



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 2020)

(Programa en trámite de aprobación)

(Presentado el 10/09/2021 13:24:53)

I - Oferta Académica

Materia	Carrera	Plan	Año	Período
COMUNICACION GRAFICA	LIC. EN COMUNICACION SOCIAL	09/07	2020	1° anual

II - Equipo Docente

Docente	Función	Cargo	Dedicación
CANGIANO, CARLOS NUNCIO	Prof. Responsable	P.Adj Exc	40 Hs
SUAREZ DI GENARO, MARIELA FERN	Responsable de Práctico	JTP Exc	40 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
16/03/2020	17/11/2020	30	120

IV - Fundamentación

El curso de Comunicación Gráfica (CG) consiste esencialmente, según los objetivos y contenidos principales asignados por el Plan de Estudios, en la aplicación e integración de los lenguajes y los recursos específicos de la gráfica, en función de propósitos comunicacionales. Reconoce asimismo que las producciones de esta especie en su conjunto son un factor de incidencia social omnipresente, sobre todo como componentes de procesos discursivos, de difusión y de servicio; por eso orienta gran parte de las realizaciones del estudiante hacia temáticas de interés colectivo.

En cuanto quehacer humano, profesional y social, la comunicación gráfica se inscribe en el competitivo universo de los medios y sistemas de información, dinamizados por los constantes desarrollos tecnológicos y condicionados por algunas de sus propias consecuencias, como la cultura de la imagen, la saturación de mensajes y la fugacidad, efectos estos capaces de modificar progresivamente las mismas disposiciones perceptivas y los comportamientos de lectura.

La realidad de esta comunicación y sus características propician que las cuestiones conceptuales y las competencias puestas en juego por las variadas modalidades de la gráfica y las disciplinas que involucra, tiendan a trascender el mero conocimiento teórico y el dominio normativo de los códigos, o la sola destreza operativa de los recursos técnicos, para articularse también con y como actitud estratégica, en base a criterios comunicacionales y atendiendo a sus diversos condicionantes, de manera que lleguen a ser competencias aptas para responder de forma pertinente bajo distintas circunstancias o demandas.

Tal visión vuelve primordial el tratamiento integrado de los conceptos, contenidos y procedimientos, principalmente de aquellos relativos a los procesos perceptivos y semióticos, la perspectiva pragmática que atraviesa la comunicación, la planificación, la administración de los recursos lingüísticos y visuales, y las técnicas retóricas que contribuyen con la producción de sentidos y con las iniciativas creativas. Algunos de estos aspectos presuponen y se conectan con trayectos de corte teórico ya recorridos por los estudiantes, principalmente en torno a la semiótica, la comunicación visual y la psicología, y se incorporan también a instancias de reflexión y síntesis. El sustento teórico, los elementos de análisis y los procesos se

ordenan, en última instancia, hacia la adopción de criterios básicos para la inteligencia, el posicionamiento comunicacional y la generación de opciones en las fases de planificación, creación y ejecución de los mensajes, formatos y medios gráficos. Las instancias de práctica y de producción se vuelven centrales para la integración y apropiación de los criterios y saberes, en un nivel que prevé las ulteriores especializaciones dentro de la Orientación Medial y Multimedial, pero que resulta esencial para la adopción de un enfoque eminentemente comunicativo del quehacer gráfico, cualquiera sea la orientación que luego siga el estudiante.

CG procura, en definitiva, sentar las bases de un saber hacer con una perspectiva fundamentalmente comunicacional y con sentido de responsabilidad social, un saber apto asimismo para justificar conceptualmente los procedimientos, la funcionalidad de los lenguajes y las opciones, en orden a situaciones comunicativas concretas.

V - Objetivos / Resultados de Aprendizaje

Como objetivo general, CG pretende que los estudiantes se posicionen como comunicadores que, en función de los requerimientos, los objetivos de trabajo y las condiciones de recepción, estén capacitados para desarrollar fundadamente estrategias efectivas con productos gráficos impresos, en sus principales formatos y propósitos comunicativos.

Como objetivos específicos, CG 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 impresos.

Integrar los componentes lingüísticos, de imagen y de diagramación mediante la edición e impresión de piezas comunicacionales de diferentes formatos.

