que lo distinga en el mercado competitivo.

Introducción

Breve presentación de la asignatura

BLOQUE I. ASPECTOS GENERALES

Tema 1. Creatividad. Afianzamiento de recursos creativos.

Tema 2. Comunicación

Tema 3. Composición

Tema 4. Historia actual del diseño

Tema 5. Medios y fuentes de consulta

Tema 6. Artes finales

Tema 7. Creación de una empresa de diseño

BLOQUE II. NUEVAS APLICACIONES EN DISEÑO GRÁFICO

Tema 8. Diseño del portfolio digital.

- Ejemplos.
- Orientado a la creación de una plataforma online de difusión de la obra artística propia, de diseño, de ilustración, etc.

Tema 9. Diseño y presentación de proyectos, memorias, etc.

- Recursos para la encuadernación de memorias y proyectos
- Recursos de maquetación de proyectos, memorias y catálogos

Tema 10. Procesos en Diseño gráfico

- Diseño y serigrafía
- El diseño gráfico como obra

Tema 11. Packaging e identidad de marca

- Diseño de envase y producto comercial

Tema 12. Diseño de tipografía

- Tipógrafos clásicos y actuales
- Ilustración tipográfica

Tema 13. Imagen de Marca

Tema 14. Señalética

Tema 15. El cartel digital dinámico

Tema 16. Publicaciones periódicas digitales. Interactividad

Tema 17. Publicidad y medios.

- Campaña publicitaria: Story board.
- Conceptos generales y metodología para su realización.

Tema 18. Diseño de juegos

Tema 19. El diseño gráfico como obra

Tema 20. Investigación en diseño. Nuevas perspectivas.

Contexto y competencias

Sentido, contexto, relevancia y objetivos generales de la asignatura

La asignatura y sus resultados previstos responden a los siguientes planteamientos y objetivos:

- Analizar y desarrollar los principios de las formas gráficas de la comunicación visual. Sus elementos: signos, iconos y símbolos y sus instrumentos: tipografía e ilustración.
- Analizar y desarrollar los principios de las formas tridimensionales en su relación comercial. Materiales, duplicidad, contenido.
- Estudiar la tecnología en que se desarrollan los diseños actuales. Tanto grafismos como objetuales.
- Aportar una formación estrictamente funcional sobre la formación de imágenes y objetos.
- Conocer la función del diseño.
- El diseñador en la sociedad. El análisis de las funcionalidades del diseño. La evolución de sus técnicas, materiales y conceptos históricos.
- Conocer los procedimientos formales
- Conocer los procedimientos técnicos del diseño.
- Investigación, documentación y análisis de los datos internos y externos del encargo. Evaluación y selección. Realización de trabajos finales.
- Observación y práctica de los principios internos así como de los principios externos de la forma del diseño. Relación de la forma con su entorno y con su propia estructura.
- Entender el papel significativo del diseño en nuestra cultura.
- Dominio del diseño por medio de diferentes programas informáticos y con procedimientos manuales, realización de bocetos a mano.
- Dominio de la forma, color, proporciones, medidas, otros.
- Conocimiento de todas las técnicas tradicionales y modernas de impresión.
- Dominio de programas informáticos de tratamiento de imagen.
- Profundización en la creatividad personal a través del diseño.
- Formación histórica. Diseñadores clásicos y actuales, análisis conceptual.

COMPETENCIAS GENERALES

(7) Conocimiento del vocabulario y de los conceptos inherentes a cada técnica artística en particular.	(1) Indispensable
(9) Conocimientos de los métodos de producción y técnicas artísticas.	(1) Indispensable
(12) Conocimiento de los materiales y de sus procesos derivados de creación y/o producción.	(1) Indispensable
(14) Conocimiento de los instrumentos y métodos de experimentación en el arte.	(1) Indispensable
(30) Capacidad de perseverancia.	(2) Necesaria
(32) Utilizar las herramientas apropiadas para los lenguajes artísticos propios.	(1) Indispensable
(42) Habilidades para la creación artística y capacidad de construir obras de arte.	(1) Indispensable
(43) Habilidad para establecer sistemas de producción.	(2) Necesaria

Competencias específicas

- a. Formulación de proyectos creativos de diseño.
- b. Trabajar en grupo y saber comunicar y compartir información gráfica.
- c. Aplicar e interrelacionar conocimientos, habilidades y destrezas con ideas innovadoras para romper paradigmas establecidos en el Diseño Gráfico.
- d. Aprender a buscar información y recursos en la red. Adquirir el hábito de consulta de libros, catálogos, revistas, etc.

