



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 2022)

I - Oferta Académica

Materia	Carrera	Plan	Año	Período
COMUNICACION VISUAL	LIC. EN COMUNICACION SOCIAL	09/07	2022	2° cuatrimestre

II - Equipo Docente

Docente	Función	Cargo	Dedicación
CACACE, MARIA FLORENCIA	Prof. Responsable	P.Adj Exc	40 Hs
FURGUIELE, MARIA VALERIA	Prof. Colaborador	P.Adj Semi	20 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 - Teoria con prácticas de aula y campo	2° Cuatrimestre

Duración			
Desde	Hasta	Cantidad de Semanas	Cantidad de Horas
08/08/2022	18/11/2022	15	60

IV - Fundamentación

FUNDAMENTACIÓN

“La imagen no constituye un imperio autónomo y cerrado, un mundo clausurado sin comunicación con lo que la rodea. Las imágenes -como las palabras, como todo lo demás- no podrían evitar ser “capturadas” en los juegos de sentido, como parte de los miles de dependencias que reglan la significación en el seno de las sociedades”. (Metz, 1970)

El propósito de Comunicación Visual es el estudio de la imagen visual fija entendida como discurso social, fenómeno comunicativo y producto sociocultural. Por ese motivo, optamos por una perspectiva interdisciplinaria que permita articular categorías y conceptos provenientes de campos diversos vinculados con la semiótica, el análisis del discurso, el arte, el diseño gráfico y la historia.

La asignatura está ubicada en el 2° año de la Licenciatura en Comunicación Social (2do. cuatrimestre) y de acuerdo al Plan de Estudios N° 09/07, se articula con Semiótica I, de 1° año. En ese marco, la recuperación de saberes previos de ese espacio curricular y de Semiótica II (2° año, 1er. cuatrimestre) puede facilitar en lxs estudiantes la comprensión de los marcos teórico-metodológicos incluidos en el recorrido.

El programa se estructura en base a tres ejes: el primero, vinculado con perspectivas de análisis de la imagen visual fija relacionadas con tradiciones disciplinares de la semiótica. En el segundo eje, se analizan los discursos visuales desde los niveles temático, retórico y enunciativo, con el fin de comprender e interpretar cuál es la escena comunicacional que se construye teniendo en cuenta las restricciones que derivan de su pertenencia genérica y circulación discursiva. Esta perspectiva teórico-metodológica posibilita la “articulación de los textos con lo social” (Maingueneau, 1999), es decir, permite inscribir las imágenes en relación con prácticas sociales específicas. Se trata de describir e indagar el ‘qué’, el ‘cómo’

y el 'para qué' escena comunicacional se construye el discurso visual, que puede vincularse con diferentes materias significantes, como la fotografía, el humor, el arte, el grafiti, el mural, la campaña, la publicidad y el afiche. Como parte de este recorrido, se organizan talleres vinculados con la dimensión plástica de las imágenes, con el fin de que lxs estudiantes logren mayor apropiación de sus rasgos formales y experimenten estrategias que contribuyen en la construcción del sentido. En el tercer eje, se planifica un proyecto de intervención social vinculado con la identificación visual de organizaciones o instituciones. Se propone de este modo, la articulación de contenidos en diálogo con las demandas de la comunidad, en la búsqueda del involucramiento de lxs estudiantes en una problemática o demanda de una organización o institución social. En este marco, sería pertinente recuperar contenidos de Antropología (2do. año, 1° c.) para trabajar categorías vinculadas con la construcción de identidades, la perspectiva relacional y las técnicas cualitativas para el trabajo de campo; y también, de Tecnología de la Comunicación II (2do. año, 1° c.) con el fin de vincular las herramientas de diseño con los modos visuales de configuración identitaria de las organizaciones.

Entendemos que esta propuesta implica un camino complejo en la articulación entre la universidad y la comunidad y que es acotada, pero posible. Considerando el lugar estratégico que tienen las imágenes en la construcción identitaria de las organizaciones sociales, este recorrido puede enriquecer las experiencias asociadas al perfil profesional del egresado/a de esta carrera y potenciar su articulación académico - política con la comunidad.

V - Objetivos / Resultados de Aprendizaje

Se espera que lxs estudiantes sean capaces de:

- Comprender las perspectivas teórico-metodológicas vinculadas con el análisis de los discursos visuales.
- Estimular la capacidad expresiva y crítica para la construcción de mensajes visuales.
- Desarrollar un proyecto de intervención social vinculado con la identificación visual de organizaciones o instituciones sociales.

VI - Contenidos

Eje temático n° 1

El análisis de la imagen desde la semiología de primera generación. Una perspectiva inmanentista, la denotación, la connotación y procedimientos.

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. Talleres de experimentación de la dimensión plástica: el color, la línea y la composición.

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

Eje temático n° 3

Desarrollo de un proyecto de intervención vinculado con la identificación visual de organizaciones o instituciones sociales.

Acercamiento al terreno, diálogo con referentes y análisis de los modos visuales que identifican a la organización. Propuesta de modificación. Socialización.

