

## PROGRAMA 2017

*Universidad Nacional de Cuyo*  
*Facultad de Artes y Diseño*

<b>Grupo de carreras de</b>	Proyectos de Diseño
<b>Carrera</b>	Diseño Gráfico y Diseño Industrial
<b>Plan de estudios Ord. N°</b>	Ord. N° : 2/2006 consejo superior
<b>Espacio Curricular</b>	Comunicación Visual
<b>Carga horaria total</b>	84 hs.
<b>Carga horaria semanal</b>	3 hs.
<b>Curso</b>	Segundo
<b>Régimen de cursado</b>	Anual
<b>Carácter</b>	Obligatoria
<b>Año académico</b>	2017

CORRELATIVIDADES PARA EL CURSADO	
<b>Debe tener aprobada</b>	
<b>Debe tener cursada regular</b>	Psicología Aplicada al Diseño I Introducción a la Cultura Material

CORRELATIVIDADES PARA LA EVALUACIÓN	
<b>Debe aprobar previamente</b>	Psicología Aplicada al Diseño I Introducción a la Cultura Material Introducción al Diseño

<b>Equipo de Cátedra</b>	Profesor Titular: Diseñador Industrial, Especialista en Diseño Multimedial Ariel Amadío. Jefe de Trabajos Prácticos: DG Úrsula Baumhauer
<b>Horario de clase</b>	Lunes de 13 a 16 hs.
<b>Horario de consulta</b>	Lunes de 11 a 13 hs.

## 1| MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

La asignatura comunicación visual tiene como objetivo brindar el sustento teórico para el abordaje de la fenomenología de la comunicación dentro de el quehacer del diseño. En este sentido el recorrido planteado para esta asignatura pretende iniciarse en el estudio de los conceptos generales que definen a la comunicación para luego comprender los diferentes modelos que se han formulado en el devenir histórico de la disciplina.

Finalmente, el objetivo final es llegar a encontrar los puntos de contacto de la comunicación con las actividades del diseño gráfico y el diseño industrial. La problemática del signo, la fenomenología del color y sus implicancias comunicativas, la forma de comunicación de los objetos y de las piezas gráficas y además la relevancia y trascendencia que tiene el fenómeno de la comunicación en las actividades humanas; son los nodos de encuentro que esta asignatura pretende alcanzar.

El enfoque propuesto se encuentra marcado por los descriptores del plan de estudio vigente:

- La comunicación modelos.
- El proceso de comunicación masiva. Componentes y vinculaciones. Ruido redundancia.
- Modos de comunicación. La comunicación visual masiva en el diseño gráfico. Tipología.
- Mensaje, forma y contenido. Niveles de análisis de los productos gráficos.

El estudio de la comunicación se basa las teorías de la codificación y las teorías inferencia, marco teórico que permiten analizar y resolver los problemas complejos de la comunicación visual del diseño.

## 2|EXPECTATIVAS DE LOGRO

Apropiación de los mecanismos pragmáticos que consolidan la competencia comunicativa en situaciones concretas de interacción.

Adquisición de los recursos de expresión, de comprensión y de reflexión sobre los usos comunicativos en contextos variados.

Desarrollo de las capacidades necesarias para realizar por sí mismo aprendizajes significativos.

Participación en actividades grupales durante el desarrollo del proceso de aprendizaje.

Desarrollo del pensamiento reflexivo, la actitud crítica y constructiva.

Perfeccionamiento de las habilidades necesarias para investigar, agrupar y seleccionar información.

Valorización de las expresiones culturales globales.

## 3|CONTENIDOS CONCEPTUALES

### Primera parte: Conceptos generales

#### Unidad I: “La comunicación”

Aproximación general al concepto de comunicación: intentos de definición desde diferentes perspectivas y autores. El impacto de las situaciones comunicacionales en el contexto actual. Comunicación y medios. El fenómeno de la comunicación masiva: definición en relación con el diseño. La problemática del feedback. Modelos de comunicación masiva: Enfoque aristocrático, enfoque de la escuela de Frankfurt, Teoría de la “aguja hipodérmica”, Teorías funcionalistas. Comunicación y diseño: el quehacer de la comunicación como razón social del diseño.

### **Unidad II: “Modelos de comunicación”**

Descripción de las dos grandes perspectivas inherentes al diseño: modelo del código y modelo ostensivo inferencial. El modelo de código: Aporte de Roman Jakobson a la teoría de la comunicación: componentes y funciones del modelo. Particularidades de la comunicación: ruido y redundancia. Crítica y ampliación del modelo del código: aportes desde la pragmática. Teoría de la cortesía y teoría de la imagen. La pragmática y su relación con la comunicación. El principio de cooperación y las máximas de Paul Grice. El modelo ostensivo - inferencial y el principio de relevancia. La importancia de este modelo en la actividad del diseño.