Contexto y sentido de la asignatura en la titulación

La asignatura Taller de diseño gráfico II, enriquecerá y ampliará las competencias que se adquieran en otras asignaturas como: Taller de diseño gráfico I, Dibujo, Fotografía, Audiovisuales, Grabado, Ilustración, Infografía y otras. Al mismo tiempo que supone una herramienta imprescindible para otras asignaturas como Proyectos I y Proyectos II, atendiendo a cuestiones de conceptualización, presentación y comunicación.

Partiendo de los perfiles profesionales que marca la ANECA determinaremos el interés de la asignatura de Taller de Diseño gráfico II en el desarrollo profesional de esta titulación:

Diseñadores gráficos.

Editores gráficos.

Investigadores y docentes en diseño.

Gestor de portales y editor de contenidos

Al superar la asignatura, el estudiante será más competente para...

- 1:**
1. Desarrollar sus propias ideas y dominar el diseño, y aplicar los conocimientos adquiridos en el sector profesional. Es competente para desarrollar su actividad en imprentas, editoriales, y en el sector publicitario tanto trabajando en empresas como de modo autónomo.
 2. Aplicar y dominar el diseño correctamente.
 3. Capacidad para el análisis y la síntesis.
 4. Conocimientos específicos de la profesión.
 5. Diseño y planificación de proyectos.
 6. Capacidad para generar nuevas ideas.
 7. Capacidad para la organización, planificación y gestión de la información.
 8. Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica.
 9. Capacidad de trabajo en equipo interdisciplinar comunicación oral y escrita.
 10. Capacidad para trabajar en un contexto internacional atendiendo a la diversidad y multiculturalidad.
 11. Capacidad crítica y autocrítica.
 12. Resolución de problemas
 13. Capacidad de aprender
 14. Habilidad para trabajar de forma autónoma.
 15. Capacidad de interpretar creativa e imaginativamente problemas artísticos. Desarrollar los procesos creativos asociados a la resolución de problemas artísticos.
 16. Capacidad de producir y relacionar ideas dentro del proceso creativo
 17. Capacidad de comunicación. Aprender a traducir las ideas artísticas para poder transmitir las.

Importancia de los resultados de aprendizaje que se obtienen en la asignatura:

Conocimiento del diseño. El alumno es competente para desarrollar una labor profesional en empresas del sector como imprentas, grupos editoriales, empresas de publicidad, diseño de productos y otras empresas del sector. El alumno es capaz de realizar correctamente proyectos de diseño, desde entidades corporativas, dípticos, trípticos, cartelería, folletos, diseño y maquetación de libros, catálogos, etc. Domina los medios informáticos necesarios para desarrollar los trabajos anteriores. El alumno es capaz de aplicar su creatividad artística individual en los trabajos realizados. El alumno domina los medios de difusión, publicidad, repercusión social y comunicación.

Evaluación

Actividades de evaluación

El estudiante deberá demostrar que ha alcanzado los resultados de aprendizaje previstos mediante las siguientes actividades de evaluación

- 1:**
- 1. Sistema de evaluación continua**
 - Se establece un calendario de entregas periódicas, normalmente quincenales, a lo largo del curso como sistema de evaluación continua que comprenderá desde entrega de trabajos autónomos, trabajos desarrollados en el aula y recogida de muestras de trabajo.
 - Como la calificación obtenida por este proceso se referirá al total de la asignatura, el estudiante tendrá la posibilidad de superar la asignatura con la máxima calificación.
 - Examen, el estudiante tiene la opción voluntaria de presentarse al examen si quiere subir nota. Y tiene derecho a quedarse con la mejor nota, la del examen o la de la evaluación continua.
- 2:**
- 1. Evaluación no presencial.** Primera y segunda convocatoria

El estudiante que no opte por la evaluación continua o que no supere la asignatura por este procedimiento o que quisiera mejorar su calificación tendrá derecho a presentarse a la prueba global, prevaleciendo, en cualquier caso, la mejor de las calificaciones obtenidas.

Debido a que taller de diseño I es una asignatura eminentemente práctica 3 cr. teoría 6 cr. casos prácticos, y a la necesidad de que el alumno demuestre sus conocimientos o competencias en la materia, se tendrán en cuenta la entrega de todos los trabajos prácticos realizados durante el curso en una proporción de 60 para el examen, 40 para la práctica.

