



Ministerio de Cultura y Educación
Universidad Nacional de San Luis
Facultad de Ciencias Humanas
Departamento: Fonoaudiología y Comunicación
Area: Formación en Medios

(Programa del año 2011)
(Programa en trámite de aprobación)
(Presentado el 18/03/2011 01:25:00)

I - Oferta Académica

Materia	Carrera	Plan	Año	Período
COMUNICACION GRAFICA	LIC. EN COMUNICACION SOCIAL	09/07	2011	1° anual

II - Equipo Docente

Docente	Función	Cargo	Dedicación
CANGIANO, CARLOS NUNCIO	Prof. Responsable	P.Adj Exc	40 Hs
RODONI, CECILIA LORENA	Auxiliar de Práctico	A.1ra Semi	20 Hs
SUAREZ DI GENARO, MARIELA FERN	Auxiliar de Práctico	A.1ra Semi	20 Hs

III - Características del Curso

Credito Horario Semanal				
Teórico/Práctico	Teóricas	Prácticas de Aula	Práct. de lab/ camp/ Resid/ PIP, etc.	Total
4 Hs	2 Hs	2 Hs	Hs	4 Hs

Tipificación	Periodo
C - Teoría con prácticas de aula	Anual

Duración			
Desde	Hasta	Cantidad de Semanas	Cantidad de Horas
18/03/2011	19/11/2011	30	120

IV - Fundamentación

Comunicación Gráfica (CG) tiene por objetivos amplios, entre los asignados por el Plan de Estudios, aplicar e integrar los lenguajes que le son específicos, además de analizar y desarrollar las virtualidades que hacen de las producciones gráficas una forma omnipresente de comunicación con indudable incidencia social.

La comunicación gráfica se enmarca hoy en el competitivo mundo de los sistemas comunicacionales: un panorama dinamizado por los constantes desarrollos tecnológicos y condicionado por uno de sus propios efectos, la cultura de la imagen, efecto éste capaz de impactar hasta en las mismas disposiciones perceptivas. Un panorama que, en definitiva, está en función de los multiformes procesos discursivos que invaden el espacio público.

Ello demanda que las competencias puestas en juego en las distintas modalidades de la gráfica durante sus instancias de producción no se limiten a mero conocimiento técnico, sino que se articulen con actitud estratégica para la producción de sentido. Con ese fin resulta también pertinente iluminar tales competencias con algunos enfoques, particularmente semióticos, pragmáticos, lingüísticos, retóricos y de la imagen visual, en tanto brindan sustento teórico y elementos de análisis para la inteligencia de las fases de creación y puesta en escena de los mensajes, formatos y medios gráficos.

CG pretende, en fin, contribuir a que los estudiantes de la Licenciatura en Comunicación Social desarrollen conocimientos, herramientas y estrategias que los hagan competentes para planificar y elaborar mensajes y productos gráficos impresos, sean informativos, persuasivos o instruccionales.

V - Objetivos / Resultados de Aprendizaje

Como objetivos fundamentales se pretende que los alumnos logren:

Reconocer las propiedades, características y posibilidades de la comunicación gráfica.

Analizar las producciones gráficas según su incidencia social, cultural y educativa.

Concebir la comunicación gráfica, sus fases de producción y sus recursos en orden a las funciones informativas, persuasivas e instruccionales.

Dominar estrategias para la producción de sentido mediante la instrumentación de los códigos y recursos específicos de la gráfica, según los diversos objetivos comunicacionales.

Articular los componentes textuales, paratextuales, tipográficos e iconográficos en función de los tipos de mensajes, los usos vigentes y los procesos de percepción y lectura.

Aplicar los criterios y técnicas básicas de diagramación y diseño de materiales gráficos.

Integrar los componentes lingüísticos, de imagen y de diagramación mediante la edición de piezas de impresión.

VI - Contenidos

UNIDAD 1: La comunicación gráfica y las fases de producción

Introducción a la planificación de la comunicación. Las hipótesis de trabajo: demanda y posibilidad; resolución de problemas comunicacionales y publicaciones. Etapas de la producción gráfica, roles y recursos. Ámbitos de realización e incidencia. Las publicaciones periodísticas y sus géneros; organización taxonómica.

