



Ministerio de Cultura y Educación
Universidad Nacional de San Luis
Facultad de Ciencias Humanas
Departamento: Comunicación
Area: Area 3: Lenguajes y Discursos

(Programa del año 2019)
(Programa en trámite de aprobación)
(Presentado el 02/10/2019 12:50:29)

I - Oferta Académica

Materia	Carrera	Plan	Año	Período
COMUNICACION VISUAL	LIC. EN COMUNICACION SOCIAL	09/07	2019	2° cuatrimestre

II - Equipo Docente

Docente	Función	Cargo	Dedicación
CACACE, MARIA FLORENCIA	Prof. Responsable	P.Adj Exc	40 Hs
GONZALEZ, CARLOS ANDRES	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	Hs	Hs	Hs	4 Hs

Tipificación	Periodo
A - Teoría con prácticas de aula y campo	2° Cuatrimestre

Duración			
Desde	Hasta	Cantidad de Semanas	Cantidad de Horas
05/07/2019	15/11/2019	15	60

IV - Fundamentación

La asignatura Comunicación Visual (CV) está ubicada en el 2° año de la Licenciatura en Comunicación Social y se articula verticalmente con Semiótica I (1° año), de acuerdo al Plan de Estudios N° 09/07. En este sentido, se prevé la recuperación de conocimientos y saberes de lxs estudiantes vinculados con Semiótica I, II y Teorías de la Comunicación I, porque facilitará la comprensión de los marcos disciplinares que se incluyen en el eje temático n° 1. También, sería pertinente establecer vinculaciones con lo aprendido en Antropología y Tecnología de la Comunicación II, -del primer cuatrimestre de 2° año-, con el fin de retomar algunos contenidos de estas asignaturas con el eje temático n° 3.

El propósito de CV es el abordaje de la imagen visual entendida como discurso social, fenómeno comunicativo y producto sociocultural. Desde esta perspectiva, se propone el análisis del discurso visual en su dimensión significativa, inscripto en reglas específicas de producción y reconocimiento. Al mismo tiempo, se prevé el diseño y elaboración de una propuesta que tienda al fortalecimiento y/o modificación de la identidad visual de una organización o agrupación social.

Enmarcados en la perspectiva de la Comunicación Comunitaria, y en consonancia con el desafío que tiene la Universidad Pública, se planifica este abordaje, a pesar de la reducida carga horaria de la materia, porque creemos que la formación académica y profesional de lxs estudiantes se puede fortalecer si las prácticas se orientan, desde el compromiso y en relación directa con la comunidad, a la resolución de problemáticas derivadas de los modos visuales de configuración identitaria de las organizaciones.

El programa está estructurado en base a tres ejes: en el primero, se abordan dos tradiciones teóricas vinculadas con el análisis de las imágenes: la que representa Roland Barthes con el modelo estructuralista; y la que propone Eliseo Verón, con el estudio de diferentes tipos de discursividades visuales asociados a prácticas sociales específicas.

En el segundo eje, se analizan los discursos visuales desde el nivel temático, el retórico y el enunciativo, con el fin de describir e interpretar cuál es la escena comunicacional que se construye, teniendo en cuenta las restricciones derivadas de las

condiciones de producción y reconocimiento. Como parte de este recorrido, se planifican talleres para que lxs estudiantes experimenten la dimensión plástica de las imágenes y aprehendan algunas estrategias de construcción del sentido, en la búsqueda de una apropiación mayor de sus rasgos formales y tipologías discursivas.

En el tercer eje, se contempla la producción y realización de mensajes visuales, orientados al diseño de una propuesta que tienda al fortalecimiento y/o modificación de la identidad visual de alguna organización o agrupación social.

El programa, la bibliografía, los trabajos prácticos y otros materiales de lectura están disponibles en la página de la asignatura: <https://visualunsl.wixsite.com/comunicacion>

Considerando la relevancia de las imágenes y el lugar estratégico que tienen en la construcción identitaria de las organizaciones sociales, este recorrido puede potenciar la articulación académico-política de lxs estudiantes con la comunidad y enriquecer sus experiencias asociadas al perfil profesional del egresado/a de esta carrera.

V - Objetivos / Resultados de Aprendizaje

Se espera que lxs alumnxs sean capaces de:

- Comprender las perspectivas teórico-metodológicas vinculadas con el análisis de los discursos visuales.
- Desarrollar competencias para la realización de mensajes visuales con una mirada crítica.
- Diseñar y elaborar propuestas vinculadas con la identidad visual de una organización o agrupación social, que tiendan a su fortalecimiento y/o modificación.

VI - Contenidos

Eje temático n° 1

El análisis de la imagen desde la semiótica de primera generación. Una perspectiva inmanentista: la denotación y la connotación.

El análisis desde la semiótica de segunda y tercera generación. La imagen como discursividad social y la pertinencia de la teoría de la enunciación.

Eje temático n° 2

La entrada temática: nivel preiconográfico, iconográfico e iconológico; tema y motivo.

La entrada retórica: dimensión plástica de la imagen y organización formal de la imagen (color, iluminación, textura y forma). Operaciones figurales.

La entrada enunciativa: la construcción de la escena comunicacional y las estrategias enunciativas.

Eje temático n° 3

Análisis de la identidad visual de una organización social; diseño y elaboración de una propuesta que la fortalezca y/o modifique.

VII - Plan de Trabajos Prácticos

Los trabajos prácticos se desarrollan en torno a los ejes temáticos, con el fin de facilitar la comprensión de la bibliografía y el cumplimiento de los objetivos planteados.

Trabajo práctico n° 1: análisis de las imágenes desde la semiología estructuralista, representada por Roland Barthes.

