

UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS FACULTAD DE CIENCIAS Y EDUCACIÓN

Programa de Comunicación Social y Periodismo

Código SNIES: 106628

Calificado Resolución No. 29792 del 29 diciembre de 2017 - Ministerio de Educación Nacional

Misión

El Proyecto curricular de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas, en concordancia con la misión de la Universidad, orientada a "democratizar el acceso al conocimiento", se inscribe en la apertura de los estudios, la investigación, la formación académica y profesional de la comunicación y el periodismo en el ámbito de la ciudad-región. Con ello se busca, dado el actual contexto sociopolítico de la Nación y la urgencia de contribuir a un mejor vivir, el fortalecimiento de los procesos de democratización, cohesión, inclusión y reconstrucción del tejido social.

Visión

El proyecto curricular de Comunicación Social y Periodismo se inscribe en el marco de la excelencia, exaltando la calidad, basada en un programa de alto contenido social y humanístico, con metas de equidad y competitividad, que posibiliten un alto rendimiento de los egresados, fundamentalmente en competencias humanas y ciudadanas. En esta perspectiva, todo el currículo, los saberes, las aptitudes y actitudes están orientadas a la formación profesional e investigativa para el desarrollo social y cultural, generando un sentido de pertenencia y apropiación de la ciudad, la región y de una Colombia verdaderamente democrática con oportunidades para todos.

Perfil de Egreso

El egresado del Programa de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas será competente para:

- Investigar, procesar y divulgar comunicación e información de interés local, nacional, regional e internacional.
- Producir contenidos de alta calidad comunicativa y/o periodística, con nuevas estéticas y narrativas socioculturales de la Nación, la Ciudad-región y el mundo.
- Generar contenidos socioculturales y políticos que contribuyan a la construcción de una opinión pública de carácter democrática y social.
- Desarrollar programas comunicativos e informativos de divulgación de la ciencia, la cultura y el arte.
- Participar en la configuración de políticas públicas para formar nuevos actores sociales en la construcción de ciudadanías y el desarrollo social y cultural comunitario.
- Formular, gestionar y coordinar proyectos socioculturales de alto alcance e impacto en las dinámicas de desarrollo local y/o nacional.
- Dirigir y gestionar procesos comunicacionales de carácter estratégico, en organizaciones sociales y entidades públicas y privadas.
- Investigar desde las ciencias sociales y humanas en el campo de la comunicación y el periodismo y participar en redes de investigación interdisciplinarias.

1. IDENTIFICACIÓN DEL SYLLABUS

UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS FACULTAD DE CIENCIAS Y EDUCACIÓN

Programa de Comunicación Social y Periodismo

ASIGNATURA: Diseño y diagramación

CÓDIGO: 23931

SEMESTRE: Quinto

GRUPOS: 01 y 02

LÍNEA DE FORMACIÓN: Producción en medios

CICLO CURRICULAR: Ciclo de profundización

NÚMERO DE CRÉDITOS: 2

HTD: 2 HTC: 2 HTA: 5

2. DESCRIPCIÓN GENERAL

Este espacio académico está organizado comenzando por un breve recorrido histórico del diseño enfocado en la diagramación de publicaciones, para seguir con un análisis de cada uno de los principales elementos que intervienen en la configuración de una publicación, esto con la intención de que los estudiantes entiendan y puedan tomar decisiones de diseño de forma objetiva para resolver de forma precisa y clara las diversas necesidades o requerimientos de diseño planteados en los ejercicios de clase. En el desarrollo de estos ejercicios se les brinda el acercamiento a diversas herramientas y programas de diseño gratuito y en línea, lo que les da la libertad de poder desarrollar sus trabajos en cualquier lugar, sin depender de un equipo o programa en particular y se les invita a buscar recursos digitales con los que puedan trabajar y resolver sus trabajos sin aferrarse a una sola herramienta o equipo. Finalmente en grupos de trabajo se aborda un proyecto en el que se recorren las diversas etapas del proceso de diseño y diagramación de una publicación digital, creando un contenido propio y aprovechando los contenidos y recursos libres que se encuentran en internet para ampliar y enriquecer su capacidad de información, alcance y profundidad.

3. JUSTIFICACIÓN

Hay muchas maneras de transmitir un mensaje y a lo largo de la historia, en cada época, comprender los elementos que intervienen en ese proceso y organizar de forma adecuada la información es indispensable para lograr una buena comunicación.