Así, la prueba global consistirá en la realización del examen y la entrega de todos los trabajos prácticos. Los contenidos del examen podrán ser tanto de los temas impartidos en las clases teóricas como seminarios y clases prácticas desarrollados a lo largo del curso.

Actividades y recursos

Presentación metodológica general

El proceso de aprendizaje que se ha diseñado para esta asignatura se basa en lo siguiente:

La asignatura desarrolla los contenidos teóricos y prácticos de forma paralela y complementaria.

- **Teórica**, por medio de clases magistrales apoyadas con muestras de materiales reales, con fotocopias, diapositivas y vídeos. Visitas de profesionales y visitas a empresas del sector.
- **Práctica**, mediante ejercicios que hagan al alumno incorporar su propia experiencia de las teorías expuestas.

El curso se desarrollará mediante:

- Explicación de **conocimientos teóricos esenciales**.
- Planteamientos de ejercicios-tipo **simulación de casos reales**.
- Corrección mediante **puesta en común de todos los trabajos realizados**.
- Y **resolución de dudas**.

Se motivará al alumnado para que participe activamente en el aula, consultando dudas y proponiendo prácticas y aplicaciones de los ejercicios.

- La asignatura se basará en teoría y práctica diaria sobre los contenidos impartidos.
- Creatividad personal a través de los trabajos de diseño realizados.
- Lenguaje tecnológico, creativo y experimental.
- Tutorías individuales. Trabajos en equipo. Exposiciones y Concursos.

Actividades de aprendizaje programadas (Se incluye programa)

El programa que se ofrece al estudiante para ayudarle a lograr los resultados previstos comprende las siguientes actividades...

1:

Actividad 1.^a y 2.^a semana: 1. Diseño del portfolio digital

Actividad 3.^a y 4.^a semana: 2. Investigación documental y presentación en el aula acerca de un diseñador actual.

Actividad 5.^a y 6.^a semana: 3. Diseño del proyecto encuadernación y maquetación

Actividad 7.^a y 8.^a semana: 3. Diseño del proyecto encuadernación y maquetación

Actividad 9.^a y 10.^a semana: 4. Diseño y desarrollo de una obra en 2 tintas para serigrafía

Actividad 11.^a y 12.^a semana: 5. Diseño y desarrollo de un producto de packaging

Actividad 13.^a y 14.^a semana: 6. Diseño y desarrollo de una tipografía

Actividad 15.^a y 16.^a semana: 7. Diseño y aplicación de una Imagen de marca completa

Actividad 17.^a y 18.^a semana: 8. Desarrollo de un sistema de señalética aplicado

Actividad 19.^a y 20.^a semana: 9. Diseño de un cartel digital

Actividad 21.^a y 22.^a semana: 10. Diseño de un juego

Actividad 23.^a y 24.^a semana: 11. Diseño de una revista digital

Actividad 25.^a y 26.^a semana: 12. Diseño de una revista digital

Actividad 27.^a y 28.^a semana: 13. Conceptualización y bocetado de un spot publicitario

Otras actividades

- Conceptualización y bocetado de un spot publicitario
- Planteamiento de un proyecto gráfico personal
- Planteamiento de un proyecto gráfico personal

2:

Otras actividades:

- Creación de obra propia a través de las técnicas gráficas.
- Tutorías individuales y seminarios monográficos específicos.
- Actividades complementarias.

3:

Visitas docentes:

- Visita de Exposiciones y Museos relacionados con la asignatura.
- Visitas a empresas relacionadas con la asignatura. Periódico, imprentas, empresas de diseño, museos y otros.

Planificación y calendario

Calendario de sesiones presenciales y presentación de trabajos

DISTRIBUCIÓN DEL TRABAJO DEL ALUMNO (especificar horas)

1 credito = 10+15 horas

Horas presenciales:

