

UNIDAD XOCHIMILCO		DIVISION CIENCIAS Y ARTES PARA EL DISEÑO		1/ 8
NOMBRE DEL PLAN MAESTRIA EN DISEÑO Y PRODUCCION EDITORIAL				
CLAVE	UNIDAD DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE		CREDITOS	30
340630	ORGANIZACION Y PREFIGURACION		TIPO	OBL.
H.TEOR.12.0	SERIACION 340629 Y AUTORIZACION		TRIM. III-VI	
H.PRAC. 6.0				

**OBJETIVO(S) :**

**OBJETIVO GENERAL:**

Que al final del curso el alumno sea capaz de conceptualizar y proponer formas de organización productiva, lógica, sintáctica, semántica y gráfica del contenido y la forma en los procesos y productos editoriales, mediante conceptos y técnicas para ordenar, editar, cuidar, corregir y desarrollar argumentos, textos, imágenes, diferentes estructuras de página, dispositivos lógico-tipográficos y formas de expresión.

**OBJETIVOS ESPECÍFICOS:**

Que al final del curso el alumno sea capaz de:

- I. Comprender los fundamentos, posibilidades, limitaciones, cánones y rupturas de la organización lógica y visual de la información en el espacio de la página o de la pantalla.
- II. Iniciar la concreción del marco teórico con la selección de los conceptos y teorías más relevantes para su proyecto de investigación y desarrollo.
- III. Conocer los procesos y técnicas de la organización lógica del texto, del marcado, la corrección, edición, intervención y cuidado de textos e imágenes.
- IV. Comprender el uso de la tipografía para construir dispositivos lógicos jerárquicos que apoyen tanto la organización lógica y el flujo de la comprensión del sentido como la composición gráfica de los textos.



UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA

APROBADO POR EL COLEGIO ACADEMICO  
EN SU SESION NUM. 306 y 307

EL SECRETARIO DEL COLEGIO

CLAVE 340630

ORGANIZACION Y PREFIGURACION

V. Conocer los elementos básicos de la organización productiva de las empresas editoriales.

**OBJETO DE TRANSFORMACIÓN:**

La organización de los procesos y productos editoriales, la organización lógica, semántica, sintáctica y ortográfica de la información textual, visual y sus presencias perceptibles, y la organización funcional de la empresa editorial.

**PROBLEMA EJE:**

La organización de los elementos del proceso o producto editorial; definir cómo hacer y cómo decir; la organización lógica, semántica, sintáctica y ortográfica de la información en el espacio de la página o de la pantalla, el dispositivo lógico-tipográfico, la corrección y edición de textos e imágenes, y la distribución de tareas, autoridades, responsabilidades y recursos.

**OBJETIVO DE PROCESO:**

Iniciar la concreción del marco teórico con la selección de los conceptos y teorías más relevantes para su proyecto de investigación y desarrollo. Enfrentar una situación comunicativa determinada, de acuerdo con los resultados del análisis y la formulación estratégica previos, para tomar decisiones de organización del proceso editorial, mediante la aplicación apropiada de conceptos y herramientas que permitan organizar el todo y las partes manteniendo la coherencia del sentido.

**CONTENIDO SINTETICO:**

1. Seminario eje: modos de estructurar la información en la página o en la pantalla; modos de organizar los argumentos: expresión subjetiva y objetiva, primera, segunda y tercera persona, simultaneidad y linealidad, experiencias episódicas y relaciones semánticas, dirigirse o no dirigirse abiertamente al auditorio; ejercicios escritos y gráficos de combinación de posibilidades narrativas y argumentativas, textuales y visuales, para ayudar a persuadir a los lectores.
2. Seminario de investigación: concreción del marco teórico con la selección de los conceptos y teorías más relevantes para establecer el estado del arte, determinar la aportación potencial, y darle sentido y fundamento al proyecto de investigación y desarrollo.



UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA

APROBADO POR EL COLEGIO ACADEMICO  
EN SU SESIÓN NUM. 306 y 307

EL SECRETARIO DEL COLEGIO

CLAVE 340630

ORGANIZACION Y PREFIGURACION

3. Marcado, edición y corrección: procesos, técnicas, métodos y limitaciones de la intervención, revisión, corrección, edición y marcado de textos e imágenes; criterios y estilos editoriales; deles y signos de corrección; problemas y casos específicos.
4. Tipografía, organización y composición de textos: organización lógica, dispositivo lógico-tipográfico y orden espacial; composición visual y textura tipográfica de la página; metaforización tipográfica; estructura y diseño de las letras; sentido lógico y visual del texto compuesto en tipografía; clasificaciones tipográficas y tipometría; problemas específicos de estilo tipográfico.
5. Elementos de organización productiva editorial: organización de la empresa editorial y de servicios editoriales; división y organización del trabajo; procesos, tiempos y movimientos en el trabajo editorial; organigramas, funciones, perfiles de puestos, autoridad, responsabilidad y competencias laborales.

**MODALIDADES DE CONDUCCION DEL PROCESO ENSEÑANZA-APRENDIZAJE:**

Esta UEA se podrá operar de manera presencial, semipresencial o a distancia, con lecturas y trabajo de investigación a cargo del alumno.

El eje de la UEA será el seminario de organización y prefiguración de procesos y productos editoriales, al cual apoyarán los cursos paralelos sobre marcado, edición y corrección, tipografía, organización y composición de textos, organización funcional de la empresa, y el seminario de investigación.

El seminario eje estará enfocado principalmente a la discusión de conceptos teóricos fundamentales y al análisis de ejemplos concretos de su aplicabilidad en casos particulares, con énfasis en el pensamiento y la acción organizativos.

Los cursos de apoyo podrán operar simultáneamente o no, o durar sólo una parte del trimestre; su labor se centrará en los conceptos y herramientas que cada uno plantea, orientados a su aplicación en el seminario eje, que es el único curso que puede involucrar al alumno en proyectos reales o simulados para poner en práctica las técnicas y conceptos adquiridos, y en el seminario de investigación, donde se brindará asesoría colectiva e individual al alumno en el desarrollo de su Idónea Comunicación de Resultados.

**MODALIDADES DE EVALUACION:**

UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA

APROBADO POR EL COLEGIO ACADEMICO  
EN SU SESION NUM. 306 y 307

EL SECRETARIO DEL COLEGIO

CLAVE 340630

ORGANIZACION Y PREFIGURACION

- a) Participación en clases y trabajos del seminario eje: 40% de la evaluación.
- b) Participación en clases y trabajos de los cursos de apoyo y del seminario de investigación: 40% de la evaluación, dividido en 10% para cada curso de apoyo y para el seminario de investigación, siempre que se demuestre que existe capacidad para aplicar y relacionar entre sí los conceptos adquiridos en los cursos de apoyo, y éstos con los del seminario.
- c) Réplica 20% de la evaluación. Para aprobar la unidad de enseñanza-aprendizaje será indispensable tener una evaluación aprobatoria en todos los seminarios y cursos de apoyo, demostrando la capacidad de relacionar y aplicar todos los conceptos, y un avance significativo en el desarrollo de la ICR.

**BIBLIOGRAFIA NECESARIA O RECOMENDABLE:**

BARVO, C. (1996). Manual de edición. Guía para autores, editores, correctores de estilo y diagramadores. Bogotá: Cerlalc/UNESCO.

BRINGHURST, R. (2004). The solid form of language. Kentville, NS: Gaspereau Press.

- (2008). Los elementos del estilo tipográfico. México: FCE/Libraria.

CARLINO, P. (2007). Escribir, leer y aprender en la universidad. Una introducción a la alfabetización académica. Buenos Aires: FCE.

CHIAVENATO, I. (2000). Introducción a la teoría general de la administración. México: McGraw-Hill.

DESSLER, G. (2004). Administración de recursos humanos. México: Pearson.

EL PAÍS (1996). Libro de estilo. Madrid: El País-Siruela.

ESQUEDA, R. (2003). El juego del diseño. Un acercamiento a sus reglas de interpretación creativa. México: Designio-Encuadre.

GELFAND, H., y C. J. WALKER (2004). Manual de estilo de publicaciones de la American Psychological Association. México: El Manual Moderno.

GIBALDI, J. (2003). MLA Handbook for Writers of Research Papers. Nueva York: MLA.



