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

(Programa del año 2009)
(Programa en trámite de aprobación)
(Presentado el 05/03/2009 11:24:54)

I - Oferta Académica

Materia	Carrera	Plan	Año	Período
COMUNICACION GRAFICA	LIC. EN COMUNICACION SOCIAL		2009	1° anual

II - Equipo Docente

Docente	Función	Cargo	Dedicación
CANGIANO, CARLOS NUNCIO	Prof. Responsable	P.Adj Semi	20 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 - Teoria con prácticas de aula	Anual

Duración			
Desde	**Hasta**	**Cantidad de Semanas**	**Cantidad de Horas**
09/03/2009	20/11/2009	30	120

IV - Fundamentación

Comunicación Gráfica (CG) tiene por objetivos amplios, entre los asignados por el Plan de Estudios, valorar la importancia y vigencia de esta forma de comunicación, entender su complementariedad con los medios electrónicos y audiovisuales y descubrir sus efectos en la sociedad.

Una mirada en tal sentido nos muestra que la comunicación gráfica se enmarca hoy en el competitivo panorama 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, cabe sobre todo reconocer, está en función de los multiformes procesos discursivos que invaden el espacio público, a los que también responden en su conjunto las producciones gráficas.

Ello supone que entre las competencias que ponen en juego las distintas modalidades de la gráfica durante sus instancias de producción figure no sólo el conocimiento técnico, sino que su dominio sea también entendido de modo estrategico para las producciones de sentido, mediante los códigos específicos con que cuenta la gráfica en tanto alternativa comunicacional. Asimismo, resulta pertinente iluminar tales competencias con algunos enfoques, particularmente semióticos, pragmáticos, lingüísticos, retóricos y de la imagen visual, en tanto brinden sustento teórico y elementos de análisis para esa comprensión de las fases de creación de los mensajes, formatos y medios gráficos.

Tal abordaje presupone la preparación proporcionada por Redacción para los Medios y Géneros Mediáticos, con los que CG guarda correlatividad, y los conocimientos de Comunicación Visual. Asimismo tiene en cuenta el curso previsto por el Plan sobre Producción y Realización Gráfica, que profundiza y aporta contenidos para la orientación en Producción Medial y Multimedial, y el curso de Periodismo Gráfico, del que participan quienes optan por el título intermedio de Periodista Universitario. Según el recorte derivado de esta articulación, CG pretende, como tarea específica, contribuir a desarrollar en

los estudiantes de la Licenciatura en Comunicación Social conocimientos, herramientas y estrategias que los hagan competentes para elaborar mensajes y productos gráficos impresos o informáticos, 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

NÚCLEO TEMÁTICO 1: La comunicación gráfica y las fases de producción
La planificación del trabajo. La producción gráfica en función de la resolución de problemas comunicacionales; demanda y posibilidad. Las etapas de diagnóstico, desarrollo y evaluación, con sus respectivos pasos. Comitente y público. Aspectos generales relativos a los medios periodísticos y sus géneros.
NÚCLEO TEMÁTICO 2: Estrategias de lenguaje para la producción de sentido
Objetivaciones, percepciones del mundo y tipificaciones en virtud del lenguaje. La carga semántica de las palabras. Los campos semánticos. El significado y el sentido.
Modalidades de enunciación, de enunciado y de mensaje. La atribución de actos de habla. Introducción a las operaciones y niveles retóricos; la noción de grado cero. Las presuposiciones.
Usos en titulación. Componentes de la titulación periodística.
La persuasión y sus enfoques; recursos lingüísticos y actitudes argumentativas.
Los mensajes instruccionales; requerimientos verbales y sintácticos. Secuencia y organización.
NÚCLEO TEMÁTICO 3: La imagen en la composición y determinación del sentido
Imagen, percepción y semiosis. Recursos significantes básicos; líneas, colores y figuras. Función referencial y conativa. La imagen y el texto.
Composiciones informativas, persuasivas e instruccionales. Gráficos y diagramas. Sistemas sígnicos de representación. Pictogramas. Construcciones retóricas. Disposiciones y proporciones; contextualizaciones temáticas y espaciales.
NÚCLEO TEMÁTICO 4: Diseño y diagramación de los productos gráficos
Pasos en la realización de productos gráficos. Elección de formatos y superficies para las impresiones en papel. Diagramación. Retículas. Medición de materiales. La proporción áurea.
La tipografía y sus características. Usos en texto y paratexto. Convenciones notacionales. Usos en siglas y referencias bibliográficas.
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 centro de impacto visual. Recursos de jerarquización. Distribución de la información y la opinión. Contenidos periodísticos y contenidos publicitarios. Cualidades de los formatos tabloide y sábana.
La normalización y la reproducción de los colores. Monocromías y policromías. Nociones básicas sobre las fases y sistemas de impresión.