Trabajo práctico n° 2: parte a) introducción a diferentes tipos de discursividades visuales. Parte b) abordaje de los discursos visuales asociados a prácticas sociales específicas, según Eliseo Verón.

Trabajo práctico n° 3: Análisis de discursos visuales a partir de la entrada temática, retórica y enunciativa.

Trabajo práctico n° 4: Parte a) Análisis de la identidad visual de una organización social. Parte b) Diseño y elaboración de una propuesta que tienda al fortalecimiento y/o modificación.

Talleres: se planifica una serie de talleres con la finalidad de favorecer en lxs estudiantes, la comprensión de los mecanismos formales de construcción del sentido y el desarrollo de competencias para la realización de imágenes, que potencien la capacidad crítica y expresiva, para el abordaje de propuestas relacionadas con las identidades visuales de las organizaciones sociales.

VIII - Regimen de Aprobación

Las condiciones de aprobación de la asignatura se establecen teniendo en cuenta la Ordenanza de Régimen Académico vigente en la Universidad Nacional de San Luis.

Para estudiantes promocionales:

- Asistencia al 80% de clases.
- Aprobación del 100% de trabajos prácticos.
- Aprobación del examen parcial con nota mínima de 7 (siete), con sus respectivas recuperaciones.

Para estudiantes regulares:

- Asistencia al 70% de clases.
- Aprobación del 100% de trabajos prácticos.
- Aprobación del examen parcial con nota mínima de 4 (cuatro), con sus respectivas recuperaciones.

Para estudiantes libres:

El estudiante en condición de libre deberá aprobar el plan de trabajos prácticos previsto para los regulares. Posteriormente, deberá rendir un examen escrito según el programa vigente y un coloquio posterior.

IX - Bibliografía Básica

- [1] -Barthes, Roland, El mensaje fotográfico en Análisis de las imágenes. Revista Comunicaciones n° 15, Ed. Tiempo Contemporáneo, Buenos Aires, 1972.
- [2] -Verón, Eliseo, De la imagen semiológica a las discursividades. En Espacios Públicos en Imágenes, Ed. Gedisa, Barcelona, 1997.
- [3] -Diéguez, Facundo, Los géneros y los estilos insisten en los medios en Cuaderno de cátedra: comunicación y cultura Cátedra I. Documento de la cátedra Comunicación y Cultura, Ediciones de Periodismo y Comunicación, UNLP, 2011. Disponible en:
- [4] <https://comycult.wordpress.com/textos/>
- [5] -Steimberg, Oscar, Semiótica de los medios masivos. Ed. Atuel, Buenos Aires, 1998.
- [6] -Romero, Alicia y Giménez, Marcelo, Iconografía e iconología. Material de cátedra, Instituto Universitario Nacional de Arte.
- [7] -Joly, Martine, La imagen fija. Ed. La marca, Buenos Aires, 2005.
- [8] -Pastoureau, Michel, Breve historia de los colores. Suplemento Radar Página/12, Buenos Aires, 21 / 1 / 2007.
- [9] -Frascara, Jorge, Diseño gráfico y comunicación. Ediciones Infinito, Buenos Aires, 1998.
- [10] -Durand, Jacques, Retórica e imagen publicitaria, en Análisis de las imágenes Revista Comunicaciones n° 15, Ed. Tiempo Contemporáneo, Buenos Aires, 1972.
- [11] -Soto, Marita, Operaciones retóricas. Material de la cátedra Semiótica de los Géneros Contemporáneos, UBA, 2004.
- [12] -Verón, Eliseo, Cuando leer es hacer: la enunciación en la prensa gráfica en Fragmentos de un tejido. Ed. Gedisa, Buenos Aires, 2004.
- [13] -Filinich, María Isabel, Enunciación. Ed. Eudeba, Buenos Aires, 2001.
- [14] -Lois, Ianina, Amati, Mirta e Isella, Juan, Comunicación popular, educativa y comunitaria. Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires, 2014.
- [15] -Enz, Angélica, Manual de comunicación para organizaciones sociales. Hacia una gestión estratégica y participativa. Ed. Comunia, Buenos Aires, 2012.
- [16] -Risler, J. y Ares, P. Mapeo colectivo. Recursos cartográficos críticos para procesos territoriales de creación colaborativa. Ed. Tinta Limón, Buenos Aires, 2013.

X - Bibliografía Complementaria

- [1] -Aumont, Jaques, La imagen. Ed. Paidós, Barcelona, 1992.
- [2] -Segre, Cesare, Tema/ Motivo, en Principios de análisis literario. Edit. Crítica, Barcelona, 1985.
- [3] -Joly, Martine, Introducción al análisis de la imagen. Ediciones La marca. Buenos Aires, 1999.
- [4] -Grupo Mu, Retórica general. Ed. Paidós, Barcelona, 1987.

XI - Resumen de Objetivos

Se espera que lxs alumnxs sean capaces de:

- Desarrollar competencias para la realización de mensajes visuales con una mirada crítica.
- Diseñar y elaborar propuestas vinculadas con la identidad visual de una organización o agrupación social, que tiendan a su fortalecimiento y/o modificación.

XII - Resumen del Programa

Eje temático n° 1

El análisis de la imagen desde la semiótica de primera generación.

La imagen como discursividad social y la pertinencia de la teoría de la enunciación.

Eje temático n° 2

La entrada temática. La entrada retórica.

La entrada enunciativa.

Eje temático n° 3

Análisis de la identidad visual de una organización; diseño y elaboración de una propuesta que la fortalezca y/o modifique.

XIII - Imprevistos

--

XIV - Otros

--

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