Gran grupo 5

Prácticas 3

Seminarios, etc. 1

Tutorías ECTS 1

No presenciales

Trabajo autónomo del alumno 15

CRONOGRAMA SEMANAL

	Gran grupo		Prácticas		Seminarios etc.		Tutorías ECTS		Actividad		Actividad		Exámenes <i>Actividad de evaluación</i>		Módulos/ Temas
	Hp	Hnp	Hp	Hnp	Hp	Hnp	Hp	Hnp	Hp	Hnp	Hp	Hnp	Hp	Hnp	
Anual	Hp	Hnp	Hp	Hnp	Hp	Hnp	Hp	Hnp	Hp	Hnp	Hp	Hnp	Hp	Hnp	
1ª Semana	2		0,5		0,25		0,25						4,8		1.
2ª Semana	2		0,5		0,25		0,25						4,8		
3ª Semana	2		0,5		0,25		0,25						4,8		2.
4ª Semana	2		0,5		0,25		0,25						4,8		
5ª Semana	2		0,5		0,25		0,25						4,8		3.
6ª Semana	2		0,5		0,25		0,25						4,8		
7ª Semana	2		0,5		0,25		0,25						4,8		4.
8ª Semana	2		0,5		0,25		0,25						4,8		
9ª Semana	2		0,5		0,25		0,25						4,8		5.
10ª Semana	2		0,5		0,25		0,25						4,8		
11ª Semana	2		0,5		0,25		0,25						4,8		6.
12ª Semana	2		0,5		0,25		0,25						4,8		
13ª Semana	2		0,5		0,25		0,25						4,8		7.
14ª Semana	2		0,5		0,25		0,25						4,8		
15ª Semana	2		0,5		0,25		0,25						4,8		8.
16ª Semana	2		0,5		0,25		0,25						4,8		
17ª Semana	2		0,5		0,25		0,25						4,8		9.
18ª Semana	2		0,5		0,25		0,25						4,8		
19ª Semana	2		0,5		0,25		0,25						4,8		10.
20ª Semana	2		0,5		0,25		0,25						4,8		
21ª Semana	2		0,5		0,25		0,25						4,8		11.
22ª Semana	2		0,5		0,25		0,25						4,8		

23ª Semana	2		0,5		0,25		0,25					4,8	12.
24ª Semana	2		0,5		0,25		0,25					4,8	
25ª Semana	2		0,5		0,25		0,25					4,8	13.
26ª Semana	2		0,5		0,25		0,25					4,8	
27ª Semana	2		0,5		0,25		0,25					4,8	14.
28ª Semana	2		0,5		0,25		0,25					4,8	
TOTAL HORAS	56		14		7		7					134,4	
TOTAL EN ECTS	5,6		1,4		0,7		0,7					8,96	

BIBLIOGRAFÍA

diseño actual

Revista Experimenta

Revista Visual AA. VV.; *Visual N.ºs 89-99*, Blur Ediciones, S. L., Madrid, 1989.

AA. VV.; *X Festival Publicitario de San Sebastián. El libro de la publicidad gráfica II*, Barcelona, A.E.A.P. y Ediciones Folio, 1996, ISBN: 84-413-0228-6

Panorámica histórica

Enric Satué; *Introducción al Diseño Gráfico. Desde los orígenes a nuestros días*. Alianza Forma

Ramírez, Juan Antonio, *Medios de masas e historia del arte*, Cátedra, Madrid, 1981.

Satué Llop, Enric; *El libro de los anuncios. III. Volver a empezar (1940-1962)*, Barcelona, Editorial Alta Fulla, 1991, ISBN: 84-7900-007-4

Satué Llop, Enric; *Los demiurgos del diseño gráfico*, Madrid, Mondadori España, 1992 (1.ª Ed.) ISBN: 84-397-1825-X

Tipografía

José Luis Martín Montesinos / Montse Mas Hurtuna. *Manual de tipografía. Del plomo a la era digital*. Campgrafic Editors, Valencia 2001

Christopher Perfect. *Guía completa de la tipografía. Manual práctico para el diseño tipográfico*. Blume, Barcelona. 1994

DISEÑO EDITORIAL

AAVV. *Bartkowiaks. Forum Book Art 2005/06. Compendium of Contemporary Fine Prints, Artists' Books....* Edita Heinz Stefan Bartkowiak, Hamburg. 2005

Riva Castelman. *A century of artists books*. Edita, Museum of Modern Art, New York. 1995.

SEMIÓTICA

Bassat, Luis; *El libro rojo de la publicidad (ideas que mueven montañas)*. Editorial Debolsillo. 2002 (1.ª Ed.)

Bassat, Luis; *El libro rojo de las marcas. (Cómo construir marcas de éxito)*. Editorial Debolsillo. 2006 (1.ª Ed.)

Floch, J. M.; *Semiótica, marketing y comunicación*. Paidós, Barcelona, 1993.

Mattelart, Armand; *La publicidad*, Paidós Comunicación, Barcelona, 2008. [*La publicité*, Éditions La Découverte, París, 1994 (1.ª Ed.)]