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 gráficas.
Ejercicios de planificación para la resolución comunicacional de casos.
NÚCLEO TEMÁTICO 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. Incursión en géneros del ámbito periodístico. Tratamientos publicitarios.
Análisis y producción de mensajes persuasivos breves y de textos instruccionales.
NÚCLEO TEMÁTICO 3
Reconocimiento y ejercitación sobre los niveles de significación de las imágenes. Análisis comparativo del uso de ilustraciones en diarios, revistas, piezas publicitarias y gráfica alternativa. Reconocimiento de sistemas de códigos. Producción de piezas con función informativa, persuasiva e instruccional.
NÚCLEO TEMÁTICO 4
Planificación y realización de productos gráficos en las variantes planteadas en el curso. Identificación y clasificación de las tipografías y de sus características. Análisis y aplicación de criterios notacionales en textos y paratextos. Diagramación de piezas y de páginas en diversos formatos.
Análisis comparativo de diarios y revistas y composición de páginas aplicando todos sus componentes.
TRABAJO FINAL INTEGRADOR: los alumnos deben investigar, a elección, sobre temáticas propuestas por la cátedra, ligadas a la gráfica, la imprenta, las diversas manifestaciones e invenciones inherentes a la gráfica en la historia, con sus incidencias sociales, así como producciones 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 carácterísticas de colección.

VIII - Regimen de Aprobación

El régimen de CG es de regularidad, encuadrado en la Ord 13/03 CS y en las Res. 1160/07 y 1687/08.
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 una recuperación en 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 (Res. 1160/07 y 1687/08), 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 esos requerimientos. Obviamente, la condición de libre no da lugar a 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] ARFUCH, L. y otros, Diseño y comunicación (Paidós, Buenos Aires, 2003)
[3] ATORRESI, A., Lengua y literatura. Los estudios semióticos (Conicet, Bs. As., 1996)
[4] CLARÍN, Manual de estilo (Aguilar, Bs. As., 1997)
[5] COSTA, J., Diseñar para los ojos (Grupo Editor Desing, La Paz, 2003, 2ª ed)
[6] DRUETTA, S., SAUR, D., Manual de producción de medios gráficos (Comunicarte, Córdoba, 2003)
[7] ECO, U., Semiología de los mensajes visuales en: Análisis de las imágenes (Tiempo Contemporáneo, Bs. As., 1975) 23-65
[8] FIORAVANTI, G., Diseño y reproducción (Gili, Barcelona, 1988)
[9] GRUPO μ, Retórica general (Paidós, Barcelona, 1987)
[10] JUTE, A., Retículas (Rotovisión, Bandon, 1998)
[11] LEDESMA, M. LOPEZ, M., Comunicación para diseñadores (FADU, Buenos Aires, 2004)
[12] MARAFIOTI, R. (comp), Recorridos semiológicos. Signos, enunciación y argumentación (Eudeba, Buenos Aires, 3ªr., 2001)
[13] MARRO, M., DELLAMEA, A., Producción de textos. Estrategias del escritor y recursos del idioma (Docencia, Buenos Aires, 1993)

