Ministerio de Cultura y Educación
Universidad Nacional de San Luis
Facultad de Ciencias Humanas
Departamento: Comunicación
Area: Area 7:Estrategias de Producción

(Programa del año 2016)
(Programa en trámite de aprobación)
(Presentado el 18/03/2016 00:46:50)

I - Oferta Académica

Materia	Carrera	Plan	Año	Período
COMUNICACION GRAFICA	LIC. EN COMUNICACION SOCIAL	09/07	2016	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	JTP Exc	40 Hs
SUAREZ DI GENARO, MARIELA FERN	Auxiliar de Práctico	A.1ra Exc	40 Hs

III - Características del Curso

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

Tipificación	Periodo
C - Teoria con prácticas de aula	Anual

Duración			
Desde	**Hasta**	**Cantidad de Semanas**	**Cantidad de Horas**
14/03/2016	22/11/2016	30	120

IV - Fundamentación

Comunicación Gráfica (CG) tiene por objetivos amplios, entre los asignados por el Plan de Estudios, aplicar e integrar los lenguajes y asimismo los recursos 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 al mero conocimiento técnico, sino que se articulen con actitud estratégica para la producción de sentido. Se trata de sentar las bases de un saber hacer que a la vez esté capacitado para justificar sea los procedimientos, sea la funcionalidad de los lenguajes específicos, como sustento conceptual de las opciones adoptadas en las situaciones comunicacionales concretas. Con tal fin resultan pertinentes algunos enfoques, particularmente semióticos, pragmáticos, lingüísticos, de la imagen y retóricos, que brindan sustento teórico, elementos de análisis y criterios de posicionamiento para la inteligencia de las fases de creación y puesta en ejecución de los mensajes, formatos y medios gráficos.

CG pretende, en fin, que los estudiantes de la Licenciatura en Comunicación se posicionen como comunicadores que, en función de las necesidades y objetivos de trabajo, y asimismo de las condiciones de recepción, estén en condiciones de desarrollar fundadamente estrategias comunicacionales efectivas, mediante la generación de productos gráficos impresos, en sus principales formatos y funciones comunicativas.

V - Objetivos / Resultados de Aprendizaje

Se pretende que los alumnos logren:

Reconocer las características y posibilidades de la gráfica en la comunicación social, en general, y su incidencia cultural y educativa, en especial.

Asumir la comunicación gráfica como proceso planificado y selección estratégica de sus recursos en orden, sobre todo, a propósitos informativos, persuasivos e instruccionales.

Adquirir competencia en la producción de sentido mediante la instrumentación de los códigos y los recursos específicos de la gráfica, según los diversos objetivos comunicacionales.

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 e impresión de piezas en sus diversos formatos.

VI - Contenidos

Núcleo Temático 1: COMUNICACIÓN GRÁFICA: CARACTERÍSTICAS, CONDICIONES Y PERSPECTIVA

Presencia e incidencia de la comunicación gráfica. El requerimiento de planificación: etapas de la producción, roles y recursos; las hipótesis de trabajo y sus respectivas condiciones: demanda y posibilidad, campañas y publicaciones; diagnóstico, realización y evaluación.

Condiciones impuestas por la instancia de lectura: percepción visual y semiosis; situaciones y comportamientos de lectura; los signos en relación con las tipificaciones, creencias y valores. Perspectiva pragmática.

Núcleo Temático 2: CÓDIGOS Y RECURSOS: SUS VIRTUALIDADES Y TRATAMIENTO

Abordaje pragmático del léxico y de la imagen, del significado y de la sintaxis: función referencial y conativa de los signos; la carga semántica y valorativa de las palabras; partículas, términos y expresiones con efecto argumental; campos semánticos; modalidades enunciativas: efectos de sentido y usos, particularmente en la titulación; verbos y actos de habla.

Propiedades y tratamiento de los recursos básicos de la imagen: punto, líneas y colores; indicadores de acción, figuras, pictogramas y sistemas representativos o normativos.

Tratamientos especiales de los signos: operaciones retóricas y niveles; la noción de grado cero; isotopía y alotopía; articulaciones semántico-pragmáticas entre imagen y texto.

Núcleo Temático 3: FUNCIONES Y PLANTEOS COMUNICACIONALES

Funciones y composiciones informativas, persuasivas e instruccionales; aplicaciones en campañas públicas. Tratamiento informativo de gráficos y diagramas. La cabeza informativa periodística. Nociones generales sobre los géneros periodísticos.

La comunicación instruccional: organización textual, requerimientos verbales y sintácticos, roles de la imagen.

Aspectos de la comunicación persuasiva: estructura argumental; marcos cognitivos y presuposiciones; enfoques, recursos lingüísticos y tonos argumentales; condiciones del público y contextos.

Posibilidades gráficas para el entretenimiento.

Núcleo Temático 4: DIAGRAMACIÓN DE PRODUCTOS GRÁFICOS

Comunicación gráfica, diseño y estética.

