



UNIVERSIDAD NACIONAL DEL COMAHUE
FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIAS SOCIALES
Dpto. de Ciencias de la Información y Comunicación Social

Área: *Diseño*

Materia: **Diseño Editorial**

Año: 2020

**“La comunicación visual es un componente esencial
en la comunicación del presente y del futuro.”**

Impulsados por este lema, esta materia se fundamenta en proveer a los alumnos de la carrera de Comunicación Social, del conocimiento teórico y las herramientas básicas del diseño como disciplina que le permitirá informar, comunicar, o transmitir mensajes en el ámbito de la comunicación actual, tanto en proyectos periodísticos empresariales como grupales o individuales.

Carreras y Orientaciones para las cuales se dicta:

Licenciatura en Comunicación Social con Mención en Periodismo
Profesorado en Comunicación Social

Ubicación de la materia en el plan de estudios: **Tercer año**

Materia anual con una carga horaria de dos horas semanales

EQUIPO DE CÁTEDRA

Viviana Roxana GARCIA

PAD-3

Legajo 53620

Lieza Solaro

AYP-2

Legajo 57070

DISEÑO EDITORIAL

1. Información según el Plan de Estudios¹

Ordenanza 0173/03

1.1 El Área

El Área de Diseño comprende Diseño Editorial, Identidad y Diseño y el seminario de Infografía que se ocupan de códigos específicos de la comunicación visual: la tipografía, la infografía, la identidad visual de diarios, revistas o sitios en la Web.

Asignaturas del Área:

46. Diseño Editorial
47. Infografía
48. Identidad y Diseño

1.2 La Asignatura

1.2.1 Objetivos

- *Introducir al alumno en el campo de la comunicación gráfica por medio del análisis y la realización de piezas para el área de diseño de información.*
- *Posibilitar la percepción del diseño como un espacio emergente y particular de los mass media y redes sociales existentes en nuestra cultura.*
- *Proporcionar categorías conceptuales para comprender el fenómeno gráfico-visual y organizarlo funcional y estéticamente.*
- *Propender a la creatividad individual y grupal de un espacio sistematizado del diseño de información.*

1.2.2 Contenidos mínimos según el plan de estudios

Función del diseño periodístico en soporte papel y digital. Criterios morfológicos-semánticos. Relación texto-imagen. Imagen editorial. Funciones de la imagen. Tratamiento gráfico de la imagen: composición, equilibrio, refuerzo semántico, sintaxis, tipografía, relación texto-imagen. /Tipografía. Análisis morfológico y semántico. Familias tipográficas variables. /Diseño de imagen global de diario o periódico. Concepto y desarrollo de marca. Componentes de la estructura de diseño. Características básicas. Elaboración y construcción. /Diseño en revistas. Criterios de resolución y propuestas comunicacionales. /Diseño gráfico para la web. Estructura de los sitios. Análisis y comparación de los medios en los diferentes soportes.

¹ El texto en cursiva reproduce lo establecido en el Plan 173/03

Fundamentación

Dada la importancia creciente que reviste el diseño gráfico-visual en la sociedad actual, resulta indispensable a los y las futuras profesionales de comunicación social un conocimiento detallado de los diversos aspectos que constituyen el lenguaje gráfico contemporáneo, en particular en los medios masivos y redes sociales. El itinerario trazado se centra fundamentalmente en la consideración de núcleos problemáticos - tipografía, infografía, marcas, etc.-, que han llevado al diseño gráfico-visual a su pujante desarrollo desde la segunda mitad del siglo XX y lo que va del XXI.

La producción de piezas de diseño los enfrenta a los múltiples modos de comunicar visualmente y a las diversas dificultades que ello comporta. De este modo, se fomenta una lectura crítica de lo visual y su consideración en los medios impresos y digitales: periódicos, revistas, diarios a través del manejo de herramientas teóricas y prácticas que nutren su percepción y alimentan las posibilidades de representación visual.

Asimismo, se provee al estudiante de herramientas digitales que lo habilitan para producir mensajes visuales.

La asignatura propone un recorrido sobre diversos aspectos en torno al diseño de información y su vinculación con la comunicación social.

3. Objetivos y Ejes conceptuales

3.1 Objetivos Generales

Lograr que el y la estudiante

- se introduzca en el campo de la comunicación gráfica-visual por medio del análisis y la realización de piezas para el área de diseño de información.
- Integre el lenguaje gráfico como parte del contenido informativo;
- incorpore categorías conceptuales para comprender el fenómeno gráfico;
- organice la gráfica funcional y estéticamente;
- perciba la gráfica como un espacio emergente y particular de los medios masivos y redes sociales;
- propenda a la creatividad individual y colaborativa de un espacio sistematizado del diseño gráfico-visual.
- Desarrolle competencias necesarias que le permitan trabajar colaborativamente en proyectos editoriales.