Las primeras publicaciones se realizaron en las paredes, en la roca y en el barro cocido, posteriormente con el desarrollo de soportes livianos como el papel y la invención de la imprenta de tipos móviles los mensajes se pudieron distribuir de forma masiva, lo que amplió el acceso al conocimiento.

Los medios han ido cambiando, evolucionado, adaptándose y respondiendo de manera precisa y particular al comportamiento y necesidades de cada época y cultura. Es necesario por eso conocer los nuevos formatos, canales y medios y sus posibilidades ampliadas, tanto por la diversidad, la

UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS FACULTAD DE CIENCIAS Y EDUCACIÓN

Programa de Comunicación Social y Periodismo

libertad de acceso a los medios, como por las capas y niveles de enlace y de profundidad que permite la interacción con los contenidos digitales. Otros aspectos importantes de conocer son los programas especializados de diseño (las funciones y uso de los mismos), los medios de publicación y distribución y cada una de las etapas del proceso, que va desde la prefiguración en la etapa de diseño, pasa por la investigación para el desarrollo de los contenidos, la diagramación en la producción, hasta la distribución para llegar al público objetivo, que hoy en día también es partícipe al compartir, retroalimentar o incluso ayudar con su participación o financiación al desarrollo y continuidad de las publicaciones, gracias a la facilidad de acceso a esa inmensa red global que permite la conectividad simultánea de personas ubicadas en lugares distantes y diversos del mundo.

Sin embargo, si bien muchos de los elementos que intervienen en el diseño y diagramación de una publicación, como lo son las formas y sus atributos, los símbolos o letras que forman el alfabeto, el color y las imágenes se utilizan desde hace miles de años, su significado también ha evolucionado, y en esta época digital, en la que la información se genera y circula de manera más libre y masiva, la comprensión y dominio de estos elementos y su organización, tanto en los medios tradicionales como en los nuevos medios y formatos, se hace más indispensable que nunca para lograr que los mensajes sobrevivan en el maremágnum de información y publicaciones que se generan a cada segundo, debido al libre acceso que se tiene hoy en día a los medios masivos de comunicación en los dispositivos digitales.

4. OBJETIVOS DE FORMACIÓN

1. Identificar, comprender y aplicar principios de diseño y los principales elementos que se deben tener en cuenta en el proceso de diagramación de una publicación, de tal manera que las decisiones tomadas respondan de forma adecuada a la intención o necesidad comunicativa.
2. Reconocer los diferentes tipos de publicaciones y su uso de acuerdo con las necesidades de comunicación.
3. Conocer y utilizar herramientas y programas especializados de diseño.
4. Entender las diferentes etapas que hay en el proceso de diseño y diagramación de piezas comunicativas, así como los principales cambios que se han presentado con la tecnología digital.

5. RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Los resultados de aprendizaje son los enunciados que permiten identificar lo que se espera que el estudiante esté en capacidad de hacer, como resultado del proceso académico y las actividades de aprendizaje desarrolladas durante el semestre (Jenkins y Unwin, 2001).

Por tanto, se espera que el estudiante esté en capacidad de:(segun cada línea):

1. Aplica los principios de diseño en la elaboración de piezas comunicativas gráficas.
2. Utiliza las tipografía, comprendiendo lo que representan a nivel formal, estilístico, de época, para la construcción de un mensaje con una intención clara en la producción de significado.
3. Utiliza el color, comprendiendo lo que representa a nivel psicológico y simbólico, en las distintas épocas y contextos socioculturales, para la construcción de un mensaje con una intención clara en la producción de significado.
4. Utiliza la imagen, comprendiendo su poder comunicativo, para la construcción de un mensaje con una intención clara en la producción de significado.
5. Conoce, utiliza y comprende el funcionamiento de herramientas y programas especializados de diseño.

6. NÚCLEOS PROBLÉMICOS

- Identidad visual.
- Comunicación visual.
- Jerarquía y orden de lectura.
- Forma y estilo.
- Publicación de contenidos.

7. EJES TEMÁTICOS

- Percepción visual.

UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS FACULTAD DE CIENCIAS Y EDUCACIÓN

Programa de Comunicación Social y Periodismo

- Maquetación.
- Lenguaje análogo y digital.
- Fundamentos de diseño.
- Piezas comunicativas gráficas.