VI - Contenidos

Núcleo Temático 1: LA COMUNICACIÓN GRÁFICA: CARACTERÍSTICAS, REQUERIMIENTOS GENERALES, PERSPECTIVA

Introducción: características generales de la comunicación gráfica; productos gráficos y procesos comunicacionales; variedad, omnipresencia e incidencia social y cultural.

La gráfica en función de las condiciones impuestas por la instancia de lectura: percepción visual y semiosis; campo visual, alcances y límites, visión y atención; los estímulos básicos. La incidencia de los repertorios y de los condicionamientos psicológicos. Situaciones y comportamientos de lectura; criterios para la elección de la codificación; ventajas relativas en función de la precisión y el procesamiento cognitivo; comunicación gráfica y estética.

Perspectiva pragmática de la comunicación y posicionamiento del comunicador gráfico.

El requerimiento de la planificación: pautas generales para la producción gráfica; roles y recursos; las hipótesis de trabajo y sus respectivas condiciones: demanda y posibilidad, campañas y publicaciones; la variable costos. Etapas y pasos: diagnóstico y sistematización de datos; la realización: de los objetivos y las estrategias, a la impresión y distribución; la evaluación.

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

Consideraciones sobre los códigos para mensajes de lectura: signos, denotación, referencia y sentido; motivación y arbitrariedad. Enunciación y comunicación. Dimensión semántica y pragmática de los signos; las funciones del lenguaje; función referencial y conativa. Contexto, deixis y ostensividad en la gráfica. Formas y formalidades como metacomunicación.

Propiedades léxicas; composicionalidad; carga semántica y valorativa de las palabras; denominaciones contextualizadoras.

Variantes sintácticas de rango sintagmático y oracional; modalidades enunciativas: matices de sentido y usos en la titulación.

Partículas, términos, expresiones y construcciones con efecto argumental; actos de habla y verbos del decir.

Los recursos básicos de la imagen: punto, líneas y colores; sus propiedades semánticas; los indicadores de acción, movimiento y dirección. Representaciones por figuras, pictogramas, fotografías, dibujos.

Tratamientos especiales de los signos: operaciones retóricas; la noción de grado cero; integración de códigos; isotopía y alotopía.

Núcleo Temático 3: FUNCIONES Y PLANTEOS COMUNICACIONALES

Tratamiento informativo mediante gráficos, tablas y diagramas. La cabeza informativa en la prensa. Aspectos del estilo informativo periodístico: la entrada, pirámide invertida y contenidos esenciales requeridos. Nociones generales sobre los

géneros periodísticos y las relaciones entre información y opinión.

La comunicación instruccional: organización textual, requerimientos verbales y sintácticos; roles de la imagen. Tipos de publicaciones y piezas gráficas instructivas.

La comunicación persuasiva: esquemas argumentales; marcos cognitivos, condicionantes psicológicos y presuposiciones; principales enfoques y tonos argumentativos; constructos bipolares, tipificaciones y otros recursos argumentales. Opciones de codificación gráfica sintética.

Composiciones gráficas informativas, persuasivas e instruccionales; aplicaciones en campañas de interés público.

Posibilidades gráficas para el entretenimiento.

Núcleo Temático 4: DIAGRAMACIÓN DE PRODUCTOS GRÁFICOS

Criterios básicos de diagramación. Retículas: armado y funciones; medición de materiales. Principios elementales del diseño aplicados a la diagramación. Piezas y publicaciones.

La composición de página; texto, cotexto, paratexto e imagen; el orden de lectura. Recursos de jerarquización; organización taxonómica.

La tipografía: características y normas básicas de uso; convenciones notacionales en textos, paratextos, siglas y referencias bibliográficas. Requerimientos acerca de la dimensión visual del texto: los ajustes sobre los párrafos.

Formatos y superficies de las piezas y publicaciones. La impresión; condiciones y sistemas. Los productos gráficos en función del uso, el emplazamiento, la visualización y la lectura.

