

**Y PROGRAMA DE LA ASIGNATURA:****PRODUCCIÓN GRÁFICA (4º año de la especialidad)****CICLO LECTIVO 2018**

- a) Año en el que se ubica en el Plan '93: *Cuarto año*
- b) Cuatrimestre al cual pertenece la asignatura: *Anual*
- c) Ciclo al que pertenece la asignatura:

**Orientación/es**

- Investigación
- Institucional
- Gráfica X
- Audiovisual
- Radiofónica

- d) **Equipo de Cátedra:** Mencionar a **todos los integrantes** de la Cátedra

**Apellido y Nombre:** *Saur, Daniel Guillermo*

**Cargo:** *Prof. Asociado (a cargo de cátedra)*

**Dedicación:** *Semidedicado*

**Titulación:** *Doctor en Ciencias con Especialidad en Investigaciones Educativas*

**Apellido y Nombre:** *Pereyra, Julio César Pedro*

**Cargo:** *Prof. Asistente*

**Dedicación:** *Semidedicado*

- e) **Objetivos de aprendizaje:**

**Generales**

1. *Facilitar la comprensión del estado de situación y las principales tendencias de la actividad gráfica en la provincia de Córdoba y el país.*
2. *Estimular la comprensión sobre la importancia de la coordinación integral necesaria en todo proceso de producción gráfica, desde su concepción hasta su concreción, incluyendo el estudio de factibilidad y la evaluación del mismo.*
3. *Promover el entendimiento sobre la relevancia e implicancias profesionales, éticas, políticas y culturales de todo proceso de intervención comunicacional*

*gráfico; así como sobre la responsabilidad pública del especialista del área.*

### **Específicos**

- 1. Realizar la identificación de problemas en comunicación y la evaluación de su posible solución por medio de productos gráficos.*
- 2. Dimensionar la importancia del estudio de factibilidad de todo proyecto gráfico.*
- 3. Facilitar el reconocimiento de la importancia de definir y conocer al público.*
- 4. Comprender la importancia que posee la identidad en la definición de todo producto gráfico.*
- 5. Favorecer el entendimiento del rol de coordinación e integración de las actividades de elaboración de contenidos y de resolución visual, así como de la importancia de su correcta articulación.*
- 6. Brindar información sobre las herramientas existentes para la producción de proyectos gráficos; así como desarrollar las capacidades para la resolución visual del espacio gráfico y el empleo de un software adecuado para tal fin.*
- 7. Favorecer la comprensión de la importancia del control de calidad en el proceso de producción (corrección de estilo, originales, etc.).*
- 8. Posibilitar la concreción por parte de los alumnos de un proyecto de intervención en comunicación gráfica, abarcando todas las etapas del proceso productivo.*
- 9. Realizar una primera experiencia en el ámbito extra universitario vinculado a la actividad, entendida como práctica extensionista pre-profesional.*

### **f) Unidades y contenidos:**

#### **Material Teórico**

##### **Unidad 1**

*a- La escritura, de los códices a los libros, el impacto de la imprenta, las sociedades de masas, los medios masivos y las redes sociales. b- Génesis de la prensa, los primeros periódicos, los diarios en la actualidad, la comunicación digital. c- Las artes gráficas y el surgimiento de la producción gráfica moderna. d- El giro comunicacional y la integración de las ciencias sociales y humanas al universo de la gráfica. e- El campo de la Producción Gráfica como campo disciplinario y profesional. f- La importancia de la producción gráfica como “mediación” cultural.*

## **Unidad 2**

*a- La importancia social y política de las intervenciones comunicacionales. La “herramienta” gráfica como intervención y sus implicancias en el espacio público. b- Reconocimiento e identificación de los contextos de producción y recepción: estudio de la situación comunicacional. c- La dimensión ética y política del trabajo profesional; responsabilidades sociales y culturales.*

## **Unidad 3**

*a- Áreas de la producción (informativa, persuasiva, educativa, administrativa). b- La producción digital. c- Condicionamientos (producto aislado / sistema; masividad / selectividad; usos del espacio). d- El rol del Productor en el proceso. f- La concepción, planificación, gestión y administración del proceso. g- Economía y tecnología aplicada a la Producción Gráfica.*