8. PLANEACIÓN GENERAL POR CRÉDITOS ACADÉMICOS

Semana	Temáticas	HTD	HTC	HTA	Evaluación
1	La identidad visual	2	2	2	Diseño de identificador
2	Imágenes rasterizadas	2	2	2	Ejercicio de edición de imagen.
3	Imágenes vectoriales	2	2	2	Ejercicio vectorial
4	Fundamentos de diseño	2	2	2	Ejercicio de diseño
5	La tipografía	2	2	2	Exposición de tipografía
6	El fotomontaje	2	2	2	Diseño de afiche
7	El formato	2	2	2	Diseño de afiche
8	La retícula	2	2	2	Ejercicio de diseño
9	El color	2	2	2	Exposición de color

**UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS FACULTAD
DE CIENCIAS Y EDUCACIÓN**

Programa de Comunicación Social y Periodismo

10	Vectorización	2	2	2	Diseño análogo a digital
11	La escala	2	2	2	Diseño de mural
12	La diagramación	2	2	2	Ejercicio de diseño
13	La portada	2	2	2	Diseño de portada
14	La página principal	2	2	2	Diagramación de página principal
15	Las páginas interiores	2	2	2	Diagramación de páginas interiores
16	La publicación	2	2	2	Publicación digital

9. COMPETENCIAS

Los estudiantes, de acuerdo con las necesidades de un mundo globalizado y de un mercado laboral y social cada vez más exigente, deberán estar en la capacidad de asumir y responder por las siguientes competencias:

En lo académico:

- Conocer los principios o fundamentos del diseño, y aplicarlos en la elaboración de piezas comunicativas.
- Plantear soluciones a problemas de comunicación visual, partiendo del análisis e interpretación de las necesidades propias de comunicación del ser humano, y tomando como insumos la imagen, el texto y la construcción narrativa para el diseño de piezas comunicativas.

UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS FACULTAD DE CIENCIAS Y EDUCACIÓN

Programa de Comunicación Social y Periodismo

- Identificar la relación que hay entre los conceptos y los elementos de diseño para la construcción de un adecuado discurso gráfico en la realización de cualquier tipo de proyecto de diseño.

En lo profesional:

- Transmitir ideas y conceptos de forma clara desde el diseño, la expresión y los códigos visuales, y hacerlo de forma autónoma, ética y responsable a través de medios analógicos y digitales.
- Participar en el desarrollo de proyectos de diseño y diagramación, asumiendo una actitud y cultura de trabajo colaborativo.

En lo investigativo:

- Atender con sus diseños a los cambios, las exigencias y las tendencias contemporáneas.
- Explorar los diferentes medios analógicos y digitales, y desarrollar su trabajo bajo criterios de creatividad, viabilidad, pertinencia e innovación.

10. METODOLOGIA.

(Descripción de la metodología de acuerdo a las modalidades de trabajo contenidas en la normatividad de la universidad: 1. Créditos académicos: trabajo directo, cooperativo y autónomo)

Trabajo Directo:

En las sesiones de clase de cuatro horas, se realiza inicialmente una introducción al tema, con una exposición por parte del docente; luego se revisa el tema y se debate con los estudiantes para mejor comprensión; en seguida se ejemplifica, para pasar a un ejercicio práctico en donde los estudiantes ponen a prueba sus capacidades, aplicando lo visto en el diseño de piezas comunicativas, finalmente se revisa, corrige y evalúa.

Trabajo cooperativo:

A lo largo del semestre y en cada uno de los cortes se realizan numerosos trabajos y actividades, tanto en clase como en casa por parte de los estudiantes. La mayoría de los trabajos son en grupo, ya que se utiliza una dinámica de trabajar como pequeñas empresas de diseño, lo que incentiva la colaboración y permite que compartan sus conocimientos.

Trabajo autónomo:

Aunque la mayoría de los trabajos que realizan los estudiantes de forma autónoma son en grupo, como continuación de lo visto en clase, finalización de ejercicios o trabajos de investigación para

UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS FACULTAD DE CIENCIAS Y EDUCACIÓN

Programa de Comunicación Social y Periodismo

la exposición de temas asignados, unos pocos de estos trabajos se realizan de manera individual, con la intención de realizar un seguimiento personalizado de los procesos.

