



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

(Programa del año 2006)

I - Oferta Académica

Materia	Carrera	Plan	Año	Período
COMUNICACION GRAFICA	LIC.COM. SOCIAL	2/99	2	An

II - Equipo Docente

Docente	Función	Cargo	Dedicación
CANGIANO, CARLOS NUNCIO	Prof. Responsable	P.ADJ SEM	20 Hs
SUAREZ DI GENARO, MARIELA FERN	Auxiliar de Práctico	A.1RA SEM	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
13/03/2006	10/11/2006	28	120

IV - Fundamentación

Comunicación Gráfica (CG) tiene por objetivos amplios, entre los asignados por el Plan de Estudios, valorar su importancia y vigencia, 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 en las 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 también el dominio de estrategias para las producciones de sentido, mediante los códigos específicos de este canal 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 la comprensión crítica 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

V - Objetivos

Como objetivos fundamentales se pretende que los alumnos logren:

Analizar críticamente las creaciones gráficas según su incidencia social, cultural y educativa.

Reconocer las características específicas de la comunicación gráfica, así como su complementariedad con los demás medios electrónicos y audiovisuales, en el marco de la realidad mediática y tecnológica actual.

Entender 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 específicos de la gráfica, según los diversos tipos de mensajes.

Articular los componentes textuales, paratextuales, tipográficos e iconográficos en función de los tipos de mensajes y de acuerdo con los usos vigentes y los modos de lectura.

Aplicar los criterios y técnicas básicas de diagramación y diseño de materiales gráficos.

Integrar los aspectos lingüísticos, ilustrativos y de diagramación mediante la edición de piezas impresas.

VI - Contenidos

NÚCLEO TEMÁTICO 1: La comunicación gráfica: su incidencia histórica y social, sus recursos y sus fases de producción

La gráfica en la perspectiva histórica. Situación actual y posibilidades. La evolución tecnológica. Los productos impresos, la informática y la televisión. Ámbitos de la gráfica.

Nociones preliminares sobre los procesos y las fases de la producción. Diagnóstico, desarrollo y evaluación. Objetos gráficos y situaciones comunicacionales. Recursos y competencias para la producción. Los medios periodísticos y sus géneros.

NÚCLEO TEMÁTICO 2: Propiedades y estrategias de lenguaje para la producción de sentido

Objetivaciones, percepciones del mundo y tipificaciones en virtud del lenguaje. La carga connotativa de las palabras. Los campos semánticos.

El significado y el sentido. Modalidades de enunciación, de enunciado y de mensaje. Actos de habla y atribuciones ilocucionarias. Operaciones y niveles retóricos. La noción de grado cero. Las figuras.

La persuasión y sus enfoques. Estrategias y actitudes argumentativas. Las presuposiciones. Tratamiento sintáctico, semántico y pragmático de las citas. La retórica en la titulación.

Los mensajes instructivos; su sintaxis, organización, claridad y efectividad.

NÚCLEO TEMÁTICO 3: La imagen en la composición del mensaje gráfico

Las imágenes y sus niveles de significación. Enfoque semántico y pragmático. Función referencial y conativa. Construcciones retóricas.

La imagen y el texto. Disposiciones y proporciones según la función comunicativa y las contextualizaciones temáticas y espaciales. El color y sus efectos.

Sistemas de representación. Gráficos. Diagramas. Pictogramas. La ideografía. Códigos particulares. Composiciones informativas, persuasivas e instructivas.

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 tipografía y sus características. Usos en texto y paratexto. Convenciones notacionales. Las 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. Componentes de la titulación. Recursos para la jerarquización de los temas. 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 sobre las fases y sistemas de impresión.

VII - Plan de Trabajos Prácticos

NÚCLEO TEMÁTICO 1

Reflexiones a partir de la lectura de la bibliografía. Reconocimiento general de las instancias de producción, en base al

análisis de piezas y medios gráficos.

Parte de los temas de esta unidad son investigados por los alumnos con el fin, por un lado, de comprender en profundidad la incidencia histórica y social de las diversas manifestaciones e invenciones inherentes a la gráfica y, por otro, de ejecutar en la última etapa del año algunas de las fases de producción, integrando el conjunto de los aprendizajes en la edición impresa de una pieza gráfica.

NÚCLEO TEMÁTICO 2

Análisis de los efectos de sentido de las distintas modalidades de enunciación, enunciado y mensaje. Reconocimiento y aplicación de los conceptos propuestos. Incurción en géneros del ámbito periodístico. Tratamientos publicitarios.

Análisis y producción de mensajes persuasivos e instructivos.

NÚCLEO TEMÁTICO 3

Reconocimiento de los niveles de significación de las imágenes. Análisis comparativo del uso de ilustraciones en diarios, revistas y gráfica alternativa. Reconocimiento de códigos y de sistemas de códigos.

Análisis y producción de mensajes con función informativa, persuasiva e instructiva.

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.

VIII - Regimen de Aprobación

El régimen de CG es de regularidad, encuadrado en la Ord 13/03 CS.

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).