## **Unidad 4**

*a- El diagnóstico comunicacional: orígenes posibles del trabajo; tipos y recolección de información; procesamiento de la información. b- Desarrollo de la propuesta: objetivos principales y secundarios; la definición de modelos; presentación y testeo del boceto; realización, implementación (impresa/distribución – digital/circulación). c- Corrección y evaluación de procesos.*

## **Unidad 5**

*a- Requisitos para una producción con TIC's. b- Distintos contextos de lectura, la recepción y el origen de la producción. c- El lugar del lector y su previsión: lector modelo (U. Eco), el destinatario en la semiótica; el contrato de lectura (Verón). d- Criterios de clasificación de públicos. e- Métodos cualitativos y técnicas. f- Métodos cuantitativos y técnicas. g- Limitaciones de los métodos cuantitativos y cualitativos; g) los procesamientos informacionales analíticos de públicos.*

## **Unidad 6**

*a- Componentes para la configuración de modelos. b- Características constitutivas de los productos gráficos impresos y digitales: software, aspectos físicos, contenidos, aspectos visuales, relación texto/imagen, el aire y otros componentes. c- La identidad del producto.*

## **Unidad 7**

*a- Los aspectos técnicos de la producción impresa y digital. b- El equipamiento, soft y hard. c- Los programas de maquetación. d- Fuentes informativas y bancos de imagen. e- La reproducción industrial. f- Los originales. g- Modalidades de impresión. h- Uso del color. i- La postimpresión. j- La distribución. k- la gráfica en la red.*

## **Unidad 8**

*a- Panorama general de la producción gráfica con foco en Córdoba (estudios de casos: la edición de libros, el periodismo impreso y digital, los estudios independientes, etc. b- principales tendencias locales, nacionales y mundiales de los “mercados” (Bourdieu) comunicacionales gráficos. c- Especificidad de la gráfica en relación a otros medios, audiovisuales y radiales; la convergencia multimedial. d- Producción gráfica y su relación con la ciencia, el diseño, la estética y el arte.*

### **g) Bibliografía básica y complementaria para cada unidad:**

#### **Bibliografía Teóricos**

#### **Obligatoria**

- *Aicher, Otl (2007). El mundo como proyecto (pps. 171 a 180), Gustavo Gilli Diseño, Buenos Aires.*
- *Arfuch, Leonor; Chaves, Norberto; Ledesma, Maria (2011). Diseño Gráfico y Comunicación. Teorías y enfoques críticos, Ed. Paidós, Buenos Aires.*
- *Clarín (1997). Manual de estilo (pp. 118 a 136). Ed. Clarín y Aguilar, Buenos Aires.*
- *Druetta, Santiago y Saur, Daniel (2003). Manual de producción de medios gráficos, Editorial COMUNICarte, Córdoba.*
- *Frascara, Jorge (1994). Diseño Gráfico y Comunicación, (pp. 27 a 59) Ediciones Infinito, Buenos Aires.*
- *Frascara, Jorge (1997). Diseño Gráfico para la Gente, (pp. 37 a 74 y pp. 135 a 256) Ediciones Infinito, Buenos Aires.*
- *La Nación (1997). Manual de Estilo y Ética Periodística (pp. 17 a 21 - 37 a 63). Ed. Espasa, Buenos Aires.*
- *La Voz (2006), LAVOZ.com.ar, Cordoba.net. Manual de principios, valores y estilos. (pp. 33 a 51 - 147 a 187). El Emporio Ediciones, Córdoba.*
- *Ledesma, María (2003). Diseño gráfico una voz pública (de la comunicación*

*visual en la era del individualismo*), Editorial Argonauta, Buenos Aires.

- Stasyszyn, Víctor y Durán, Yaraví (2009) *Palabras de Diario. Testimonios de la prensa gráfica*. (pps. 17 a 29 y 207 a 209). Editorial ComunicArte, Córdoba.
- Verón, Eliseo (1985). *El análisis del 'Contrato de Lectura'. Un nuevo método para los estudios del posicionamiento de los soportes de los media*.
- Verón, Eliseo (2002). *Espacios Mentales. Efectos de agenda 2* (pp. 127 a 138). Gedisa, España.
- Verón, Eliseo (2013). *La Semiosis social 2. Ideas, momentos, interpretantes* (pp. 209 a 233). Ed. Paidós, Buenos Aires.