UNIDAD 2: Estrategias lingüísticas para la producción de sentido

Enfoque semántico y pragmático del léxico y la sintaxis; significado y sentido. Percepciones del mundo, tipificaciones y creencias en relación con el lenguaje. La carga semántica y valorativa de las palabras; los campos semánticos. Las presuposiciones. Aplicación de las funciones del lenguaje.

Algunos recursos particulares para la producción de efectos de sentido: Las modalidades enunciativas y su uso en la titulación; las variaciones sintácticas. La atribución de actos de habla. Introducción a las operaciones y niveles retóricos; la noción de grado cero. Partículas, palabras y expresiones con efecto argumental.

Introducción a la comunicación persuasiva: enfoques, recursos lingüísticos y tonos argumentales.

La comunicación instruccional; requerimientos verbales y sintácticos. Secuencia y organización.

UNIDAD 3: La imagen en la composición y determinación del sentido

Imagen, percepción y semiosis. Los recursos básicos de la imagen y sus propiedades semánticas y pragmáticas: punto, líneas, colores. Figuras, pictogramas e indicadores de acción. Función referencial y conativa de los signos. Articulación semántico pragmática entre imagen y texto; proporciones, emplazamientos y condiciones de lectura; contextualizaciones temáticas y espaciales. Construcciones retóricas. Estética y comunicación.

Composiciones informativas, persuasivas e instruccionales; gráficos y diagramas; reconocimiento de sistemas convencionales representativos y normativos.

UNIDAD 4: Diagramación de los productos gráficos

Formatos y superficies. Retículas. Medición de materiales.

La tipografía, sus características y normas básicas de uso. Usos en texto y paratexto. Convenciones notacionales; usos en siglas y referencias bibliográficas.

Criterios básicos de diagramación. La composición de texto, paratexto e imagen. Las piezas en función del uso, el emplazamiento y la visualización. Folletos, volantes, afiches, pósters, fascículos.

Superficie redaccional, publicitaria y administrativa en los periódicos. El ordenamiento de la lectura; recursos de jerarquización; distribución de la información y la opinión; contenidos periodísticos y contenidos publicitarios.

VII - Plan de Trabajos Prácticos

UNIDAD 1: Reconocimiento general de las instancias de producción en base a la bibliografía, con análisis de piezas y medios gráficos. Ejercicios de planificación para la resolución comunicacional de casos.

UNIDAD 2: Ejercicios en orden a producir diversos efectos de sentido, mediante la aplicación de estrategias y de recursos de la lengua.

Reconocimiento y aplicación de los conceptos propuestos. Aproximaciones al tratamiento y usos publicitarios, concientizadores y periodísticos.

Análisis y producción de mensajes persuasivos breves y de textos instruccionales.

UNIDAD 3: Reconocimiento y ejercitación en los niveles de representación semántica y pragmática de las imágenes.

Análisis de tendencias de uso en diarios, revistas, piezas publicitarias y gráfica alternativa. Reconocimiento de sistemas de representación.

Producción de integración parcial: elaboración de piezas con función informativa, persuasiva e instruccional.

UNIDAD 4: Elaboración de retículas y ensayos de diagramación de páginas en las variantes planteadas en el curso.

Identificación y aplicación de reglas tipográficas. Análisis y aplicación de criterios notacionales en textos y paratextos. Análisis comparativo de diarios y revistas. Relevamiento de piezas alternativas.

TRABAJO FINAL INTEGRADOR: los alumnos deben investigar, a elección, sobre temáticas propuestas por la cátedra, ligadas a la gráfica, como la historia de la imprenta, las tecnologías de impresión, las diversas innovaciones y tendencias de circulación de los textos, sus incidencias sociales, y las producciones periodísticas nacionales y locales. Con esos contenidos ejecutan las etapas de la producción gráfica, que incluyen la edición de textos y paratextos, la selección de imágenes, la diagramación y la impresión, cuyo resultado es un fascículo de divulgación con características de colección.

VIII - Regimen de Aprobación

El régimen de CG es de regularidad, encuadrado en la Ord 13/03 CS.