Sin perjuicio del régimen de regularidad, a los alumnos que desarrollen sus aptitudes con destacados rendimientos se les concederá la posibilidad de aprobar el curso sin examen final, siempre y cuando cumplan los siguientes requisitos:

-Aprobación del 100 % de los trabajos prácticos con nota mínima 7 (siete) en cada uno, en primera instancia.

-Aprobación de dos parciales con nota mínima 7 (siete) en cada uno, en primera instancia.

(De todos modos, se prevé otorgar al final del cursado una posibilidad de elevar la nota de uno de los prácticos o de uno de los parciales a quienes con una de esas alternativas alcancen a satisfacer el conjunto de estos requisitos.)

-Aprobación de un trabajo final de integración y de un coloquio con nota mínima 7 (siete).

En todos los casos 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, 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 le permite al alumno 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] ATORRESI, A., Lengua y literatura. Los estudios semióticos (Conicet, Bs. As., 1996)

[3] BERGER, P., LUCKMANN, T., La construcción social de la realidad (Ammorrtu, Bs. As., 1968)

[4] CLARÍN, Manual de estilo (Aguilar, Bs. As., 1997)

[5] DE FLEUR, M., BALL-ROKEACH, S., Teorías de la comunicación de masas (Paidós, Barcelona, 4ª ed., 1ª reimpr., 1986)

[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] MARAFIOTI, R. (comp), Recorridos semiológicos. Signos, enunciación y argumentación (Eudeba, Buenos Aires, 3ª., 2001)
- [12] MARRO, M., DELLAMEA, A., Producción de textos. Estrategias del escritor y recursos del idioma (Docencia, Buenos Aires, 1993)
- [13] MARTÍN AGUADO, J., ARMENTÍA VIZUETA, J., Teconología de la información escrita (Síntesis, Madrid, 1995)
- [14] MEGGS, B., Historia del diseño gráfico (Trillas, México, 1991)
- [15] PALMIERI, R., En pocas palabras (La Crujía, Bs. As., 2001)
- [16] REARDON, K., La persuasión en la comunicación (Paidós, Barcelona, 1991)
- [17] TODOROV, T., Mikhail Bajtin, El principio dialógico (Univ. Nac. de Córdoba)
- [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. y otros, Para mirar la imagen (Ed. Don Bosco, Bs. As., 1986)

X - Bibliografía Complementaria

- [1] ARFUCH, Diseño y comunicación (Paidós, Buenos Aires, 2003)
- [2] BARTHES, R., Lo obvio y lo obtuso, imágenes, gestos, voces (Paidós, Barcelona, 1986)
- [3] BROWN, J., técnicas de persuasión (Alianza, Madrid, 4ª., 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., 3ªed., 1993)
- [6] Curso práctico de Diseño Gráfico por ordenador, Tomo III, Fotografía y color
- [7] FRASCARA, Diseño gráfico y comunicación (Infinito, Bs. As., 4ª 1994)
- [8] FRASCARA, El poder de la imagen (Infinito, Buenos Aires, 1999)
- [9] GARCÍA, M., Diseño y remodelación de periódicos (Univ. de Navarra, 1982)
- [10] LA MANIGUETA, Guía gráfica (publicación periódica)
- [11] KERBRAT-ORECCHIONI, C., La enunciación. De la subjetividad en el lenguaje (Hachette, Buenos Aires, 1987)
- [12] LA NACIÓN, Manual de Estilo y Ética periodística (Espasa, Buenos Aires, 1997)
- [13] MARTIN VIVALDI, G., Curso de redacción (Paraninfo, Madrid, 33º ed., 2000)
- [14] PELTZER, G., Periodismo iconográfico (Rialp, Madrid, 1991)
- [15] SEXE, N., Diseño.com (Paidós, Buenos Aires, 2001)
- [16] ULANOVSKY, C., Paren las rotativas (Espasa, Bs. As., 1997)

XI - Resumen de Objetivos

Como objetivos fundamentales se pretende que los alumnos logren:

Analizar críticamente las creaciones gráficas según su incidencia social, cultural y educativa.

Reconocer las características específicas de la comunicación gráfica, así como su complementariedad con los demás medios electrónicos y audiovisuales, en el marco de la realidad mediática y tecnológica actual.

Entender 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 específicos de la gráfica, según los diversos tipos de mensajes.

Aplicar los criterios y técnicas básicas de diagramación y diseño de materiales gráficos.

XII - Resumen del Programa

NÚCLEO TEMÁTICO 1: La comunicación gráfica: sus recursos, su incidencia histórica y social. La evolución tecnológica. Los productos impresos, la informática y la televisión. Nociones preliminares sobre los procesos y las fases de la producción. Recursos y competencias para 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 instructivos.

NÚCLEO TEMÁTICO 3: La imagen en la composición del mensaje gráfico. Niveles de significación. Enfoque semántico y pragmático. Función referencial y conativa. Construcciones retóricas. La imagen y el texto. El color, sus propiedades y efectos. Sistemas 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 sobre las fases y sistemas de impresión.

XIII - Imprevistos

Aux. 1ª ADARO, Santiago (DNI 25.166.103)