3.2 Objetivos específicos por Unidades temáticas:

Unidad temática I: El Diseño Periodístico

- Contribuir a la adquisición de los conocimientos y habilidades necesarias para el análisis y la producción de medios impresos y digitales.
- Comprender el valor del diseño en la construcción de sentido dentro de una pieza editorial.

Unidad temática II: La Tipografía

- Indagar en las posibilidades expresivas de la tipografía como vehículo de atributos/conceptos que configuren identidad.
- Desarrollar la capacidad de observar críticamente, de conceptualizar, de proponer soluciones en términos de diseño a través de la tipografía

Unidad temática III: La identidad visual

- Investigar y analizar los conceptos de identidad visual en publicaciones periódicas.
- Indagar en las posibilidades expresivas de la tipografía/el color/la diagramación/la imagen como vehículo de atributos/conceptos que configuren identidad.
- Desarrollar la identidad visual del periódico para sus distintas versiones.

Unidad temática IV: Diseño de ediciones periódicas

- Descubrir los principios fundamentales de la diagramación y las distintas alternativas de orden y jerarquización en el diseño de cualquier pieza de comunicación.
- Contribuir a que el alumno experimente y comprenda el comportamiento de todos los elementos que intervienen en un proyecto editorial.

Unidad temática V: El diario digital

- Analizar los aspectos fundamentales del pasaje de los medios impresos hacia los digitales, las características heredadas y las propias.
- Contribuir al trabajo colaborativo integrando equipos interdisciplinarios que gestionen proyectos de periodismo digital.

Unidad temática VI:

- Conocer el estado actual del diseño de los periódicos en sus distintas versiones.
- Desarrollar las capacidades de análisis y críticas que permitan comprender las transformaciones que experimenta el diseño periodístico en el contexto de las nuevas narrativas.

4. Contenidos

UNIDAD I - *El Diseño Periodístico*

Conceptos sobre Diseño Periodístico. Funciones. Definición. Relación forma-contenido. Imagen editorial y diagramación. Imagen como contenido. Géneros periodísticos. Modelos de diarios. Diseño modular. Formatos. Principios básicos aplicados al Diseño Periodístico impreso y digital.

UNIDAD II - *La Tipografía*

Historia de la tipografía. Análisis morfológico y semántico. Clasificaciones. Familias y Variables. El signo tipográfico. Componentes. La tipografía como imagen. La tipografía y el refuerzo semántico. Operaciones tipográficas. Bloque tipográfico. La estructura y puesta en página. Relación texto e imagen. Niveles de lectura. Regímenes de legibilidad. Tipografía para la web.

UNIDAD III - *La identidad visual*

Identidad corporativa. Identidad e Imagen. Identidad corporativa como instrumento para la Comunicación de Empresas. El concepto tradicional de marca, los signos de identidad y rendimiento de la comunicación. Logotipo e isotipo. Símbolo. Manual de identidad corporativa. Marca en diarios y revistas, blogs, sitio web y nuevos dispositivos. Proceso de diseño. Uso y aplicación. Identidad y función informativa.

UNIDAD IV - *Diseño de ediciones periódicas*

Diseño de imagen global. Estructura de la publicación, contenidos y especificidad (secciones). Estructura de la página. Centro de impacto visual. Caja tipográfica. Composición y modulación (Retícula básica). Componentes: columnas, fotografías, tipografía, color, recursos gráficos. Criterios de diagramación. Portada. Cabecera, titulación y texto. Adaptaciones a las distintas plataformas.

UNIDAD V – *El periodismo Visual*

La infografía como lenguaje

UNIDAD VI – Estado actual del diseño periodístico

Cambios en la presentación visual de los periódicos. Relación entre las distintas versiones. Elementos de análisis. Diseño para versiones móviles. La marca multiplataforma.

5. Propuesta metodológica

El régimen de cursada es anual con una carga de dos horas semanales.

Con el objeto de incorporar la práctica editorial, esta asignatura se propone con clases teórico-prácticas donde a partir de la propuesta de trabajos concretos se desarrollan los conocimientos correspondientes.

A los lineamientos teóricos desarrollados por las y los docentes, les sucede la elaboración de diversas piezas de diseño en las que el estudiante es orientado en la problemática propuesta y en las posibles soluciones de la misma. Así mismo, los estudiantes se ven conducidos a producir una lectura crítica de las piezas producidas por el grupo. El análisis de los diarios de actualidad, tanto impresos como digitales, forma parte del proceso enseñanza-aprendizaje.

El trabajo final articula todos los contenidos adquiridos durante el año y consiste en el diseño integral de una publicación periódica.

Como cierre del cursado los y las estudiantes exponen sus trabajos en una muestra colectiva abierta al público en general.

6. Condiciones de acreditación y evaluación

6.1 Acreditación

Para aprobar el cursado regularmente, los alumnos deberán cumplir los siguientes requisitos, teniendo en cuenta que el cursado se desarrolla en su totalidad con un carácter teórico-práctico:

- **Alumnos promocionales***

Según los requisitos establecidos por la Resolución nº 217/10 del Consejo Directivo, los alumnos deberán: 1-Reunir, al momento de la inscripción, las asignaturas correlativas fijadas en el Plan; 2- Asistir al 80 % de las actividades académicas programadas (sean estas: clases, actividades de campo, trabajos presenciales, discusión de seminarios.); 3- Aprobar la totalidad de los objetivos teóricos programados (con promedio de 7 ó más); 4- Aprobar todos los trabajos prácticos y/o de campo planificados (con promedio de 7 ó más); 5- Aprobar el objetivo final de integración de los objetivos específicos (con 7 ó más) en la última semana del año.

* Opción sujeta a las normativas establecidas para la categoría

- **Alumnos regulares**

Los y las estudiantes que aspiren a regularizar la materia deberán acreditar el 80% de asistencia a teóricos y prácticos, aprobar el 80% de prácticos propuestos (con

un promedio de 4 (cuatro) o superior) y aprobar la totalidad de los exámenes parciales con una calificación de 4 (cuatro) o más.

Los alumnos que no cumplieran con todos estos requisitos no aprobarán el cursado en condición de alumnos regulares.

- **Alumnos libres**

El alumno que aspire a aprobar la materia en condición de libre, deberá ponerse en contacto con los docentes de la cátedra (en un lapso no menor de 60 días antes de la fecha elegida para rendir) quienes le indicarán un plan de trabajo que deberá cumplir previo al examen. El alumno deberá defender dicha presentación en su examen libre.

6.2 Evaluaciones

Consideramos la evaluación como una de las instancias finales dentro del proceso de aprendizaje y enseñanza que permitirá mensurar el grado de instrumentación, comprensión y conceptualización alcanzado por el alumno en la resolución de los proyectos de diseño.

Se prevén dos exámenes parciales de carácter teórico y uno integrador teórico-práctico. Las notas de los exámenes parciales serán promediadas con los Trabajos Prácticos.

Los puntos a tener cuenta para evaluar son:

- Nivel de comprensión y conceptualización
- Grado de originalidad
- Calidad de la resolución técnica
- Aporte en el debate colectivo
- Evolución individual en el transcurso del desarrollo del tema
- Cumplimiento de los tiempos calendario
- Cumplimiento de las normas de presentación

Distribución horaria

CLASES: **Viernes de 18 a 20 horas.**

ATENCION ALUMNOS: Viernes de 17 a 18 horas.

<http://pedco.uncoma.edu.ar/>

Categoría: Facultad de Derecho y Ciencias Sociales

Subcategoría: Comunicación Social

Curso: Diseño Editorial

7.1 Bibliografía Específica

UNIDAD I

- CANGA LAREQUI, Jesús. (1994) *El diseño periodístico en la prensa diaria*, 1st ed. Barcelona: Casa Editorial Bosch, pp.15-36.
- GARCIA, Mario R. (1983) *Diseño y remodelación de periódicos*, Pamplona, EUNSA.
- ARMENTIA VISUETE, José Ignacio. "El diseño de la prensa española, Una nueva Época" Revista *TELOS*, pp. 35-42.

UNIDAD II

- CANGA LAREQUI, J. (1994). La Tipografía. In: J. CANGA LAREQUI, ed., *El diseño periodístico en la prensa diaria*, 1st ed. Barcelona: Casa Editorial Bosch, pp.85-98.
- FONTANA, R. (1996) *Pensamiento Tipográfico*. Edicial SA. Buenos Aires.
- PEPE, E. (2011). *Tipos Formales La tipografía como forma*. 1st ed. Mendoza: Ediciones de la Utopía.
- RUDER, E. (1992) *Manual de diseño tipográfico*. G. Gilli. Barcelona.
- REASON, R. (2006) "Tipografía para periódicos" Laura Rubiom (trad). Recuperado de: <https://es.letrag.com/artigo.php?id=11>

UNIDAD III

- COSTA, J. (1993) *Identidad Corporativa*. Editorial Trillas. México.
- CHAVES, N. y BELLUCCIA, R. (2003) *La marca corporativa*. Paidós Estudios de Comunicación. Buenos Aires.