### **Complementaria (de consulta)**

- *Artículos Varios del año 2001 a 2018: revistas Tres Puntos, Target, Rew, periódicos La Voz, Perfil, Ámbito Financiero y Clarín.*
- Acha, Juan. (1999). *Introducción a la teoría de los Diseños*, Editorial Trillas, México.
- Boczkowski, Pablo (2006). *Digitalizar las noticias. Innovación en los diarios online*. Ed. Manantial, Buenos Aires.
- Doueihy, Milad (2010). *La gran conversión digital*. Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires.
- Eco, Umberto (1993). *Lector in Fabula*, Editorial Lumen, Barcelona.
- González Ruiz, Guillermo (1994). *Estudio de diseño*, Emecé Editores, Buenos Aires.
- Martínez-Val, Juan (2004). *Comunicación en el diseño gráfico. La lógica de los mensajes visuales en diseño, publicidad e Internet*. Editorial Laberinto, Madrid.
- McCombs, Maxwell. (1987), *El Periódico*. Fundación Nacional de Periódicos de los Estados Unidos, Ed. Publigrafhic, México.
- Piscitelli, Alejandro (2002). *Ciberculturas 2.0. En la era de las máquinas inteligentes*. Paidós, Buenos Aires.
- Prieto Castillo, Daniel (1997). *Diseño y Comunicación*, Ediciones Coyoacán, México DF.
- Vilchis, Luz del Carmen (1998). *Metodología del diseño – Fundamentos teóricos*, UNAM, Esc. Nac. de Artes Plásticas, México.
- Zatonji, Marta (1993). *Diseño análisis y teoría*, Universidad de Palermo/ Librería técnica, Buenos Aires.

### **Material Prácticos**



## **Unidad 1**

*a. Estructura geométrica del plano. Formatos del papel. b. Elementos de una página. Estilo Clásico y Estilo Suizo. c. Conceptos básicos de la retícula. Retícula de manuscrito, de columnas, modular y jerárquica. d. La deconstrucción de la retícula. La deconstrucción lingüística. La composición óptica espontánea. La alusión conceptual o pictórica. Operación aleatoria. e. Software de maquetación profesional de código abierto y cerrado.*

## **Unidad 2**

*a. Tipografía. Los orígenes tipográficos. Anatomía del tipo. Clasificación general de los tipos. Sistemas de medidas: cícero y pica. El tipómetro. Construcciones de tipos. b. Legibilidad y comunicación. Estructura del párrafo. Líneas viudas y huérfanas. Jerarquías. Estilos Tradicional y Moderno.*

## **Unidad 3**

*a. Imagen. Las primeras imágenes. Según los originales. El tramado. La imagen digital. Formatos de archivos para imágenes. Escaneado de imágenes. Cámaras digitales. Edición de imágenes. b. Color. Física del color. Psicología del color. Impresión color sobre el papel. Color digital. c. Software de edición de imágenes de código abierto y cerrado.*

## **Unidad 4**

*a. Impresión. Sistemas de impresión. Técnicas de preimpresión. Casado e imposición de páginas. Impresoras láser. Impresoras de sublimación. Impresoras de alto volumen. b. El archivo PDF: formato de documento portátil. Software para la creación de PDF.*

## **Unidad 5**

*a. Introducción y antecedentes: ¿Qué es internet? Correo electrónico y dominios. World Wide Web. Diseño para internet. Alojamiento: hosts y hosting. FTP: carga y descarga. Dominios. Compatibilidad con los navegadores. b. Código: Primeros pasos con HTML. Software de código abierto y cerrado. Creación de un sitio web.*

## **Unidad 6**

*a. Maquetación: Marcos y tablas. Hojas de estilo en cascada (CSS). Maquetación en CSS. Navegación. Div anidados. Accesibilidad y Usabilidad. b. Texto y tipografía: Selección de fuentes en HTML. Texto. El lenguaje de los tipos.*

*Medición de los tipos. Grosor de las fuentes, variantes y propiedades. Otros aspectos tipográficos.*

## **Unidad 7**

*a. Imágenes y esquemas de color: Formatos gráficos: GIF, JPEG y PNG. Color. Teoría del color. Esquemas de color. b. Valores añadidos: GIF animados. JavaScript. Comercio electrónico. Sistemas de gestión de contenidos. Sitios web para dispositivos móviles. Internet 2.0, HTML 5 y el futuro.*

