

UNIVERSIDAD NACIONAL DE MORENO
PROGRAMA ASIGNATURA: TÉCNICAS DE MAQUETACIÓN PARA
ESTRUCTURAS VISUALES (240500A)¹

Carrera: DISEÑO en COMUNICACIÓN VISUAL (Plan de estudios aprobado por Resolución UNM-CS N°954/22 y su modificatoria UNM-CS N° 1.044/23)

Área: Prácticas de Diseño

Trayecto Curricular: Ciclo de Formación Inicial.

Período: 2° Cuatrimestre – Año 2

Modalidades: Presencial o Semipresencial

Carga Horaria: 48 (cuarenta y ocho) horas con un máximo de 24 (veinticuatro) horas virtuales.

Vigencia: a partir del 1° Cuatrimestre 2025

Clases: 16 (dieciséis)

Régimen: de regularidad

Responsable de la asignatura: DI Roberto DE ROSE

Programa elaborado por: Mariana CIAN y Melisa REAL

Fundamentación:

La tipografía y el diseño editorial constituyen pilares fundamentales de la comunicación visual contemporánea, uniendo el arte de la escritura con la expresión gráfica y permitiendo estructurar mensajes eficaces en diversos formatos. La tipografía, como herramienta clave, no sola aporta identidad y creatividad, sino que también vincula aspectos históricos y contemporáneos, siendo esencial en la construcción de mensajes visuales tanto en soportes impresos como digitales.

Esta asignatura tiene como objetivo transmitir conocimientos profundos y habilidades analíticas que promuevan la apreciación de la escritura y su aplicación en proyectos actuales. Se incentivará a los estudiantes a sensibilizarse con la tipografía, incorporando conocimientos sobre su construcción, reproducción y manipulación, adaptándose a las exigencias de diferentes medios. Asimismo, se subraya la importancia de integrar la tipografía con elementos visuales como imágenes y diagramación, para crear diseños editoriales que comuniquen de manera eficiente y estética.

En un contexto donde los medios masivos y las redes sociales desempeñan un rol predominante, resulta indispensable comprender los aspectos del lenguaje gráfico contemporáneo. Esta asignatura, además de abordar formatos tradicionales como libros, revistas y periódicos, pone énfasis en el desarrollo de habilidades para trabajar con formatos digitales, como e-books, publicaciones digitales, presentaciones y reportes.

El objetivo principal es dotar a los estudiantes de herramientas teóricas y prácticas que les permitan abordar proyectos editoriales desde su conceptualización hasta su ejecución, fomentando una mirada crítica y creativa del diseño editorial.

Objetivos Generales:

- Internalizar el concepto de maqueta como insumo pertinente, un boceto que permitirá visualizar y entender cómo será el proyecto gráfico.

¹ Reconocimiento oficial y validez nacional del título aprobado por Resolución ME N° 2833/23.

- Comprender el abordaje necesario a implementar, para llevar adelante proyectos de maquetación tanto bidimensionales como tridimensionales.
- Tomar conocimiento acerca de los diversos materiales existentes con los que se pueden trabajar los proyectos de comunicación visual para la presentación y comunicación de proyectos.

Contenidos Mínimos:

Relación entre diseño editorial y maquetación. Evolución en el proceso de maquetación. Factores del diseño: la proporción, el color, la tensión, el equilibrio y el movimiento. Diseño editorial en revistas. Tipos de diseños de revistas. Referencias. Las revistas digitales y su importancia actual. Elementos de publicación. Diseño editorial de periódicos. Los diarios, entre la información y la belleza gráfica. Los formatos de los diarios. Tendencias editoriales. Introducir publicidad en el proceso de maquetación. ¿Qué es la publicidad? Tipos. ¿Cómo introducir publicidad en medios impresos y medios digitales? Tipografías editoriales. La importancia del tamaño. Tipografía en los medios impresos y en medios digitales. ¿Qué es la ortotipografía? Microtipografía y macrotipografía. El ámbito de la maquetación en las redes sociales. ¿Qué es el redactor publicitario? Cómo llevar adelante la maquetación de diferentes soportes e insumos gráficos, tanto en la bidimensión, como en la tridimensión. Materiales más utilizados para maquetar, formas de trabajarlos y sus referencias comerciales.

Programa:

Unidad 1:

Introducción al diseño editorial. Definición y tipología de proyectos editoriales. Historia y evolución del diseño editorial y la tipografía.