VII - Plan de Trabajos Prácticos

Núcleo Temático 1: [Parcialmente ejecutado durante el 1er cuatrimestre /2020] Reconocimiento general de las instancias de producción en base a la bibliografía, con análisis de piezas y medios gráficos. Recopilación de ejemplos reales. Ejercicios de planificación para la resolución comunicacional de casos. Consideración de condicionantes y de comportamientos perceptivos y de lectura.

Selección de problemáticas de interés social y humano y elaboración de borradores de trabajo a partir de los cuales elaborar representaciones y generar campañas de concientización a lo largo de las prácticas.

Núcleo Temático 2: Reconocimiento y ejercitación de las dimensiones semántica y pragmática de los signos en contexto.

Aplicación de criterios para decidir el nivel de representación e interpelación: lo sobrentendido, lo explicitable y lo sugerido.

Observación y tratamiento de proposiciones lingüísticas e icónicas con implicación de creencias, valores, ideas y propósitos.

Variantes para actuar la función conativa y para interpelar. Estrategias de contextualización y deixis. Ensayo 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 del diseño y de la estética para piezas con fines comunicativos. Boceto de retículas y medición de materiales. Identificación y aplicación de reglas tipográficas. Diagramación de piezas de exposición y de publicaciones paginadas en sus principales formatos. Análisis y aplicación de criterios notacionales en textos y paratextos. Tratamiento básico de superficies de publicaciones periódicas. Previsión de las condiciones de distribución y de visualización en contextos temáticos y espaciales.

PRODUCCIÓN /INTEGRACIÓN: [Sujeta a las posibilidades de ejecución durante 2020] La dimensión teórica y la dimensión práctica de los contenidos de CG se integran durante todo el cursado en las variadas ejercitaciones, donde se unifican y se materializan como producciones parciales que componen un portafolios personal. Eso se convierte a su vez en la base para la articulación global que se alcanza principalmente mediante dos producciones gráficas, que se plantean durante el cursado y cuya culminación se prevé para mediados y fines del segundo cuatrimestre. 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, de la realización de una publicación tipo fascículo, en el que se destacarán temáticas relativas a la gráfica, que los alumnos deben investigar, como la imprenta y su historia, las publicaciones impresas y las digitales, las relaciones con lo audiovisual, las técnicas de impresión; los nuevos hábitos de lectura; las tendencias en las producciones gráficas, las publicaciones 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; lo mismo cabe en relación a las producciones integradoras. Para cumplir con tal requisito, hasta un 20 % de las actividades que integran el portfolio de cada cuatrimestre podrán ser completadas o recuperadas por fuera de las fechas respectivas del cronograma común. 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).

Libres: En esta situación quedan quienes no alcanzan las condiciones mínimas para la regularidad, aunque CG no admite rendir en tal situación (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 y con una integración que requiere ser progresiva para ser efectiva, según la lógica didáctica, lo que exige del alumno la dedicación a la ejercitación, así como el acompañamiento y supervisión del equipo docente. Las instancias de integración, tanto en situaciones de reflexión colectiva como de producción, de por sí suponen un natural proceso de maduración y la necesaria participación colectiva y en equipos de trabajo. Obviamente, la situación de libre no propicia ninguna de estas alternativas. [Esta condición conserva vigencia a pesar de las limitaciones y adaptaciones que deban efectuarse en 2020]

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] CARTIER, M. (1993) "La esquemática: La inteligencia del ojo": en J. Silvio (ed.) La nueva manera de comunicar el conocimiento, Caracas, Unesco /Cresalc, pp. 287-304
- [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 μ (1987) Retórica general, Barcelona, Paidós
- [7] GRUPO μ (1993) Tratado del signo visual, Madrid, Cátedra
- [8] LEDESMA, M. LOPEZ, M. (comp.) (2004) Comunicación para diseñadores, Buenos Aires, FADU
- [9] MARTÍN AGUADO, J., ARMENTÍA VIZUETA, J. (1995) Teconología de la información escrita, Madrid, Síntesis
- [10] REARDON, K. (1991) La persuasión en la comunicación, Barcelona, Paidós
- [11] SEXE, N. (2001) Diseño.com, Buenos Aires, Paidós
- [12] SILVESTRI, A. (1995) Discurso instruccional, Buenos Aires, UBA, Oficina de Publicaciones
- [13] ZECCHETTO, V. y otros (1986) Para mirar la imagen, Buenos Aires, Ed. Don Bosco
- [14] ZECCHETTO, V. (2006) La danza de los signos, Buenos Aires, La Crujía