### **h) Bibliografía básica y complementaria para cada unidad:**

#### **Bibliografía Prácticos**

##### **Obligatoria**

- *Noguera Muntadas, Montserrat. (1994). PageMaker 5. Curso de Edición Profesional, (pp. 68 a 90; 157 a 192; 249 a 280; 419 a 434; 581 a 604; 677 a 692; 695 a 700 y 755 a 780). InforBook's Ediciones, Barcelona.*
- *Pipes, Alan. (2011). Diseño de sitios web. Promopress. Barcelona.*
- *Samara, Timothy. (2004), Diseñar con y sin retícula, (pp. 12 a 31 y 110 a 127). Gustavo Gili, Barcelona.*

##### **Complementaria (de consulta)**

- *Ambrose, Gavin y Paul Harris. (2008). Manual de producción. Guía para diseñadores gráficos. Parramón, Barcelona.*
- *Gatter, Mark. (2011). Manual de impresión para diseñadores gráficos. Parramón Ediciones. Barcelona.*
- *Johansson, Kaj, Peter Lundberg y Robert Ryberg. (2011). Manual de Producción Gráfica, Recetas. 2da. edic. Gustavo Gili, Barcelona.*
- *Klanten, Robert, Mika Mischler, Silja Bilz, Sonja Commentz y Jan-Peter Homann. (2008). El pequeño sabelotodo. Sentido común para diseñadores. Index Book, Barcelona.*
- *Montesinos, José Luis Martín y Montse Mas Hurtuna. (2002), Manual de tipografía, del plomo a la era digital. Campgràfic Editors, Valencia.*
- *Müller-Brockmann, Josef. (1982). Sistemas de retículas. Gustavo Gili, Barcelona.*
- *Pastoureau, Michel y Dominique Simonnet. (2006). Breve historia de los colores. Paidós, Barcelona.*

## **h) Condición académica de los alumnos:**

**Regular:** *Se considerarán regulares a los estudiantes que:*

- 1.- Aprueben los tres parciales con un mínimo de 4 puntos. En caso de no lograr este objetivo, se contará con dos recuperatorios para tal fin.*
- 2.- Aprueben el Trabajo Final con una calificación igual o superior a los 4 puntos.*
- 3.- Cuenten con una asistencia igual o superior al 70% del total de clases prácticas, y una cantidad de trabajos prácticos aprobados igual o superior al 60% del total realizado.*

**Promocional:** *Se considerarán promocionales a los estudiantes que:*

- 1.- Aprueben los dos parciales con una calificación igual o superior a los 7 puntos. Estas dos calificaciones pueden obtenerse mediante la realización de los recuperatorios, si ello fuera optado por el estudiante.*
- 2.- Aprueben el Trabajo Final con una calificación igual o superior a los 7 puntos.*
- 3.- Cuenten con un porcentaje de asistencia igual o superior al 80% del total de clases prácticas dictadas, y una cantidad de trabajos prácticos aprobados igual o superior al 80% del total realizado.*

*Los estudiantes que cumplan estos requisitos podrán acceder a una promoción directa sin necesidad de rendir el examen final.*

**Libre:** *Se considerarán libres a los estudiantes que no cumplan ninguno de los requisitos anteriores. No obstante, para rendir el examen deberán tener realizado y aprobado un informe equivalente al Trabajo Final al igual que el resto de los estudiantes regulares.*

## **i) Modalidad evaluativa:**

### **Parciales**

*Se realizarán 3 evaluaciones parciales durante el año, las que contarán con un recuperatorio cada una.*

- 1.- La segunda evaluación consistirá en un examen individual escrito sobre el material bibliográfico y los temas desarrollados en las clases prácticas.*
- 2.- La primera y tercera evaluación consistirá en un examen individual escrito sobre el material bibliográfico y los temas desarrollados en las clases teóricas.*

### **Trabajo Final Grupal**

*Existirá una cuarta evaluación, la que se efectuará sobre un trabajo de producción grupal. La calificación será el resultado del trabajo desarrollado a lo largo del año sobre un proyecto de intervención comunicacional gráfico que*