Casa abierta al tiempo

UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA

APROBADO POR EL COLEGIO ACADEMICO  
EN SU SESION NUM. 306 y 307

EL SECRETARIO DEL COLEGIO

CLAVE 340630

ORGANIZACION Y PREFIGURACION

LÖWGREN, J., y E. STOLTERMAN (2004). Thoughtful Interaction Design: A Design Perspective on Information Technology. Cambridge, MA: MIT Press.

MIJKSENAAR, P. (2001). Una introducción al diseño de la información. México: Gustavo Gili.

NIELSEN, J. (2002). Usabilidad. Diseño de sitios web. Madrid: Prentice.

SCOLARI, C. (2004). Hacer clic: hacia una sociosemiótica de las interacciones digitales. Barcelona: Gedisa.

SECO, M. (1992). Diccionario de dudas y dificultades de la lengua española. Madrid: Espasa Calpe.

SELECCIONES DEL READER'S DIGEST (1977). La fuerza de las palabras. México: SRD.

SHARPE, L. T. e I. GUNTHER (2005). Manual de edición literaria y no literaria. México: FCE.

TURKLE, S. (1997). La vida en la pantalla. La construcción de la identidad en la era de internet. Barcelona: Paidós.

WEILDON, C. (1995). Type and layout: How typography and design can get your message across-or get in your way. Berkeley, CA: Strathmoor Press.

WILDBUR, P. y M. BURKE (1998). Infografía. Soluciones innovadoras en el diseño contemporáneo. Barcelona: Gustavo Gili.

WOLL, T. (2005). Editar para ganar. Estrategias de administración editorial. México: Librería/FCE.

#### BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA:

BLANCHARD, G. (comp.) (1988). La letra. Barcelona: CEAC.

CASTELLS, M. (2002). La era de la información: la sociedad red. México: Siglo Veintiuno.

CAVANAUGH, S., y K. OYER. (1996). Digital Type Design Guide: The Page Designer's Guide to Working With Type. Indianápolis: Hayden Books.

CHAMOUN, Y. (2002). Administración profesional de proyectos. La guía. México:



Casa abierta al tiempo

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA

APROBADO POR EL COLEGIO ACADÉMICO  
EN SU SESIÓN NUM. 306 y 307

EL SECRETARIO DEL COLEGIO

CLAVE 340630

ORGANIZACION Y PREFIGURACION

McGraw-Hill.

CHIAVENATO, I. (2002). Administración en los nuevos tiempos. Bogotá: McGraw-Hill.

- (2002). Administración, proceso administrativo. Bogotá: McGraw-Hill.

- (2002). Gestión del talento humano. Bogotá: McGraw-Hill.

CLAIR, K. (1999). A Typographic Workbook. Nueva York; Wiley & Sons.

DE BUEN, J. (2000). Manual de diseño editorial. México: Santillana.

EARLS, D. (2002). Designing Typefaces. Gloucester, MA: Rockport.

ESCORIZA, D. (1998). Manual de estilo de Editorial Planeta. Barcelona: Planeta.

FELICI, J. (2003). The complete manual of typography. Berkeley: Adobe Pressbook.

FONDO DE CULTURA ECONÓMICA (1996). Prontuario de normas editoriales y tipográficas. México: FCE.

FRASCARA, J. (ed.), Design and the Social Sciences: Making Connections. Londres: Taylor and Francis.

FRIEDL, F. et al. (1998). Typography, when, who, how. Colonia: Konemann.

FRUTIGER, A. (2002). En torno a la tipografía. Barcelona: Gustavo Gili.

GIDO, J., y J. CLEMENTS (2003). Administración exitosa de proyectos. México: Thomson.

GILL, E. (1988). An Essay on Typography. Boston: David R. Godine.

GILLI, J. J. (coord.) (2000). Diseño y efectividad organizacional. Buenos Aires: Macchi.

GROUPE μ (1987). Retórica general. Barcelona: Paidós.

HALEY, A. (1990). The ABC's of Type. Nueva York: Watson-Guptill.

HARRIS, R. (1999). Signos de escritura. Barcelona: Gedisa.



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA

APROBADO POR EL COLEGIO ACADEMICO  
EN SU SESION NUM. 3069/07

EL SECRETARIO DEL COLEGIO

CLAVE 340630

ORGANIZACION Y PREFIGURACION

HERNÁNDEZ Y RODRÍGUEZ, S. (2002). Administración, pensamiento, proceso, estrategia y vanguardia, México: McGraw-Hill.