11. EVALUACIÓN.

Seguimiento evaluativo en relación con las competencias y modalidades de trabajo contenidas en la normatividad de la universidad)

Se privilegia la evaluación formativa y se tendrá en cuenta las siguientes fechas para entrega de actividades:

Mediado por la: Heteroevaluación-Coevaluación-Autoevaluación Los indicadores son:

Primer corte	% de evaluación
Diseño de identificador	10 %
Exposición de tipografía	15 %
Diseño de afiche	15 %
Segundo corte	% de evaluación
Exposición de color	10 %
Diseño de mural	10 %
Diagramación de portada	10 %
Tercer corte	% de evaluación
Diagramación de página principal	10 %
Diagramación páginas interiores	10 %
Publicación de revista digital	10 %
Porcentaje total	100 %

Los criterios de evaluación son:

Puntualidad	Entrega el trabajo y lo presenta a tiempo.	15 %
Cumplimiento	Cumple con los parámetros del ejercicio.	25 %
Comprensión del tema	Muestra comprensión y dominio del tema y de los parámetros del ejercicio. Evidencia atención, participación en clase y resuelve las dudas que se le presentan.	30 %
Calidad	Su trabajo es cuidadoso, tiene buena presentación, coherencia y presenta un nivel elevado en el tratamiento de los elementos de diseño y en la aplicación de los fundamentos de diseño vistos en clase.	30 %

UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS FACULTAD DE CIENCIAS Y EDUCACIÓN

Programa de Comunicación Social y Periodismo

12. BIBLIOGRAFÍA, HEMEROGRAFIA, CIBERGRAFIA GENERAL Y/O ESPECIFICA:

Fundamental

1. Alberich, J., Gómez, D. Y Ferrer, A. (2013). Percepción visual. Edita FUOC, Fundació per a la Universitat Oberta de Catalunya.
2. Álvarez Fernandez, D. L. (2009). Diseño editorial: lo que debes saber. The Sign Haus.
3. Barnicoat, J. (2000). Los carteles su historia y su lenguaje. Editorial Gustavo Gili, SA.
4. Dondis, D. A. (2011). La sintaxis de la imagen: Introducción al alfabeto visual. Editorial Gustavo Gili, SL.
5. Ellison, A. (2008). Tipografía digital. Parramón Ediciones, SA.
6. Frutiger, A. (2005). Signos, símbolos, marcas, señales. Editorial Gustavo Gili, SL.
7. Garcia, A. (2009). El estilo suizo y la tipografía en su carteles. Catálogo de exposición, Barcelona.
8. Harris, P. y Ambrose, G. (2005). Color. Parramón Ediciones, SA.
9. Harris, P. y Ambrose, G. (2007). Fundamentos de la tipografía. Parramón Ediciones, SA.
10. Haslam, A. (2007). Creación, diseño y producción de libros. Blume, SL.
11. Heller, E. (2008). Psicología del color. Editorial Gustavo Gili, SL.
12. Meggs, P y Purvis, A. (2015) Historia del diseño gráfico. Ediciones Urano.

Complementaria

1. Baines, P. y Haslam, A. (2005). Tipografía: función, forma y diseño. Editorial Gustavo Gili, SA.
2. Bhaskaran, L. (2006). Qué es el diseño editorial. Rotovision, SA.
3. Blanco, D. (2010). Lettering. Links.
4. Leborg, C. (2006). Visual grammar. Princeton Architectural Press.
5. Gomez, B. y Vit, A. (2009). Graphic design referenced: a visual guide to the language applications and history of graphic design. Rockport Publishers, Inc.
6. Ruder, E. (2011). Typography: A manual of design. Verlag Niggli, AG.

Recursos Web:

Primer corte:

1. <http://rua.ua.es/dspace/handle/10045/52126>
2. <https://designer.gravit.io/>
3. <https://www.freepik.es/>
4. https://coeuropa.org.co/wp-content/uploads/2020/11/PreCampTPP_V2-2.pdf
5. <https://fonts.google.com/>
6. <https://web.dev/variable-fonts/>
7. <https://youtu.be/LCfBYE97rFk>

**UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS FACULTAD
DE CIENCIAS Y EDUCACIÓN**

Programa de Comunicación Social y Periodismo

Segundo corte:

8. <https://www.photopea.com/>
9. <https://pixabay.com/>
10. <https://www.pexels.com/>
11. <https://docplayer.es/24379194-Manual-corporativo-de-natgeo.html>
12. <https://editorial.udistrital.edu.co/mii.php>
13. <https://app.genial.ly/>

Tercer corte:

14. <https://vimeo.com/34608191>
15. <https://www.lipsum.com/>
16. <https://www.fotodng.com/revista-online-172>
17. <https://www.lucidpress.com/>

13. SOCIALIZACIÓN DEL SYLLABUS

FECHA: _____

NOMBRE DE ESTUDIANTE VEEDOR: _____ **ACUERDOS**

ADICIONALES:
