



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 2014)  
 (Programa en trámite de aprobación)  
 (Presentado el 31/03/2014 12:55:59)

### I - Oferta Académica

Materia	Carrera	Plan	Año	Período
COMUNICACION GRAFICA	LIC. EN COMUNICACION SOCIAL	09/07	2014	1° anual

### II - Equipo Docente

Docente	Función	Cargo	Dedicación
CANGIANO, CARLOS NUNCIO	Prof. Responsable	P.Adj Exc	40 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
17/03/2014	21/11/2014	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 a mero conocimiento técnico, sino que se articulen con actitud estratégica para la producción de sentido. Con tal fin resultan pertinentes algunos enfoques, particularmente semióticos, pragmáticos, lingüísticos, retóricos y de la imagen, 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, sepan desarrollar estrategias efectivas y generar 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 comunicación instruccional: organización textual, requerimientos verbales y sintácticos, roles de la imagen.

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

Posibilidades gráficas para el entretenimiento.

### **proporciones y contextualizaciones temáticas y espaciales.**

### **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. Formatos y superficies; folletos, volantes, afiches, fascículos, revistas y diarios. Las piezas 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.

Las publicaciones periodísticas y sus géneros; superficie redaccional, publicitaria y administrativa; recursos de jerarquización; organización taxonómica.

## 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. Elaboración de instructivos. Producción de mensajes persuasivos breves. Integración de las funciones comunicacionales a través de ensayos de campañas sobre temáticas de interés público.

Relevamiento 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.

**INTEGRACIÓN PARCIAL:** ideación y realización de una propuesta de campaña comunicacional de interés público mediante piezas gráficas con función informativa, persuasiva e instruccional.

**TRABAJO INTEGRADOR FINAL:** los alumnos deben investigar, a elección, sobre temáticas propuestas por la cátedra, ligadas a la gráfica, 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; sus incidencias sociales; las producciones periodísticas nacionales y locales, etc. 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 las características de serie coleccionable.

## 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 los trabajos prácticos con nota mínima 4 (cuatro) y con una instancia de recuperación por cada uno. Se prevén dos prácticos por cuatrimestre.

Aprobación de tres parciales con nota mínima 4 (cuatro) y con una instancia de recuperación por cada parcial.

El acceso a cada instancia evaluativa, parciales y prácticos, supone la presentación de un portfolio individual con el total de las ejercitaciones áulicas efectuadas hasta el momento respectivo a cada una de tales evaluaciones.

El cursado del segundo cuatrimestre supone haber satisfecho los requisitos de regularidad correspondientes al primero, o sea, haber aprobado todas las evaluaciones efectuadas en el periodo marzo-junio, dos prácticos y dos parciales.

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] FRÍAS CONDE, X. (2001) "Introducción a la pragmática": Iaua, Rev. Philologica Romanica, ISSN 1616-413X

[7] GRUPO &#956; (1993) Tratado del signo visual, Madrid, Cátedra

[8] JUTE, A. (1998) Retículas, Bandon, Rotovisión

[9] LEDESMA, M. LOPEZ, M. (2004) Comunicación para diseñadores, Buenos Aires, FADU

[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] PALMIERI, R. (2001) En pocas palabras, Buenos Aires, La Crujía

[13] REARDON, K. (1991) La persuasión en la comunicación, Barcelona, Paidós

[14] SEXE, N. (2001) Diseño.com, Buenos Aires, Paidós

[15] SILVESTRI, A. (1995) Discurso instruccional, Buenos Aires, UBA, Oficina de Publicaciones

[16] Van DIJK, T. (1997) La ciencia del texto, Barcelona, Paidós, 5ª ed -4ª reimpr.

## X - Bibliografía 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, 3ºed.
- [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] GRUPO &#956; (1987) Retórica general, Barcelona, Paidós
- [12] KERBRAT-ORECCHIONI, C. (1987) La enunciación. De la subjetividad en el lenguaje, Buenos Aires, Hachette
- [13] LA MANIGUETA, Guía gráfica (publicación periódica)
- [14] LA NACIÓN (1997) Manual de Estilo y Ética periodística, Buenos Aires, Espasa
- [15] LITTLEWOOD, W. (1996) La enseñanza comunicativa de idiomas, Cambridge, Cambridge U.P.
- [16] MARAFIOTI, R. (comp) (2001) Recorridos semiológicos. Signos, enunciación y argumentación, Buenos Aires, Eudeba, 3ªr.
- [17] MARÍN, M. (1999) Lingüística y enseñanza de la lengua, Buenos Aires, Aique
- [18] MARTIN VIVALDI, G. (2000) Curso de redacción, Madrid, Paraninfo, 33º ed.
- [19] MEGGS, B. (1991) Historia del diseño gráfico, México, Trillas
- [20] MORENO, Ma. E. Funciones y actos de habla en el aprendizaje de español como lengua extranjera (artículo web: [www.fundlitterae.org/ARG/MORENO.doc](http://www.fundlitterae.org/ARG/MORENO.doc))
- [21] PELTZER, G. (1991) Periodismo iconográfico, Madrid, Rialp

## 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**

Equipo docente:

Cecilia Lorena Rodoni, Jefe de Trabajos Prácticos: Res. 274/13

### **XIV - Otros**

--

<b>ELEVACIÓN y APROBACIÓN DE ESTE PROGRAMA</b>	
	<b>Profesor Responsable</b>
Firma:	
Aclaración:	
Fecha:	