La Regularidad exige: Aprobación del 100 % de los trabajos prácticos con nota mínima 4 (cuatro). Supone la posibilidad de recuperar un máximo de cuatro prácticos (a razón de sólo dos por cuatrimestre), con una sola instancia para cada uno de ellos. Aprobación de dos parciales (uno por cuatrimestre) con nota mínima 4 (cuatro) en cada uno, y con una posibilidad de recuperación por cada parcial. Previo a cada parcial el alumno deberá tener aprobados todos los prácticos correspondientes al respectivo cuatrimestre.

A su vez, el cursado del segundo cuatrimestre supone haber satisfecho los requisitos de regularidad del primero (todos los prácticos y el parcial aprobados).

Aprobación de un trabajo final de integración con nota mínima 7 (siete).

La asistencia mínima requerida es del 80%.

Libres: En esta condición quedan quienes no alcanzan las condiciones mínimas para la regularidad. Pero CG no admite esta condición (Ress. 1160/07, 1687/08, etc.), pues es un curso orientado al dominio de estrategias para la producción: sus contenidos deben ser articulados y aplicados de manera práctica, lo que de modo constante requiere tanto la dedicación del alumno a la ejercitación, como el acompañamiento del equipo docente. Además, exige instancias de integración, igualmente ligadas a la producción, que por otra parte suponen un natural proceso de maduración, y éstas son circunstancias que acentúan la demanda de participación. Obviamente, la condición de libre no propicia ninguna de estas posibilidades.

IX - Bibliografía Básica

- [1] AICHER, O., KRAMPEN, M., Sistemas de signos en la comunicación visual (Gili, México, 4ª ed., 1995)
- [2] CARTER, R., Diseñando con tipografía (Rotovisión/ Documenta, Buenos Aires, 1999)
- [3] CLARÍN, Manual de estilo (Aguilar, Bs. As., 1997)
- [4] COSTA, J., Diseñar para los ojos (Grupo Editor Desing, La Paz, 2003, 2ª ed)
- [5] DRUETTA, S., SAUR, D., Manual de producción de medios gráficos (Comunicarte, Córdoba, 2003)
- [6] GRUPO μ, Tratado del signo visual (Cátedra, Madrid, 1993)
- [7] JUTE, A., Retículas (Rotovisión, Bandon, 1998)
- [8] LEDESMA, M. LOPEZ, M., Comunicación para diseñadores (FADU, Buenos Aires, 2004)
- [9] MARAFIOTI, R. (comp), Recorridos semiológicos. Signos, enunciación y argumentación (Eudeba, Buenos Aires, 3ªr., 2001)
- [10] MARÍN, M., Lingüística y enseñanza de la lengua (Aique, Buenos Aires, 1999)
- [11] MARRO, M., DELLAMEA, A., Producción de textos. Estrategias del escritor y recursos del idioma (Docencia, Buenos Aires, 1993)
- [12] MARTÍN AGUADO, J., ARMENTÍA VIZUETA, J., Teconología de la información escrita (Síntesis, Madrid, 1995)
- [13] PALMIERI, R., En pocas palabras (La Crujía, Bs. As., 2001)
- [14] REARDON, K., La persuasión en la comunicación (Paidós, Barcelona, 1991)
- [15] SEXE, N., Diseño.com (Paidós, Buenos Aires, 2001)
- [16] SILVESTRI, A., Discurso instruccional (UBA, Oficina de Publicaciones, Bs.As., 1995)
- [17] TODOROV, T., Mikhail Bajtín, El principio dialógico (Univ. Nac. de Córdoba)
- [18] ZECCHETTO, V. y otros, Para mirar la imagen (Ed. Don Bosco, Bs. As., 1986)

X - Bibliografía Complementaria

- [1] ARFUCH, L. y otros, Diseño y comunicación (Paidós, Buenos Aires, 2003)
- [2] ATORRESI, A., Lengua y literatura. Los estudios semióticos (Conicet, Bs. As., 1996)
- [3] BARTHES, R., Lo obvio y lo obtuso, imágenes, gestos, voces (Paidós, Barcelona, 1986)
- [4] BERGER, P., LUCKMANN, T., La construcción social de la realidad (Amorrortu, Bs. As., 1968)