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] BATESON, G. (1998) Pasos hacia una ecología de la mente, Buenos Aires, Lohlé-Lumen
- [4] BROWN, J. (1991) técnicas de persuasión, Madrid, Alianza, 4ªr.
- [5] CANGA LAREQUI, J. (1994) El diseño Periodístico en Prensa Diaria, Barcelona, Bosch
- [6] CASTELLI, E. (1993) Manual de periodismo. Teoría y técnica de la comunicación, Buenos Aires, Plus Ultra, 3ªed.
- [7] CLARÍN (1997) Manual de estilo, Buenos Aires, Aguilar
- [8] Curso práctico de Diseño Gráfico por ordenador, Tomo III, Fotografía y color:
<http://www.desarrolloweb.com/manuales/47/>
- [9] ECO, U. (1975) Semiología de los mensajes visuales: en Análisis de las imágenes, Buenos Aires, Tiempo Contemporáneo, 23-65
- [10] FRASCARA, J. (1994) Diseño gráfico y comunicación, Buenos Aires, Infinito
- [11] FRASCARA, J. (1999) El poder de la imagen, Buenos Aires, Infinito
- [12] JUTE, A. (1998) Retículas, Bandon, Rotovisión
- [13] KERBRAT-ORECCHIONI, C. (1987) La enunciación. De la subjetividad en el lenguaje, Buenos Aires, Hachette
- [14] LA NACIÓN (1997) Manual de Estilo y Ética periodística, Buenos Aires, Espasa
- [15] LEÑERO, V., MARÍN, C. (1986) Manual de periodismo, México, Gijalbo
- [16] LITTLEWOOD, W. (1996) La enseñanza comunicativa de idiomas, Cambridge, Cambridge U.P.
- [17] MANDOKI, K. (2006) Estética y comunicación: de acción, pasión y seducción, Bogotá, Norma

- [18] MARAFIOTI, R. (comp) (2001) Recorridos semiológicos. Signos, enunciación y argumentación, Buenos Aires, Eudeba, 3ªr.
- [19] MARÍN, M. (1999) Lingüística y enseñanza de la lengua, Buenos Aires, Aique
- [20] MARRO, M., DELLAMEA, A. (1993) Producción de textos. Estrategias del escritor y recursos del idioma, Buenos Aires, Docencia
- [21] MARTIN VIVALDI, G. (2000) Curso de redacción, Madrid, Paraninfo, 33º ed.
- [22] MORENO, Ma. E. Funciones y actos de habla en el aprendizaje de español como lengua extranjera (artículo web: www.fundlitterae.org.org/MORENO.doc)
- [23] PALMIERI, R. (2001) En pocas palabras, Buenos Aires, La Crujía

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.

3: Composiciones informativas, instruccionales y persuasivas. Estrategias y actitudes argumentativas. Integraciones concientizadoras con temáticas de interés público.

4 [este núcleo queda condicionado a las posibilidades de ejecución durante 2020]: 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

El equipo docente se abocó a ampliar y adaptar didácticamente el material de cátedra en soporte digital, para asegurarles a los estudiantes el acceso y la comprensión de todos los contenidos teóricos y de las consignas para las actividades. Asimismo incorporó una nueva aplicación informática de diagramación, de acceso gratuito y de manejo sencillo, para que los estudiantes pudieran ejecutar las habituales producciones gráficas.

Se estableció que el correo electrónico sería la principal y más segura forma de vinculación con el alumnado, para garantizar el acceso a los documentos y sortear eventuales dificultades de conectividad. También se organizaron clases virtuales mediante la plataforma Meet, sobre todo luego de superados los primeros tiempos de indefinición, respecto a la duración del aislamiento. El mismo medio se adoptó para las evaluaciones.

En el segundo cuatrimestre se incorporó al equipo docente la Auxiliar de Ira suplente Natalia Costa.

XIV - Otros

ELEVACIÓN y APROBACIÓN DE ESTE PROGRAMA**Profesor Responsable**

Firma:

Aclaración:

Fecha: