

## tp 3/10

**Título // Una nueva mirada**

Tiempo de realización > **dos clases**

Modalidad > **grupal (3 personas)**

### Objetivos >

- Detectar y definir características técnicas, formales y comunicacionales en diferentes diarios nacionales.
- Comprender estas características como el resultado de decisiones estratégicas que definen al producto en su contexto.

### Desarrollo del práctico >

El presente TP consiste en observar la presentación comercial impresa y la edición digital de los medios *Página/12, La Nación, Crónica y Clarín*, con el propósito de analizar las decisiones periodísticas y gráficas vinculándolas a los objetivos editoriales de la empresa.

El docente asignará UN diario a cada grupo.

### Secuencia de actividades >

**A.** Realizá un análisis que considere los siguientes puntos:

#### CUERPO PRINCIPAL DEL DIARIO

- *Formato* (en cm.) Cantidad de páginas. Secciones: importancia dada a cada una. Ubicación. Identificación.

- *Tapa*. Ubicación y tratamiento del rótulo. Relación texto-imagen.

- *Morfología*:

. Estructura de la página: Márgenes / Columnas / Calles. Modulación horizontal.

. Tipografías: cuerpos, variables, jerarquías.

. Imágenes: fotografías, ilustraciones, infografías, etc.

. Programa cromático y su utilización en imágenes y textos.

**SUPLEMENTOS** ¿Cuáles y para quién? Días en que se publican. Formato. Tipo de papel y encuadernación. Tapa. Identificación. Características visuales.

**COMPLEMENTOS**. Otros productos que pueden adquirirse junto con el medio.

**CLASIFICADOS**. Su sistematización

**ESPACIOS PUBLICITARIOS**. Ubicación, cantidad porcentual, tipo de anunciantes.

Compará el análisis anterior con las características de la edición digital. ¿Cuáles se mantienen? ¿Cuáles se modifican?

**B.** A partir del punto A, reflexioná y proponé un análisis relacionando las decisiones visuales que has descripto, con:

**COMITENTE** (Responsable de la empresa o grupo de empresas). Determiná cuál es la línea editorial. ¿Qué ofrece? ¿Cómo se diferencia de la competencia?

¿Cuál es el tratamiento de la noticia en cuanto a calidad, cantidad, vocabulario, diversidad, otros?

Estilo de redacción en notas y títulos.

**AUDIENCIA** (Segmento de la sociedad al que va dirigido el producto según criterios demográficos, geográficos y socioeconómicos) ¿Cómo caracterizarías el hipotético destinatario? ¿Qué busca el destinatario -o audiencia- con su adquisición?

**POSICIONAMIENTO EN EL MERCADO** (Lugar que ocupa el producto en la mente de las personas).

Establecé posición de líder, segunda marca, precio bajo, etc.

¿Cómo se traducen estos condicionantes en la propuesta gráfica del diario?

¿Cómo definirías la identidad del diario?

### Presentación >

Proponer una presentación para el informe que recupere rasgos de identidad del medio analizado.

### Lecturas obligatorias >

DIARIO. ficha de la cátedra **FW**

OLIVEIRA, Claudio. «Un proceso clave», en revista *Mercado* N° 8, pag. 12 a 17 **F**

TROUT, Jack. «Una batalla de ideas», en revista *Mercado* N° 3 pag. 4 a 7 **F**

FRASCARA, Jorge. (1993) «Definiendo la audiencia», en *TPG 21*, pag. 12 a 16 **F**

DE LORENZI, Miguel (1997) «Hoy los diseñadores de la prensa escrita», en *TPG 31*, pag. 16 a 23 **F**

*Complementarias:*

GONZALEZ, Horacio. (1999) «Verdad y medios», en *Tpg 41*, pag. 38 a 40 **F**

LEJTMAN, Roman. (1999) «Hombre al habla», en *Tpg. 39*, pag. 33 a 35 **F**

## tp 3/10

**Título // Una nueva mirada**

Tiempo de realización > **dos clases**

Modalidad > **grupal (3 personas)**

APELLIDO Y NOMBRE DEL ALUMNO

---

### CRITERIOS DE EVALUACIÓN

#### 1. Aspectos conceptuales

---

- Profundidad y precisión en el análisis. Consulta de fuentes bibliográficas
  - Ajuste de la investigación al enunciado del TP. Aportes originales
  - Claridad en los conceptos vertidos
- 

#### 2. Aspectos formales

---

- Pertinencia de los recursos gráficos utilizados para la presentación del informe relación a la identidad del diario
- 

3. **Calidad de presentación.** Prolijidad. Compromiso con la entrega.

---

4. **Participación en clase.** Cantidad / calidad de las intervenciones

---

**Completá con la nota que consideres merecer en cada ítem. Entregá esta ficha completa junto con el trabajo práctico**

La exposición de los criterios de evaluación tiene el objetivo de hacer conocer al alumno cuáles son los aspectos considerados por la cátedra para evaluar cada trabajo.

Al mismo tiempo, se convierten en una herramienta de autoaprendizaje que pretende dar cuenta de la posibilidad de objetivar el análisis crítico de una pieza de diseño. Por esto, es de mucha importancia que cada entrega esté acompañada de la autoevaluación realizada por el alumno.