



SISTEMA INTEGRADO
DE POSGRADOS
Y EDUCACIÓN PERMANENTE

Nombre del curso

DISEÑO DE PUBLICACIONES IMPRESAS Y DIGITALES

Docente responsable

MATILDE ROSELLO

Programa reducido

¿Qué ocurre mientras leo? ¿Por qué, más allá del tema de un texto y cómo esté escrito, algunas lecturas nos generan mayor cansancio? ¿Por qué a veces me sucede que me pierdo leyendo un texto y vuelvo a leer una y otra vez el mismo renglón? ¿Cómo influyen en mi lectura, las decisiones que toma el diseñador a la hora de pensar una publicación, el diseño de una página y en la elección tipográfica? ¿Un archivo PDF es una publicación digital?

Estas son algunas de las preguntas que responderemos y daremos solución a lo largo del curso.

Módulo 1. Introducción. La evolución de la página impresa. Proceso editorial. Mirar hacia el pasado mirar hacia el futuro. Variante entre publicaciones analógicas y digitales.

Módulo 2. Diseño editorial analógico y digital. Sistemas de impresión. Recorrida de imprenta. Maquetación. Manejo básico de Adobe InDesign. Formatos editoriales. Portadas. El interior de una publicación. Selección tipográfica.

Módulo 3. Introducción a la gestión y producción de proyectos editoriales. Aspectos legales y distribución.

Competencias del diseñador editorial.

Módulo 4. Acabado de originales para imprenta y subir a las diferentes plataformas virtuales. Presentación del trabajo final.

Se trata de un curso teórico-práctico, con estudio de caso y trabajos prácticos de laboratorio-taller, con charlas de referentes del medio. Los participantes del curso obtendrán herramientas básicas que les permita desarrollar un proyecto editorial tanto analógico como digital.



SISTEMA INTEGRADO
DE POSGRADOS
Y EDUCACIÓN PERMANENTE

Información sobre la actividad (objetivos, metodología, bibliografía, etc.)

Objetivos generales:

- Presentar una visión general del proceso editorial, desde la idea hasta que la publicación llega al lector.
- Potenciar el diálogo interdisciplinario entre los diferentes roles dentro de un proyecto (colaboradores, editores, correctores, fotógrafos, ilustradores, diseñadores, etc).
- Entender la publicación digital y los cambios que supone en el mundo editorial.

Objetivos específicos:

- Aprender todas las etapas que supone un proyecto editorial: idea/concepto, identificación del lector/público objetivo, definición de soporte (impreso/digital), relevamiento del mercado, sustentabilidad económica, cronograma, definición de roles en la cadena de producción, contenidos/edición, conceptos de diseño editorial (retícula, jerarquías de lectura, ritmo visual, sistema gráfico) puesta en página y diagramación, preparación de archivos originales para impresión y visita a planta industrial de producción de impresos editoriales.

Metodología de enseñanza:

La metodología a aplicar será el Aprendizaje Basado en Proyectos (ABP), tomando herramientas del Design Thinking y metodologías para la innovación.

A lo largo del semestre se trabajará desarrollando un proyecto editorial de interés, recorriendo todas sus etapas, finalizando con la concreción de una publicación en una entrega final.

La modalidad semipresencial implica 2hs de clase en aula semanales, y trabajo no presencial con entregas parciales en plataforma digital.

Los contenidos del curso se organizan mediante fichas de trabajo que acompañan cada etapa del proyecto editorial, ayudando al estudiante a gestionar sus tiempos y producción.

Contenidos:

· Módulo 1.

Introducción. La evolución de la página impresa. Proceso editorial. Mirar hacia el pasado mirar hacia el futuro. Variante entre publicaciones analógicas y digitales.

Definición del proyecto editorial a trabajar durante el semestre (idea/concepto).

Definición del lector/público objetivo.

Relevamiento del mercado (nacional/internacional - impreso/digital).

Definición de estructura de contenidos de la publicación (ritmo y secciones)

Conformación de un equipo de trabajo y sus roles (colaboradores, editores, correctores, fotógrafos, ilustradores, diseñadores, etc).

Viabilidad del proyecto.





Información sobre la actividad (objetivos, metodología, bibliografía, etc.)

· Módulo 2. Diseño y composición editorial, analógico y digital.

Sistemas de impresión. Recorrida de imprenta. Maquetación. Manejo básico de Adobe InDesign. Formatos editoriales. Portadas. El interior de una publicación. Selección tipográfica. Definición de sistema gráfico del proyecto (retícula, diseño de portadas, logotipo, paleta de colores, familias tipográficas). Selección de recursos visuales (fotografía, infografía, ilustración, mapas, etc.). Desarrollo de elementos textuales propios del diseño editorial (titulares, bajadas, colgados, encastres, recuadros, gráficos, fichas, despieces, etc.). Maridaje tipográfico y jerarquías de lectura. Puesta en página y diagramación.

· Módulo 3. Producción.

Introducción a la gestión y producción de proyectos editoriales. Aspectos legales y distribución. Competencias del diseñador editorial. Producción. Formatos, papel, impresión y tintas, acabados y manipulados, tipos de encuadernación. Presupuestación de impresión. Pautas básicas para el armado de archivos originales para imprenta. Visita a planta industrial de producción de impresos editoriales.

Módulo 4. Cierre de la publicación.

Acabado de originales para imprenta y subir a las diferentes plataformas virtuales. Presentación del trabajo final.

Formas de evaluación:

La evaluación se propone como una etapa más de aprendizaje, generando espacios puntuales para la devolución.

Para ello se trabajará en base a una evaluación diagnóstica continua. Se trata de un proceso que debe contribuir al aprendizaje y que se constituye por el conjunto de evaluaciones (formales e informales) que se desarrollarán a lo largo del curso.

Para realizar el proceso de evaluación continua, se tomarán en cuenta dos dimensiones: establecer claramente los criterios de evaluación y ofrecer retro-alimentación frecuente.

Los criterios de evaluación serán explicitados y comunicados a los estudiantes (es sumamente importante que los estudiantes estén en conocimiento desde el principio de cada módulo, acerca de lo que se pretende de ellos). Dichos criterios se darán a conocer a través de rúbricas de evaluación, que guíe a los estudiantes, en donde se comprenda la relación entre criterios y metas (objetivos).

Este sistema nos permite evaluar a cada estudiante por sí mismo, sin compararlos entre ellos, dado



Información sobre la actividad (objetivos, metodología, bibliografía, etc.)

que cada uno como individuo tiene un proceso de aprendizaje y tiempos de comprensión totalmente diferentes. Esto fomenta la seguridad y la búsqueda de su propio camino sin obstaculizar el crecimiento y la creatividad que pueda llegar a tener cada uno en este proceso.

Se pondrá mayor atención en el momento de la evaluación, al proceso desarrollado en el curso y/o en cada módulo, más que al producto final al cual se llegue.

Para la evaluación en el aula virtual, se proponen pequeños test para el seguimiento de los teóricos y evolución en la lectura de la bibliografía obligatoria.

En los talleres, en donde se evaluará la integración del conocimiento teórico y su aplicación en el práctico, es en donde se desarrollarán las matrices mencionadas en párrafos anteriores, en donde también se hace una evaluación del proceso a lo largo de cada módulo.

Se proponen a su vez, instancias de evaluación entre pares, de forma tal de horizontalizar el estado general de los trabajos, que todos los estudiantes conozcan lo producido por los otros equipos y fomentar un intercambio enriquecedor.

Al cierre del curso, se evaluará la entrega del producto editorial, a partir de una rúbrica específica, con criterios definidos previamente. Conjuntamente se realizará una presentación oral.

Horas Aula: 40 horas cada módulo (semestre)

Bibliografía básica:

Muller-Brockmann, J. "Sistemas de retículas. Un manual para diseñadores gráficos". Editorial Gustavo Gili, S.A. Barcelona, 1982

Haslam, A. "Creación, diseño y producción de libros". Blume. Barcelona, 2010.

Elam, K. "Sistemas reticulares. Principios para organizar la tipografía". Gustavo Gili. Barcelona, 2007.

Unger, G. "¿Qué ocurre mientras lees? Tipografía y legibilidad". Campgràfic. Valencia, 2009.

De Buen Unna, J. "Manual de diseño editorial", (3ª edición, corregida y aumentada), Ediciones Trea. Gijón, 2008.

Baines, Phil / Haslam, Andrew. "Tipografía: función, forma y diseño". Ed. GG.

Bringhurst, Robert. "Los Elementos del Estilo Tipográfico". Ed. Fondo De Cultura Económica, USA, 2008.

Franchi, Francesco. "Designing News". Editorial Gestalten, 2013.

Dondis, D.A. "La sintaxis de la imagen". Gustavo Gili. Barcelona, 2006.