
Carrera de Ciencias de la Comunicación

Año lectivo 2008

Programa: Comunicación Visual Gráfica II

Prof. DCV Fabián Silva Molina

Facultad de Filosofía y Letras

UNT

Comunicación Visual Gráfica II

Objetivos generales

Introducir a los alumnos en el mundo de las publicaciones desde el punto de vista de su diseño y acceso al mercado. Lograr que durante el cursado de la materia, los estudiantes puedan adquirir un conocimiento sistematizado de los aspectos fundamentales vinculados a la teoría y a la práctica del diseño editorial que le permitan interactuar con los profesionales del área que se desempeñana en los medios.

Objetivos particulares

Que el alumno:

- a- Comprenda la complejidad de una publicación desde el punto de vista de la presentación de la misma.
- b- Sea capaz de definir una publicación desde toda su complejidad.
- c- Conozca los diferentes géneros que constituyen la disciplina y la pertinencia de cada uno.
- d- Comprenda los diferentes niveles (interdisciplinarios) que son necesarios articular y coordinar para que un proyecto editorial sea exitoso.
- e- Conozca los aspectos generales más relevantes de las tecnologías que intervienen en la práctica concreta de la producción editorial.
- f- Se interiorice de las formas de hacer viable una publicación en nuestro medio o región.
- g- Maneje alternativas de producción editorial de bajo costo como las electrónicas.

Importancia del estudio del diseño editorial

La relación entre el periodista y el diagramador o jefe de arte en los medios no suele ser una relación adecuada para una ambiente de trabajo de tanta exigencia como es el de una publicación periódica. El desconocimiento de las funciones e importancia de cada uno de los profesionales haría imposible el trabajo conjunto si la interdisciplinariedad no fuera imprescindible en una publicación.

Creemos que un profundo conocimiento de la importancia de la comunicación visual dentro del proceso de comunicación aportará a una interdisciplinariedad más aceptada que debería redundar en un progreso en el nivel de las publicaciones.

Creemos, también, que el conocimiento de las estrategias visuales en una publicación es un requisito imprescindible para todo comunicador.

Por último es nuestra intención dotar al alumno de las herramientas necesarias para autogestionar un proyecto editorial con viabilidad de éxito en un mercado como el nuestro.

Fabián Silva Molina

Diseñador en comunicación visual

Comunicación Visual Gráfica II

Programa de la materia

Bolilla 1

Elementos del diseño editorial

La letra: variables tipográficas, forma, tamaño, tono, proporciones, dirección. La columna: marginación, variables de cuerpo, interlineado y tracking. Color o tono tipográfico. La página impresa: elementos de modulación de página, módulos de tamaño de papel y relación con el tamaño de página. La retícula de modulación. Ergonomía visual.

Bolilla 2

Sistema de retículas

Principios de ordenamiento en el plano. Los sistemas de percepción. La proporción Áurea. El racionalismo y los sistemas reticulares. Desarrollo. La retícula como principio de ordenamiento en el plano. La retícula y las leyes de composición. Distintos tipos de retículas. Retícula libre. Retícula de columna. Retícula modular. Retícula jerárquica. Variación y violación de la retícula.

Bolilla 3

La revista: características

La revista como producto editorial. Condiciones y requisitos: Periodicidad. Identidad. Condicionantes de diseño para lograr identidad. Distintas tomas de partido. Segmentación. La necesidad de comunicarse con un subgrupo del mercado. La relación con el segmento de mercado. Los códigos a utilizar de acuerdo al segmento elegido. La segmentación descendente. La segmentación ascendente. La revista como medio de expresión de un sector determinado. Las revistas corporativas.

Bolilla 4

La revista: distintos tipos y estrategias

Distintos tipos de revistas. Formatos y estilos. Los aspectos técnicos: sistemas de impresión, tipos de papel, tipos de encuadernación. La tirada. La distribución. La revista como vehículo de publicidad. El tratamiento de la publicidad. Cantidad de publicidad que soporta una revista. Estrategias de ordenamiento publicitario. La relación costo-publicidad-contacto. La tarifa de publicidad. Presentación del tarifario para la venta. Distintos precios de espacios publicitarios. La viabilidad de una publicación en el mercado. Estudios y análisis previos.

Bolilla 5

La revista: contenido

Estrategias de acceso a la información. Circuitos de acceso al texto. Sistemas de señalización interna. Secciones. Tratamientos visuales de la información. La toma de partido editorial y su correlato visual. Distintas formas. El diseño de notas especiales. Tratamientos distintivos de diseño. Dossier, separata, informes especiales. El gris tipográfico y la escala tonal de la revista. El tratamiento de las imágenes. La preparación de originales de impresión.

Bolilla 6

El diario: características

El diario como producto editorial. Formatos. Condiciones y requisitos: Identidad. Condicionantes de diseño para lograr identidad. El manual de normas y el manual de estilo. Distintas tomas de partido. Segmentación. La prensa masiva. Evolución del diario en los últimos años. La prensa temática.