### **Unidad III: “Aproximación al concepto de signo”**

Teoría del signo: la figura de Ferdinand de Saussure. La perspectiva del estructuralismo en la configuración del signo. Los pares dicotómicos: lenguaje/lengua, sincronía/diacronía, lengua/habla. El concepto de Signo: la concepción diádica de la Semiología. Lo arbitrario del signo y el carácter lineal del significante. Noción de valor en los sistemas de signos. La semiótica: su definición del signo. Charles Sanders Peirce y su clasificación del signo. Niveles de análisis: sintáctico, semántico y pragmático. Aplicación de los niveles de análisis a piezas de diseño. Conceptos de Denotación y connotación

### **Unidad IV: “La comunicación visual”**

La naturaleza del signo visual. Características de la imagen. La comunicación visual: Interpretación de diferentes autores, Umberto Eco, Gui Bonsiepe, Danielle Quarante. Interrelación de la comunicación visual con otros modos de comunicación. Distintos modos de comunicación visual: gestual, gráfica y objetual. Conceptos de Denotación y connotación en la imagen.

### **Segunda Parte: Comunicación y Diseño**

#### **Unidad V: “Comunicación visual y diseño gráfico”**

Imagen y comunicación. El papel de la imagen en la sociedad actual. La Publicidad: Campañas, Mercado y Lenguaje Publicitario. Naturaleza comunicacional del diseño. La sintaxis visual en diseño: usos del color, la tipografía, textura visual. Los códigos visuales: su articulación en el discurso gráfico. Los paradigmas del diseño gráfico: la marca, el cartel y el libro.

#### **Unidad VI: “Empleo del color en Comunicación Visual”**

Empleo del color en comunicación visual según criterios de aplicación: color denotativo (icónico, saturado y fantasioso). Color connotativo: color psicológico y simbólico. Color signico: esquemático, emblemático, señalético convencional. Análisis del uso del color piezas en diseño gráfico, industrial y productos audiovisuales. Sistematización del color y sistemas de denominación de los colores. Cesía y color. Visión diurna y visión nocturna. Tabla de legibilidad de K. Borggräfe. Codificación del color para sistemas de comunicación en pantalla.

### **Unidad VII: “Comunicación Audiovisual”**

Evolución histórica del lenguaje audiovisual. El concepto de efectos especiales. Principios de la sintaxis audiovisual: planimetría clásica y movimientos de cámara. Secuencias y escenas: bloques de sentido de la comunicación. El valor de la elipsis narrativa como elemento básico del lenguaje audiovisual. El lenguaje televisivo: del broadcasting a la era Youtube.

### **Unidad VIII: “Comunicación gráfica digital”**

Las piezas paradigmáticas de la comunicación digital: el sitio web, el banner publicitario y la animación en internet. El rol de las redes sociales en la era de la comunicación gráfica digital. Los repositorios digitales de imágenes: el fenómeno Pinterest. La naturaleza de la imagen digital. Los códigos comunicacionales en la era digital.

## **3|B CONTENIDOS PROCEDIMENTALES**

- Elaborar comunicaciones. Diferenciar el modelo del código del modelo ostensivo inferencial. Identificar los componentes en comunicación gráfica.
- Analizar teorías sobre la comunicación visual e identificar los distintos puntos de vista de los autores.
- Reconocer los distintos tipos de emisores y receptores. Analizar las vinculaciones entre emisores y receptores.
- Profundizar los conocimientos referidos a la comunicación, sus modalidades y características a través de lecturas y de proyecciones de películas. Resolver ejercicios aplicados al diseño gráfico.
- Empleo del modelo de Jakobson modificado.
- Aplicar el modelo de producción de interpretación para la comprensión de mensajes visuales.
- Analizar los mensajes en producciones gráficas, los comportamientos del emisor-destinatario y receptores. Estudiar comparativamente el empleo de códigos en el ruido y la redundancia, sus consecuencias y posibles soluciones.
- Estudiar comparativamente el empleo de códigos en sistema señal éticos, afiches, envases, historietas, publicidad en revista y otros.
- Considerar el ruido y la redundancia, sus consecuencias y posibles soluciones.
- Profundizar los conocimientos referidos a la comunicación, sus modalidades y características a través de lecturas y proyecciones de películas.