JURY, D. (2004). About Face. Reviving the Rules of Typography. Londres: Rotovision.

KAYE, J. R. (2002). Design basics: ideas and inspiration for working with layout, type and color in graphic design. Gloucester: MA: Rotovision.

KLOSS, G. (2002). Entre el diseño y la edición. Tradición cultural e innovación tecnológica en el diseño editorial. México: UAM-X.

KOONTZ, H. (2001). Elementos de administración. México: McGraw-Hill.  
- (2004). Administración, una perspectiva global. México: McGraw-Hill.

LA NACIÓN (1996). Manual de estilo y ética periodística. Buenos Aires: Espasa Calpe.

LANDOW, G. (1997). Teoría del hipertexto. Barcelona: Paidós.  
- (comp.) (1995). Hipertexto. La convergencia de la teoría crítica contemporánea y la tecnología. Barcelona: Paidós.

LANSDALE, M. W., y T. C. ORMEROD (1994). Understanding interfaces: A Handbook of human-computer interaction. Londres: Academic Press.

LAWSON, A. S. (1990). Anatomy of a Typeface. Boston: David R. Godine.

LEWIS, J. (1974). Principios básicos de tipografía. México: Trillas.

LOCKWOOD, R. (1992). El diseño de la noticia. Barcelona: Ediciones B.

LÓPEZ RUIZ, M. (1998). Normas técnicas y de estilo para el trabajo académico. México: UNAM.

LOXLEY, S. (2004) Type: The Secret History of Letters. Londres: I. B. Tauris.

LUGO PEÑA, E. (1992). Preparación de originales para publicar. Manual del autor de textos científicos y educacionales. México: Trillas.

LYNCH, P., y S. HORTON (2004). Manual de estilo web. Barcelona: Gustavo Gili.

MARCH, M. (1989). Tipografía creativa. Barcelona: Gustavo Gili.



Casa abierta al tiempo

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA

APROBADO POR EL COLEGIO ACADÉMICO  
EN SU SESIÓN NUM. 306 y 307

EL SECRETARIO DEL COLEGIO

CLAVE 340630

ORGANIZACION Y PREFIGURACION

MARCUS, A. (1992). Graphic design for electronic documents and user interfaces. Nueva York: ACM Press.

MERCADO, S. (2004). Administración de recursos humanos. México: PAC.

MUÑOZCANO, F. de M., e I. MORENO (1990). Recomendaciones en torno de la elaboración de artículos. México: CCH-UNAM.

MURRAY, J. H. (1999). Hamlet en la holocubierta. El futuro de la narrativa en el ciberespacio. Barcelona: Paidós.

NORMAN, D. (1998). The Design of Everyday Things. Cambridge, MA: MIT Press.

PAPE, I. (1992). Designers mix & match type. Vancouver: Raincoast.

PERELMAN, C., y L. OLBRECHTS-TYTECA (1989). Tratado de la argumentación. Madrid: Gredos.

SANTAMARÍA, F. (1992). Diccionario de mejicanismos. México: Porrúa.

SCHEMERHORN, J. R. (2001). Administración. México: Limusa-Wiley & Sons.

SOGREN, P. (1995). Type & Typography. Copenhagen: Danish Design Centre.

THOMSON, A. y A. J. STRICKLAN (2004). Administración estratégica. México: McGraw-Hill.

TSCHICHOLD, J. (1967). Asymmetric typography. Toronto: Faber & Faber.

– (1998). The New Typography. Berkeley CA: University of California Press.

UNESCO (1994). Profession: éditeur. Édition et gestion. Montreal: Hurtubise HMH.

VARIOS AUTORES (2003). Ensayos sobre diseño tipográfico en México. México: Designio-Encuadre.

– (2004). Ensayos sobre tipografía y lenguaje. México: Designio-Encuadre.

WESTON, A. (2002). Las claves de la argumentación. Barcelona: Ariel.

WHITE, A. (1987). How to spec type. Nueva York: Watson-Guption.



Casa abierta al tiempo

UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA

APROBADO POR EL COLEGIO ACADEMICO  
EN SU SESION NUM. 306 y 307

EL SECRETARIO DEL COLEGIO