Bolilla 7

El diario: contenido

Los distintos formatos y sus posibilidades de diseño. La primera plana. Distintas posibilidades de diseño de portada. El circuito de lectura de acuerdo a los diferentes formatos. Las secciones fijas. Su tratamiento visual. Los suplementos, diseño e identidad. La tipografía. El juego tipográfico en las distintas funciones. La interacción con los elementos en el plano. Las secciones publicitarias, clasificados, fúnebres, agrupados. Las secciones de servicios. La publicidad en el diario. Su incidencia. Estrategias de manejo de la publicidad en un diario. Las tarifas y la ubicación de los avisos.

Bolilla 8

El libro

El libro como producto editorial. Su evolución. Estrategias de puesta en página. Ergonomía visual. Condiciones de legibilidad. Distintos tipos de libros. Tipos de encuadernación. La imposición. El libro de texto. Las guías visuales, el libro técnico, etc. Distintos formatos. El arte de tapa. La toma de partido de diseño y las condiciones de comercialización.

Bolilla 9

Los formatos electrónicos

Los nuevos formatos de administración de información. Las páginas web. Los diarios on line. Los e-zines. Los blogs. Ergonomía visual en fuente de emisión lumínica. Estrategias de publicación en internet. Algoritmos de compresión de imágenes para pantalla. El formato PDF como standard de manejo y distribución en formato electrónico. Otros programas. El hipertexto. Diseño y producción de e-books

Prácticos

Bolilla 1

Práctico

Identificar familias tipográficas desde una plantilla. La modalidad es la de cuestionario de reconocimiento.

Bolilla 2

Práctico

Definir y reconocer retículas. La modalidad es la de trabajo sobre textos aportados por la cátedra.

Bolilla 3

Práctico

Relevamiento de la paleta tipográfica de una revista. La modalidad es la de relevamiento.

Bolilla 4

Práctico

Deconstrucción de la retícula de una revista. La modalidad es la de relevamiento.

Bolilla 5

Práctico

Relevamiento de ficha técnica de una revista. La modalidad es la de relevamiento.

Bolilla 6

Práctico

Relevamiento de la paleta tipográfica de un diario. La modalidad es la de relevamiento.

Bolilla 7

Práctico

Deconstrucción de la retícula de un diario. Relevamiento por secciones. La modalidad es la de relevamiento.

Bolilla 8

Práctico

Relevamiento de distintos tipos de libros. Deconstrucción de la grilla de página. La modalidad es la de relevamiento.

Bolilla 9

Práctico

Relevamiento de distintos tipos de publicaciones electrónicas. Deconstrucción de la grilla de pantalla.

Bibliografía

- Bonsiepe, Gui – *Del objeto a la interfase* – Ed. Infinito, Bs. As., 1999
- Cátedra Fontana – *Pensamiento tipográfico* – Edicial, Bs. As. 1996
- Dabas, Alistair & Campbell, Alastair – *Biblia del diseñador digital* – Evergreen, Barcelona 2005
- Fuenmayor, Elena – *Ratón, ratón...*– Ed. Gustavo Gilli, Barcelona, 1996
- García, Mario Roberto – *Diseño y remodelación de periódicos* – Ed. Universidad de Navarra, Pamplona, 1981
- Gerstner, Kart – *Diseñar programas* – Ed. Gustavo Gilli, Barcelona, 1979
- Gill, Martha – *E-zines, diseño de revistas digitales* – Ed. Gustavo Gilli, Barcelona, 2000
- Kunz, Willi – *Tipografía: Macro y microestética* – Ed. Gustavo Gilli, Barcelona, 2003
- Leslie, Jeremy – *Nuevo diseño de revistas* – Ed. Gustavo Gilli, México, 2000
- Leslie, Jeremy – *Nuevo diseño de revistas 2* – Ed. Gustavo Gilli, México, 2003
- Malean, Ruari – *Manual de tipografía* – Ed. Blume, Barcelona, 1994
- Müller-Bockman, Joseph – *Sistema de retículas* – Ed. Gustavo Gilli, Barcelona, 1982
- Perfect, Christopher – *Guía completa de la tipografía* – Ed. Blume, Barcelona, 1994
- Puig, Claudio – *Lexicográfico* – Ed. Colihue, Bs. As. 1996
- Ruder, Emil – *Manual de diseño tipográfico* – Ed. Gustavo Gilli, Barcelona, 1992
- Samara, Timothy – *Diseñar con y sin retícula* – Ed. Gustavo Gilli, Barcelona, 2005
- Spina, Mario – *Pequeño manual práctico de diseño editorial* – CommTOOLS, Bs. As. 2005
- Vandendorpe, Christian – *Del papiro al hipertexto* – Fondo de Cultura económica, Bs. As., 2002
- Varios autores – *Ensayos sobre diseño, tipografía y lenguaje* – Nobuko, México, 2005

Dinámica de clases

Se dictará con una dinámica de clases teóricas y prácticas, utilizando un espacio de corrección de prácticos como refuerzo de lo dictado en teóricas.

Requisitos de aprobación

La regularidad será reconocida mediante la aprobación de los trabajos prácticos y un 75% de asistencia.

La promoción será otorgada mediante la aprobación de dos parciales con una calificación no menor a 6 (seis).

La regularidad será otorgada mediante la aprobación de dos parciales con una calificación no menor a 4 (cuatro).