- [5] BROWN, J., técnicas de persuasión (Alianza, Madrid, 4ª, 1991)
- [6] CANGA LAREQUI, J., El diseño Periodístico en Prensa Diaria (Bosch, Barcelona, 1994)
- [7] CASTELLI, E., Manual de periodismo. Teoría y técnica de la comunicación (Plus Ultra, Bs. As., 3ªed., 1993)
- [8] Curso práctico de Diseño Gráfico por ordenador, Tomo III, Fotografía y color
- [9] DE FLEUR, M., BALL-ROKEACH, S., Teorías de la comunicación de masas (Paidós, Barcelona, 4ªed., 1ª reimpr., 1986)
- [10] ECO, U., Semiología de los mensajes visuales en: Análisis de las imágenes (Tiempo Contemporáneo, Bs. As., 1975) 23-65
- [11] FIORAVANTI, G., Diseño y reproducción (Gili, Barcelona, 1988)
- [12] FRASCARA, Diseño gráfico y comunicación (Infinito, Bs. As., 4ª 1994)
- [13] FRASCARA, El poder de la imagen (Infinito, Buenos Aires, 1999)
- [14] GARCÍA, M., Diseño y remodelación de periódicos (Univ. de Navarra, 1982)
- [15] GRUPO μ, Retórica general (Paidós, Barcelona, 1987)
- [16] KERBRAT-ORECCHIONI, C., La enunciación. De la subjetividad en el lenguaje (Hachette, Buenos Aires, 1987)
- [17] LA MANIGUETA, Guía gráfica (publicación periódica)
- [18] LA NACIÓN, Manual de Estilo y Ética periodística (Espasa, Buenos Aires, 1997)
- [19] LITTLEWOOD, W., La enseñanza comunicativa de idiomas (Cambridge, Cambridge U.P., 1996)
- [20] MARTIN VIVALDI, G., Curso de redacción (Paraninfo, Madrid, 33ª ed., 2000)
- [21] MEGGS, B., Historia del diseño gráfico (Trillas, México, 1991)
- [22] PELTZER, G., Periodismo iconográfico (Rialp, Madrid, 1991)
- [23] ULANOVSKY, C., Paren las rotativas (Espasa, Bs. As., 1997)
- [24] Van DIJK, T., La ciencia del texto (Paidós, Barcelona, 1997 en su 5ª edición -4ª reimpresión- española; 1978 en su primera edición original)
- [25] ZECCHETTO, V., La danza de los signos (La Crujía, Bs. As., 2006)

XI - Resumen de Objetivos

Como objetivos fundamentales se pretende que los alumnos logren:

Reconocer las propiedades, características y posibilidades de la comunicación gráfica.

Analizar las producciones gráficas según su incidencia social, cultural y educativa.

Concebir la comunicación gráfica, sus fases de producción y sus recursos en orden a las funciones informativas, persuasivas e instructivas.

Dominar estrategias para la producción de sentido mediante la instrumentación de los códigos y recursos específicos de la gráfica, según los diversos objetivos comunicacionales.

Articular los componentes textuales, paratextuales, tipográficos e iconográficos en función de los tipos de mensajes, los usos vigentes y los procesos de percepción y lectura.

Aplicar los criterios y técnicas básicas de diagramación y diseño de materiales gráficos.

XII - Resumen del Programa

UNIDAD 1: Comunicación gráfica y nociones sobre los procesos y las fases de la producción.

UNIDAD 2: Propiedades y estrategias de lenguaje para la producción de sentido. Modalidades de enunciación, de enunciado y de mensaje. Actos de habla. La persuasión y sus enfoques. Estrategias y actitudes argumentativas. Operaciones y niveles retóricos. Los mensajes instruccionales.

UNIDAD 3: La imagen en la composición del mensaje gráfico. Enfoque semántico y pragmático. Función referencial y conativa. Construcciones retóricas. La imagen y el texto. Sistemas sémicos de representación.

UNIDAD 4: Diagramación de los productos gráficos. Retículas. Medición de materiales. La tipografía, normas y usos.

Convenciones notacionales. La composición de texto, paratexto e imagen. Las piezas en función del uso, el emplazamiento y la visualización. Tratamiento de las superficies en los periódicos.

XIII - Imprevistos

CG es curso de 3er año del Plan 09/07.

XIV - Otros

--

ELEVACIÓN y APROBACIÓN DE ESTE PROGRAMA	
	Profesor Responsable
Firma:	
Aclaración:	
Fecha:	