Unidad 2

Tipografía en diseño editorial. El bloque de texto: interlínea, interpalabra, marginados. Jerarquía tipográfica y estilos: titulares, subtítulos, destacados, entresacados, créditos y pies de imagen. Cajas de texto: columnas, márgenes y calles. El signo tipográfico y su función. Operaciones tipográficas y relaciones texto-imagen. Legibilidad. Tipografía para pantalla y para impresión.

Unidad 3

Identidad visual en publicaciones. Conceptos de identidad y sistema. Desarrollo de identidad visual en publicaciones periódicas y digitales. Manuales de estilo editorial. La dirección de arte.

Unidad 4

Estructura y diagramación Grillas y retículas (simétrica, asimétrica, modular y compuesta) Componentes principales de una página. El interior de una publicación: portada, cabeceras, índices, portadillas, páginas de contenidos, páginas de apertura, sección de artículos y reportajes, páginas finales. Composición, ritmo y equilibrio visual

Unidad 5

Uso y tratamiento de la imagen en publicaciones impresas y digitales. Narrativa visual y contextos de aplicación. Integración de texto e imagen. Qué es y para qué se usa el diseño de la información. Las infografías.

Unidad 6

Exportación y preparación de archivos para impresión. Acabados y evaluación de calidad. Formatos y plataformas para publicaciones digitales Optimización de archivos para medios digitales.

Bibliografía:

Ambrose, Harris. (2008). Bases del diseño: Retículas - (Editorial Parramón)
Caldwell Cath, Zappaterra Yolanda. (2014). Diseño editorial - (Editorial Gustavo Gili)
Elam Kimberly. (2007). Sistemas reticulares - (Editorial Gustavo Gili)
Frutiger Adrián. (2007). El libro de la tipografía - Editorial Gustavo Gili)
Kane John. (2012). Manual de tipografía - (Editorial Gustavo Gili).
Llop Rosa. (2014). Un sistema gráfico para las cubiertas de libros - (Editorial Gustavo Gili)
Lupton Ellen. (2012). Pensar con tipos - (Editorial Gustavo Gili)

Objetivos pedagógicos:

- Entender la evolución histórica del diseño editorial y de la tipografía, analizando cómo los contextos culturales, sociales y tecnológicos han influido en su desarrollo.
- Establecer conexiones significativas entre los elementos visuales y su carga morfológica y semántica, identificando cómo estos contribuyen a la narrativa y funcionalidad del diseño.
- Comprender los principios básicos del diseño editorial, destacando la jerarquía visual, la legibilidad y la correcta elección y gestión de la tipografía en página.
- Crear diseños funcionales y comunicativos, adaptados a diversos tipos de publicaciones, como revistas, periódicos y diarios, equilibrando la belleza gráfica con la claridad informativa.
- Utilizar la tipografía de manera eficaz en medios impresos y digitales, asegurando su adaptabilidad y claridad en cada plataforma.
- Dominar conceptos como la microtipografía y macrotipografía, así como la ortotipografía, comprendiendo su impacto en la experiencia del lector y su aplicación en diferentes soportes.
- Gestionar los procesos de preimpresión, exportación de archivos y acabados, asegurando la calidad final del producto y su adecuación a las especificaciones técnicas.

Metodología de trabajo:

La metodología didáctica combina diversos enfoques para potenciar el aprendizaje. Se integran teoría y práctica a través de clases teóricas y ejercicios en taller, complementados con el trabajo grupal que promueve el diseño colaborativo y fomenta el análisis y el debate. Además, se desarrollan proyectos aplicados que permiten la creación de piezas tipográficas combinando conceptos teóricos con habilidades prácticas.

Será de gran importancia el uso de la plataforma de aulas virtuales del campus de la UNM, donde se trabajará material teórico en forma tanto sincrónica como asincrónica. En el aula virtual, las/os estudiantes contarán con recursos didácticos como

presentaciones audiovisuales para la visualización y análisis de ejemplos y guías de lectura para el análisis de materiales bibliográficos impresos y en línea.

Finalmente, el seguimiento continuo asegura una evaluación progresiva mediante consultas y devoluciones personalizadas.

Evaluación y aprobación

Para la aprobación de la asignatura, se adoptan las siguientes modalidades:

Por promoción directa:

Para aprobar la asignatura, el/la alumno/a deberá cumplir con los siguientes requisitos:

- a) Asistencia al 75% de las clases presenciales.
- b) Aprobación de los trabajos prácticos y la entrega final con una calificación de 4 (cuatro) o superior.