[14] MARTÍN AGUADO, J., ARMENTÍA VIZUETA, J., Teconología de la información escrita (Síntesis, Madrid, 1995)
[15] PALMIERI, R., En pocas palabras (La Crujía, Bs. As., 2001)
[16] REARDON, K., La persuasión en la comunicación (Paidós, Barcelona, 1991)
[17] SEXE, N., Diseño.com (Paidós, Buenos Aires, 2001)
[18] SILVESTRI, A., Discurso instruccional (UBA, Oficina de Publicaciones, Bs.As., 1995)
[19] TODOROV, T., Mikhail Bajtin, El principio dialógico (Univ. Nac. de Córdoba)
[20] ZECCHETTO, V. y otros, Para mirar la imagen (Ed. Don Bosco, Bs. As., 1986)

X - Bibliografia Complementaria

[1] BARTHES, R., Lo obvio y lo obtuso, imágenes, gestos, voces (Paidós, Barcelona, 1986)
[2] BERGER, P., LUCKMANN, T., La construcción social de la realidad (Amorrortu, Bs. As., 1968)
[3] BROWN, J., técnicas de persuasión (Alianza, Madrid, 4ªr, 1991)
[4] CANGA LAREQUI, J., El diseño Periodístico en Prensa Diaria (Bosch, Barcelona, 1994)
[5] CASTELLI, E, Manual de periodismo. Teoría y técnica de la comunicación (Plus Ultra, Bs. As., 3°ed., 1993)
[6] Curso práctico de Diseño Gráfico por ordenador, Tomo III, Fotografía y color
[7] DE FLEUR, M., BALL-ROKEACH, S., Teorías de la comunicación de masas (Paidós, Barcelona, 4°ed., 1ª reimpr., 1986)
[8] FRASCARA, Diseño gráfico y comunicación (Infinito, Bs. As., 4ª 1994)
[9] FRASCARA, El poder de la imagen (Infinito, Buenos Aires, 1999)
[10] GARCÍA, M., Diseño y remodelación de periódicos (Univ. de Navarra, 1982)
[11] LA MANIGUETA, Guía gráfica (publicación periódica)
[12] KERBRAT-ORECCHIONI, C., La enunciación. De la subjetividad en el lenguaje (Hachette, Buenos Aires, 1987)
[13] LA NACIÓN, Manual de Estilo y Ética periodística (Espasa, Buenos Aires, 1997)
[14] MARTIN VIVALDI, G., Curso de redacción (Paraninfo, Madrid, 33° ed., 2000)
[15] MEGGS, B., Historia del diseño gráfico (Trillas, México, 1991)
[16] PELTZER, G., Periodismo iconográfico (Rialp, Madrid, 1991)
[17] ULANOVSKY, C., Paren las rotativas (Espasa, Bs. As., 1997)
[18] Van DIJK, T., La ciencia del texto (Paidós, Barcelona, 1997 en su 5ª edición -4ª reimpresión- española; 1978 en su primera edición original)
[19] 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

NÚCLEO TEMÁTICO 1: Comunicación gráfica y nociones sobre los procesos y las fases de la producción.
NÚCLEO TEMÁTICO 2: Propiedades y estrategias de lenguaje para la producción de sentido. Modalidades de enunciación, de enunciado y de mensaje. Actos de habla y atribuciones ilocucionarias. La persuasión y sus enfoques. Estrategias y actitudes argumentativas. Operaciones y niveles retóricos. Los mensajes instruccionales.
NÚCLEO TEMÁTICO 3: La imagen en la composición del mensaje gráfico. Enfoque semántico y pragmático. Función referencial y conativa. Costrucciones retóricas. La imagen y el texto. El color, sus propiedades y efectos. Sistemas sígnicos de representación.
NÚCLEO TEMÁTICO 4: Diseño y diagramación de los productos gráficos. Pasos de la realización. Retículas. Medición de

materiales. La tipografía. Usos en texto y paratexto. Convenciones notacionales. La composición de texto, paratexto e imagen. Las piezas en función del uso, el emplazamiento y la visualización. Folletos. Volantes. Afiches. Pósters. Fascículos. Tratamiento de las superficies en los periódicos. Nociones básicas sobre fases y sistemas de impresión.

XIII - Imprevistos

XIV - Otros

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