*consistirá en lo siguiente:*

- *Detección de un problema comunicacional, diagnóstico de la situación detectada, definición del problema comunicacional, delimitación del público y justificación de una estrategia destinada a paliar el problema identificado.*
- *Presentación de textos e imágenes a emplear en la respuesta gráfica al problema.*
- *Presentación de la justificación y de los bocetos planteados como respuesta al problema.*

*El trabajo concluirá con la presentación de toda la propuesta, constituyendo la cuarta calificación del año. La presentación de este informe y los bocetos es un requisito ineludible para rendir la asignatura, ya sea en condición regular o libre.*

### **Trabajos Prácticos**

*Se realizarán 6 Trabajos Prácticos, en forma grupal, con un mínimo de 3 y un máximo de 4 integrantes, debiendo ser entregados para su evaluación y corrección dentro de un plazo de entre 1 (una) o 2 (dos) semanas posteriores a su dictado.*

### **Examen final**

#### **Alumnos regulares:**

*El examen final será escrito y constará de 5 preguntas a desarrollar durante una hora, 3 sobre los materiales y desarrollos áulicos correspondientes a los teóricos y 2 sobre los prácticos.*

#### **Alumnos libres:**

*Los alumnos libres deberán realizar el examen escrito, al igual que los alumnos regulares; una vez aprobado el escrito deberán realizar un examen oral donde se evaluará los contenidos de la asignatura a partir de preguntas aleatorias. Remarcamos que para poder rendir como alumno libre, como especificamos más arriba, es requisito haber presentado el trabajo final integrador.*

### **j) Criterios de evaluación**

*Las calificaciones de los prácticos, parciales y trabajo final corresponden a la siguiente tabla que muestra el porcentaje del trabajo correctamente realizado y la calificación que le corresponde:*

<i>Trabajo realizado</i>	<i>Calificación</i>
60 %.....	4 (cuatro)
65 %.....	5 (cinco)
70 %.....	6 (seis)
75 %.....	7 (siete)
80 %.....	8 (ocho)
90 %.....	9 (nueve)
100 %.....	10 (diez)

**k) Cronograma de actividades:**
**CRONOGRAMA TENTATIVO DE ACTIVIDADES DE CÁTEDRA 2018**
**ASIGNATURA / SEMINARIO:**

<b>EXÁMENES PARCIALES</b>	<b>1º</b>	<b>2º</b>	<b>3º</b>
Fecha de examen	03 de mayo	23 de agosto	18 de octubre
Fecha de entrega de nota	10 de mayo	30 de agosto	25 de octubre

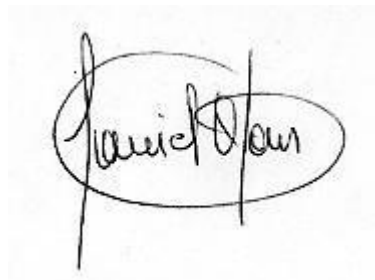
<b>TRABAJOS PRÁCTICOS / INFORMES EVALUABLES</b>	<b>1º</b>	<b>2º</b>	<b>3º</b>	<b>4º</b>	<b>5º</b>	
Fecha de entrega de Trabajo Práctico	12 de abril	26 de abril	31 de mayo	06 de sept.	11 de oct.	Bocetos T. Fir
Fecha de entrega de nota	19 de abril	03 de mayo	07 de junio	13 de sept.	18 de oct.	8 de nov.

<b>EXAMEN RECUPERATORIO</b>	<b>1º</b>	<b>2º</b>
Fecha de examen recuperatorio	07 de junio	08 de noviembre
Fecha de entrega de nota recuperatorio	14 de junio	15 de noviembre

<b>OTRAS ACTIVIDADES DESTACADAS (Visitas, jornadas, charlas, etc.)</b>	<b>Fecha</b>
Entrega de Justificación de los Trabajos Finales	18 de octubre
Entrega de los Bocetos de los Trabajos Finales	1 de noviembre

**FECHA DE FIRMA DE LIBRETAS (Día  
y horario)**

22 de noviembre 18 a 20hs.



**Firma del profesor responsable**

**Aclaración:** Daniel Guillermo Saur

**Legajo:** 33178

**(Presentar solo en formato digital al mail: [academica@eci.unc.edu.ar](mailto:academica@eci.unc.edu.ar))**