OTROS

AA. VV.; Liaño Gibert, Soledad (Coord.): *Publicidad en el museo*, Madrid, Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía, 2007 [Catálogo de la exposición], ISBN: 978-84-611-7606-9

Benjamin, Walter; "La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica", en *Discursos interrumpidos I*, Taurus, Madrid, 1973.

Bourdieu, Pierre; *Sobre la televisión*, Editorial Anagrama, Barcelona, 2005 (3.ª Ed.) . (Liber Éditions, París, 1996. 1.ª Ed.)

Flusser, Vilém; *Filosofía del diseño. La forma de las cosas*, Ed. Síntesis, 2002, (1.ª Ed. 1999).

Zimmermann, Yves; *Del diseño*. Gustavo Gili. Barcelona, 1998.

Zunzunegui, S.; *Pensar la imagen*. Cátedra. Madrid, 1992.

Referencias bibliográficas de la bibliografía recomendada

- Bartkowiaks. Foram Book Art 2005/06. Compendium of Contemporary Fine Prints, Artits Books.../ AA.VV.. Hamburg : Bartkowiak, 2005
- Bassat, Luis. El libro rojo de la publicidad : (ideas que mueven montañas) / Luis Bassat . Barcelona : Espasa Calpe, 1998
- Bassat, Luis. El libro rojo de las marcas : (cómo construir marcas de éxito) / Luis Bassat . 3ª ed. Madrid : Espasa, 2009
- Benjamin, Walter. La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica (Urtext) / Walter Benjamin . 1ª ed. México D. F. : Itaca, 2003
- Bourdieu, Pierre. Sobre la televisión / Pierre Bourdieu ; traducción de Thomas Kauf . 4a. ed. Barcelona : Anagrama, 2001
- Floch, J.M. Semiótica, marketing y comunicación / J.M. Floch. Barcelona : Paidós, 1993
- Flusser, Vilém. Filosofía del diseño : la forma de las cosas / Vilém Flusser ; traducción de Pablo Marinas . Madrid : Síntesis, D. L.2002
- Liaño Gibert, S. (coord). Publicidad en el museo / Coordinador Soledad Liaño Gibert. Madrid : Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía (Catálogo exposición)
- Martín Montesinos, José Luis. Manual de tipografía : del plomo a la era digital / José Luis Martín Montesinos, Montse Mas Hurtuna . 6ª ed. València : Campgràfic, 2007
- Mattelart, Armand. La publicidad / Armand Mattelart ; [traducción de Antonio López Ruíz] . [1a ed.] Barcelona [etc.] : Paidós, 1991
- Perfect, Christopher. Guía completa de la tipografía : manual práctico para el diseño tipográfico / Christopher Perfect ; diseño Jeremy Austen ; [traducción Maite Rodríguez Fischer] . 1a. ed. española Barcelona : Blume, 1994
- Ramírez, Juan Antonio. Medios de masas e historia del arte / Juan Antonio Ramírez . 5a. ed. Madrid : Cátedra, 1997
- Riva Castelman. A century of artists books / Riva Castelman. New York : Museum of Modern Art, 1995
- Satué Llop, E. Los demiurgos del diseño gráfico / Enric Satué Llop. Madrid : Mondadori España, 1992
- Satué Llop, E. Los demiurgos del diseño gráfico / Enric Satué Llop. Madrid : Mondadori España, 1992
- Satué, Enric. El diseño gráfico : desde los orígenes hasta nuestros días / Enric Satué . Madrid : Alianza, 1988
- Satué, Enric. El libro de los anuncios. III, Volver a empezar (1940- 1962) / Enric Satué . [1a. ed.] Barcelona : Alta Fulla, 1991
- Stefan, agmeister. Things I have learned in my life so far / Sagmeister Stefan New York : Sagmeister Inc., (s.a.)
- Visual: magazine de diseño, creatividad gráfica y comunicación . Madrid : Blur Ediciones, 1989- [Publicación periódica], nº 89-90
- X Festival Publicitario de San Sebastián . El libro de la publicidad gráfica II / AA.VV.. Barcelona : A.E.A.P., Ediciones folio, 1996
- Zimmermann, Yves. Del diseño / Yves Zimmermann . Barcelona : Gustavo Gili, D.L. 1998
- Zunzunegui Díez, Santos. Pensar la imagen / Santos Zunzunegui . Madrid : Catedra : Universidad del País Vasco, c1989