UNIDAD IV

- MULLER - BROCKMANN, J. (1982) *Sistema de retículas*. G. Gilli. Barcelona.
- SAMARA, T. (2002) *Diseñar con y sin retícula*. G. Gilli. Barcelona.
- SPINA, M. (2005) *Pequeño manual práctico del diseño editorial*. CommTOOLS. Buenos Aires

UNIDAD V

- ARMENTIA VISUETE, J.I.; ELEXGARAY, J.; PÉREZ, J.C. (2002) *Diseño y periodismo electrónico*. Bilbao, Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco.
- CABRERA GONZÁLEZ, M.A. (2009). El diseño de la prensa digital española en el contexto de la convergencia tecnológica. La identidad visual del ciberperiodismo. *Revista Latina de Comunicación Social*, 64. La Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna. Disponible en: http://www.revistalatinacs.org/09/art/860_UMA/RLCS_art860.pdf
- GARCIA, V. (2012) "La identidad visual de los periódicos digitales" en Rost, Alejandro y otros, *Periodismo en contexto de convergencias*. General Roca: Publifadecs.

UNIDAD VI

ARMENTIA VIZUETE, J. I. (2005). Los diarios digitales siguen buscando su propia identidad tras una década de existencia. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*. Madrid: UCM.

Recuperado

de:

<http://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/ESMP0505110009A/12416>

BARIANI, J. (2004) "La evolución en el diseño del Río Negro" en Juan Carlos BERGONZI y otros, *Periodismo en la Patagonia, Cambios en la presentación escrita y visual del diario Río Negro (1980-2000)* pp. 137- 162. General Roca: Publifadecs.

GARCIA, V.; ROST, A. (2008) "Del volcado del diario impreso a la lógica blog. Doce años de *Clarín.com*" en Juan Carlos BERGONZI y otros, *Periodismo digital en la Argentina*. General Roca: Publifadecs.

_____ (2008) "La lucha por despegarse del papel. Diez años de *Río Negro online*" en Juan Carlos BERGONZI y otros, *Periodismo digital en la Argentina*. General Roca: Publifadecs.

GARCIA, V. (2016) "Estrategias de marca en el periodismo transmedia" en Rost, Alejandro y otros, *Periodismo transmedia. La narración distribuida de la noticia*. General Roca: Publifadecs.

SALAVERRÍA, R. Y SANCHO, F (2007). Del papel a la web. Evolución y claves del diseño periodístico en internet. En Larrondo, A. y Serrano Tellería, A. *Diseño periodístico en internet*. Bilbao: Universidad del País Vasco.

7.2 Bibliografía Ampliada

ARMENTIA VISUETE, J. I. (1992) *Las nueva tendencias en el diseño de la prensa española a finales de los 80: el cambio de la Vanguardia y la aparición de E Mundo*, Tesis Doctoral. Universidad del País Vasco.

BARTHES, R. (1992) "Retórica de la Imagen" en: *Lo obvio y lo obtuso*. Barcelona:

Ed. PAIDÓS

BLANCHARD, G. (1988) *La Letra*, Ediciones Ceac, SA. , Barcelona.

CABRERA GONZÁLEZ, M. A. (2000). *La prensa on line: los periódicos en la WWW*. Barcelona: Editorial CIMS 97.

COSTA, J. (1998) *La esquemática. Visualizar la información*. Paidós Estética. Barcelona

EVANS, H. (1985) *Diseño y compaginación de la prensa diaria*, G. Gili, México

FOGES, Chris (2000) *Diseño de Revistas*, McGraw-Hill, México.

- FRASCARA, J. (1993) *Diseño Gráfico y Comunicación*. Infinito. Buenos Aires
- LOPEZ, M. (2004) *Nuevas competencias para la prensa del siglo XXI*. Paidós Comunicación. Barcelona.
- MANOVICH, L. (2006) *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación*. Paidós Comunicación. Buenos Aires
- RIO NEGRO (2012) *Los 100 años de Río Negro*. Ed. Río Negro SA. General Roca.
- SCOLARI, C. (2004) *Hacer Clic*. Gedisa. Barcelona
- _____ (2013). *Narrativas transmedia. Cuando todos los medios cuentan*. Barcelona: Deusto, 342 pp.
- TIPOGRAFICA, *Comunicación para diseñadores*. Bs. Aires, Ediciones de di-seño. Todos los números.
- VALERO SANCHO, J. L. (2001) *La infografía, Técnicas, análisis y usos periodísticos*, Universidad Autónoma de Barcelona / Publicaciones, Barcelona

Links

www.unostiposduros.com
www.snd-e.com/es/malofiej/premios/2010
www.albertocairo.com
www.mariaclaudiacortes.com/
www.newspagedesigner.com
www.encajabaja.com
www.type-o-tones.com
www.dafont.com
www.color.org/index.xalter
<http://visualmente.blogspot.com/>
www.diariosobrediaros.com.ar
www.kiosko.net
<http://ensamble19.com.ar/TAPAS/TapasHOY.htm>

Dis. Viviana García, marzo 2020