Retículas; medición de materiales. Criterios básicos de diagramación; principios elementales del diseño aplicados a la diagramación. La composición de texto, paratexto e imagen; el orden de lectura. Recursos de jerarquización; organización taxonómica. Formatos y superficies de las piezas y publicaciones. Los productos gráficos en función del uso, el emplazamiento, la visualización y la lectura.

La tipografía: características y normas básicas de uso; convenciones notacionales en textos, paratextos, siglas y referencias bibliográficas.

VII - Plan de Trabajos Prácticos

NÚCLEO TEMÁTICO 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.

Consideración de condicionantes y de comportamientos perceptivos y de lectura.

NÚCLEO TEMÁTICO 2: Reconocimiento de las dimensiones semántica y pragmática de los signos en contexto. Inferencia de creencias y propósitos a partir de formulaciones lingüísticas. Ensayo de efectos de sentido mediante recursos y estrategias lingüísticas y mediante la imagen. Ejercitación de la función conativa. Reconocimiento de sistemas de representación. Aplicación de las operaciones retóricas. Ejercicios de titulación.

NÚCLEO TEMÁTICO 3: Tratamiento de la información mediante gráficos y mediante entradas informativas. Elaboración de instructivos. Producción de mensajes persuasivos breves. Integración de las funciones comunicacionales a través de

ensayos de campañas sobre temáticas de interés público. Relavamiento de usos para el entretenimiento.
NÚCLEO TEMÁTICO 4: Consideración de aspectos de diseño y de estética en piezas comunicacionales. Boceto de retículas y medición de materiales. Identificación y aplicación de reglas tipográficas. Ensayos de diagramación con piezas de exposición, formatos y paginas en sus principales variantes. Análisis y aplicación de criterios notacionales en textos y paratextos. Composiciones atendiendo a los comportamientos de lectura. Tratamiento básico de superficies de publicaciones periódicas. Análisis de las dimensiones, condiciones de distribución y visualización en contextos temáticos y espaciales.

INTEGRACIÓN: La dimención teórica y la dimensión práctica de los contenidos de CG se articulan además y principalmente mediante dos producciones gráficas integradoras, que se plantean a principios de la cursada y cuya culminación se prevé para fines del ciclo lectivo. Se trata, por un lado, de la ideación, planificación y realización de una campaña comunicacional de interés público mediante piezas gráficas con función informativa, persuasiva e instruccional; y por otro lado, de la realización de una publicación tipo fascículo, con temáticas relativas a la gráfica, que los alumnos deben investigar, como la historia de la imprenta, las publicaciones ligadas a las nuevas tecnologías digitales, las relaciones entre la gráfica y lo audiovisual, las técnicas de impresión, las tendencias en la producción y circulación de las producciones gráficas, las producciones periodísticas nacionales y locales, etc.

VIII - Regimen de Aprobación

El régimen de CG es de regularidad, encuadrado en la Ord 13/03 CS.
La Regularidad requiere: Aprobación del 100 % de las actividades prácticas áulicas, con las cuales cada alumno compone un portfolio que debe presentar antes de cada parcial, como requisito para acceder a éstos. Para cumplir con tal requisito, hasta un 20 % de las actividades áulicas que integran el portfolio de cada cuatrimestre podrán ser completadas o recuperadas fuera del aula.
Aprobación de dos parciales, uno por cuatrimestre, con nota mínima 4 (cuatro), y con las instancias de recuperación previstas por la normativa vigente. El cursado del segundo cuatrimestre supone haber satisfecho los requisitos de regularidad correspondientes al primero.
Aprobación de dos trabajos integradores 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 rendir en 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 y participación en el aula, como el acompañamiento y supervisión del equipo docente. Además, exige instancias de integración, igualmente ligadas a la producción, que de por sí suponen un natural proceso de maduración y la necesaria participación en equipos de trabajo. Obviamente, la condición de libre no propicia ninguna de estas posibilidades.

IX - Bibliografía Básica

[1] AICHER, O., KRAMPEN, M. (1995) Sistemas de signos en la comunicación visual, México, Gili, 4ª ed.
[2] CARTER, R. (1999) Diseñando con tipografía, Buenos Aires, Rotovisión/ Documenta,
[3] CLARÍN (1997) Manual de estilo, Buenos Aires, Aguilar
[4] COSTA, J. (2003) Diseñar para los ojos, La Paz, Grupo Editor Desing, 2ª ed
[5] DRUETTA, S., SAUR, D. (2003) Manual de producción de medios gráficos, Córdoba, Comunicarte
[6] GRUPO M; (1993) Tratado del signo visual, Madrid, Cátedra
[7] JUTE, A. (1998) Retículas, Bandon, Rotovisión
[8] LEDESMA, M. LOPEZ, M. (2004) Comunicación para diseñadores, Buenos Aires, FADU
[9] MANDOKI, K. (2006) Estética y comunicación: de acción, pasión y seducción, Bogotá, Norma
[10] MARRO, M., DELLAMEA, A. (1993) Producción de textos. Estrategias del escritor y recursos del idioma, Buenos Aires, Docencia
[11] MARTÍN AGUADO, J., ARMENTÍA VIZUETA, J. (1995) Teconología de la información escrita, Madrid, Síntesis
[12] REARDON, K. (1991) La persuasión en la comunicación, Barcelona, Paidós
[13] SEXE, N. (2001) Diseño.com, Buenos Aires, Paidós
[14] SILVESTRI, A. (1995) Discurso instruccional, Buenos Aires, UBA, Oficina de Publicaciones
[15] ZECCHETTO, V. y otros (1986) Para mirar la imagen, Buenos Aires, Ed. Don Bosco

X - Bibliografia Complementaria

[1] ARFUCH, L. y otros (2003) Diseño y comunicación, Buenos Aires, Paidós
[2] ATORRESI, A. (1996) Lengua y literatura. Los estudios semióticos, Conicet, Buenos Aires
[3] BROWN, J. (1991) técnicas de persuasión, Madrid, Alianza, 4ªr.
[4] CANGA LAREQUI, J. (1994) El diseño Periodístico en Prensa Diaria, Barcelona, Bosch
[5] CASTELLI, E. (1993) Manual de periodismo. Teoría y técnica de la comunicación, Buenos Aires, Plus Ultra, 3°ed.
[6] Curso práctico de Diseño Gráfico por ordenador, Tomo III, Fotografía y color: http://www.desarrolloweb.com/manuales/47/
[7] ECO, U. (1975) Semiología de los mensajes visuales: en Análisis de las imágenes, Buenos Aires, Tiempo Contemporáneo, 23-65
[8] FIORAVANTI, G. (1988) Diseño y reproducción, Barcelona, Gili
[9] FRASCARA, J. (1994) Diseño gráfico y comunicación, Buenos Aires, Infinito
[10] FRASCARA, J. (1999) El poder de la imagen, Buenos Aires, Infinito
[11] FRIAS CONDE, X. (2001) "Introducción a la pragmática": Iauna, Rev. Philologica Romanica, ISSN 1616-413X
[12] GRUPO M (1987) Retórica general, Barcelona, Paidós
[13] KERBRAT-ORECCHIONI, C. (1987) La enunciación. De la subjetividad en el lenguaje, Buenos Aires, Hachette
[14] LA MANIGUETA, Guía gráfica (publicación periódica)
[15] LA NACIÓN (1997) Manual de Estilo y Ética periodística, Buenos Aires, Espasa
[16] LITTLEWOOD, W. (1996) La enseñanza comunicativa de idiomoas, Cambridge, Cambridge U.P.
[17] MARAFIOTI, R. (comp) (2001) Recorridos semiológicos. Signos, enunciación y argumentación, Buenos Aires, Eudeba, 3ªr.
[18] MARÍN, M. (1999) Lingüística y enseñanza de la lengua, Buenos Aires, Aique
[19] MARTIN VIVALDI, G. (2000) Curso de redacción, Madrid, Paraninfo, 33° ed.
[20] MEGGS, B. (1991) Historia del diseño gráfico, México, Trillas
[21] MORENO, Ma. E. Funciones y actos de habla en el aprendizaje de español como lengua extranjera (artículo web: www.fundlitterae.org.arg/MORENO.doc)
[22] PALMIERI, R. (2001) En pocas palabras, Buenos Aires, La Crujía
[23] PELTZER, G. (1991) Periodismo iconográfico, Madrid, Rialp
[24] Van DIJK, T. (1997) La ciencia del texto, Barcelona, Paidós, 5ª ed -4ª reimpr.

XI - Resumen de Objetivos

Como objetivos fundamentales se pretende que los alumnos logren:
Asumir la comunicación gráfica como proceso planificado y selección estratégica de sus recursos en orden, sobre todo, a propósitos informativos, persuasivos e instruccionales.
Adquirir competencia en la producción de sentidos mediante la instrumentación de los códigos y recursos específicos de la gráfica, según los diversos objetivos comunicacionales.
Aplicar los criterios y técnicas básicas de diagramación y diseño de materiales impresos.

XII - Resumen del Programa

1: Los procesos de planificación en la gráfica; hipótesis de trabajo y fases de la producción. Condiciones de la percepción visual y la lectura. Perspectiva pragmática.
2: Propiedades y estrategias de lenguaje para la producción de sentido. La carga semántica y valorativa de las palabras. Modalidades enunciativas. Actos de habla. La imagen en la composición del mensaje gráfico. Enfoque semántico y pragmático. Operaciones retóricas. Sistemas gráficos representativos y normativos.
3: Composiciones informativas, instruccionales y persuasivas. Estrategias y actitudes argumentativas. Integraciones concientizadoras con temáticas de interés público.
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

XIV - Otros

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