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: el objetivo es que lxs estudiantes reconozcan los aportes y los contextos de surgimiento de dos tradiciones semióticas vinculadas con el análisis de los discursos visuales.

Trabajo práctico n° 2: el objetivo es comprender los discursos visuales asociados a prácticas sociales específicas e inscriptos en reglas de funcionamiento que derivan de su pertenencia genérica y de su circulación discursiva.

Trabajo práctico n° 3: se organiza de manera secuencial, con el fin de que se integre en un corpus de imágenes el análisis temático, retórico y enunciativo.

Talleres: se prevé la realización de tres talleres enmarcados en el eje temático n° 3, destinados a promover en lxs estudiantes

la experimentación de la dimensión plástica de la imagen.

Trabajo Práctico Final: consistirá en un proyecto de intervención vinculado con los modos de identificación visual de una organización o institución.

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 del 80 % de clases.

-Aprobación del 100% de los trabajos prácticos.

-Aprobación del trabajo práctico final con nota igual o superior a 7 (siete).

Para estudiantes regulares:

-Asistencia del 70 % de clases.

-Aprobación del 100% de los trabajos prácticos.

-Aprobación del trabajo práctico final con nota igual o superior a 4 (cuatro).

Para estudiantes libres:

El estudiante en condición de libre deberá realizar y aprobar el plan de trabajos prácticos previsto para lxs regulares.

Posteriormente, deberá aprobar un examen escrito según el programa vigente y un coloquio posterior.

IX - Bibliografía Básica

[1] -Barthes, Roland (1972). El mensaje fotográfico en Análisis de las imágenes. Revista Comunicaciones n° 15, Ed. Tiempo Contemporáneo, Buenos Aires.

[2] -Verón, Eliseo (1997). De la imagen semiológica a las discursividades. El tiempo de una fotografía. En Espacios Públicos en Imágenes, Ed. Gedisa, Barcelona.

[3] -Diéguez, Facundo (2011). 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. Disponible en:

[4] <https://comycult.wordpress.com/textos/>

[5] -Romero, Alicia y Giménez, Marcelo, Iconografía e iconología. Material de cátedra, Instituto Universitario Nacional de Arte, (s.f.).

[6] -Joly, Martine, (2005). La imagen fija. Ed. La marca, Buenos Aires.

[7] -Pastoureau, Michel, (21/1/2007). Breve historia de los colores. Suplemento Radar de Página/12, Buenos Aires.

[8] -Frascara, Jorge (1998). Diseño gráfico y comunicación. Ediciones Infinito, Buenos Aires.

[9] -Durand, Jacques (1972). Retórica e imagen publicitaria, en Análisis de las imágenes Revista Comunicaciones n° 15, Ed. Tiempo Contemporáneo, Buenos Aires.

[10] -Soto, Marita (2004). Operaciones retóricas. Material de la cátedra Semiótica de los Géneros Contemporáneos, UBA.

[11] -Longoni, Ana (2008). Muralismo y gráfica en la obra de Ricardo Carpani, en Revista La Puerta. Universidad Nacional de La Plata, La Plata, 2008, ISSN 1668-7612.

[12] -Longoni, Ana y Bruzzone, Gustavo (compiladores) (2008). Introducción en El Siluetazo. 1° edición. Adriana Hidalgo editora, Buenos Aires.

[13] -Risler, Julia y Ares, Pablo (2013). Mapeo colectivo. Recursos cartográficos críticos para procesos territoriales de creación colaborativa. Ed. Tinta Limón, Buenos Aires.

[14] -Verón, Eliseo, (2004). Cuando leer es hacer: la enunciación en la prensa gráfica en Fragmentos de un tejido. Ed. Gedisa, Buenos Aires.

[15] -Filinich, María Isabel (2001). El sujeto de la enunciación en Enunciación. Ed. Eudeba, Buenos Aires.

X - Bibliografía Complementaria

[1] -Aumont, Jaques, (1992). La imagen. Ed. Paidós, Barcelona.

[2] -Segre, Cesare, (1985). Tema/ Motivo en Principios de análisis literario. Edit. Crítica, Barcelona.

[3] -Steimberg, Oscar, (1998). Semiótica de los medios masivos. Ed. Atuel, Buenos Aires.

- [4] -Joly, Martine, (1999). Introducción al análisis de la imagen. Ediciones La marca. Buenos Aires.
- [5] -Grupo Mu, (1987). Retórica general. Ed. Paidós, Barcelona.

XI - Resumen de Objetivos

- Comprender las perspectivas teórico-metodológicas vinculadas con el análisis de los discursos visuales.
- Desarrollar un proyecto de intervención social vinculado con la identificación visual de organizaciones o instituciones sociales.

XII - Resumen del Programa

Eje temático n° 1:

Perspectivas teóricas vinculadas al análisis de las imágenes.

Eje temático n° 2:

Análisis temático, retórico y enunciativo.

Eje temático n° 3:

Desarrollo de un proyecto de intervención vinculado con la identificación visual de una organización o institución social.

XIII - Imprevistos

XIV - Otros