### 3|CONTENIDOS ACTITUDINALES

Que el alumno:

- Reconozca la verdadera gravitación que tiene la comunicación en la actividad.
- Reconozca y usufructúe las potencialidades de la comunicación actual.
- Valore el rol protagónico de la comunicación visual en diseño y su gravitación en las manifestaciones culturales actuales.
- Se desenvuelva con solvencia y autonomía en situaciones complejas en el ámbito de la comunicación, resolviendo problemas profesionales de forma flexible en el marco de equipos de trabajo.

### 4| ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA

En el dictado de esta asignatura se optará por la siguiente metodología:

- Exposición oral del docente sobre las temáticas prácticas, con análisis de casos ilustrativos sobre el tema.
- Desarrollo de trabajos prácticos grupales en clase.
- Desarrollo de trabajos prácticos integradores.
- Visualización en pantalla de productos audiovisuales y de diseño referidos a las temáticas en desarrollo.

**Recursos materiales necesarios para el dictado del curso:**

Computadora equipada con sistema de audio, software para producción multimedial y con conexión a proyector multimedia, pantalla, pizarra.

### **Trabajos Prácticos Formales:**

Se contempla el desarrollo de 2 (dos) trabajos prácticos formales:

*1er cuatrimestre:*

TP Integrador de unidades I, II, III, y IV

*2do cuatrimestre:*

TP Integrador de unidades V, VI, VII y VIII

### **Instancias de evaluación:**

- Evaluación Continua sobre la participación en clase y trabajos prácticos. Evaluación de 2 (dos) parciales durante el cursado, uno por cuatrimestre.

## **5| ACTIVIDADES EXTRACURRICULARES DE VALOR ACADEMICO**

La cátedra propiciará la participación de los alumnos en actividades de la Facultad de Artes y Diseño y otras instituciones, integrando dichas actividades en la evaluación de la materia. Se prevé participar en los eventos de la Semana del Diseño, Semana de las Artes y en seminarios de referentes vinculados a la actividad que visiten la Institución.

### Sistema de Calificación

Ordenanza N° 108, del Rectorado, de la UNCuyo.

Artículo 4. Sistema de calificación: se regirá por una escala ordinal, de calificación numérica, en la que el mínimo exigible para aprobar equivaldrá al sesenta por ciento (60%). Este porcentaje mínimo se traducirá, en la escala numérica, a un seis (6). Las categorías establecidas refieren a valores numéricos que van de 0 (cero) a diez (10) fijándose la siguiente tabla de correspondencias.

#### No aprobado

	0%
1	1 a 12%
2	13 a 24%
3	25 a 35%
4	36 a 47%
5	48 a 59%

#### Aprobado

6	60 a 64%
7	65 a 74%
8	75 a 84%
9	85 a 94%
10	95 a 100%

## 6| EVALUACIÓN

### Instancias de evaluación:

- Evaluación Continua sobre la participación en clase y trabajos prácticos. Evaluación de 2 (dos) parciales durante el cursado, uno por cuatrimestre.

### Condiciones de regularidad:

- Requisito 1: Deberá cumplir con el 80% de asistencia a clase.
- Requisito 2: Deberá tener aprobados el 100% de los prácticos.
- Requisito 3 : Deberá tener aprobados el 100% de parciales aprobado, ya sea en primera instancia de evaluación o en recuperatorio.
- Requisito 4: Deberá tener aprobado el trabajo práctico final.

- El alumno que cumple los cuatro (4) requisitos enunciados adquiere la condición de **alumno regular**.

- El alumno que no cumple al menos uno de los cuatro (4) requisitos enunciados adquiere la condición de **alumno no regular**.

- El alumno que no cumple dos o más de los cuatro (4) requisitos enunciados: adquiere la condición de **alumno recursante**.

- En esta asignatura se contempla la condición de **alumno libre por pérdida de regularidad (según normativa vigente)**. Los alumnos que adquieran esta condición deberán pautar con la cátedra; en horarios de consulta; la elaboración de un trabajo integrador extra para acceder a la posibilidad de rendir el examen final.



### **Condiciones para el examen final:**

- El alumno **REGULAR**, rinde examen final oral a programa abierto.
- El alumno **NO REGULAR**, rinde examen final, debiendo cumplimentar una instancia de examen previa, cuya aprobación lo habilitará a rendir examen oral a programa abierto.
- El alumno **RECURSANTE**, deberá recurrar la asignatura.

### **Aprobación de trabajos prácticos formales:**

Los trabajos prácticos formales se aprueban con 7 (siete).

### **Otras consideraciones**

Las situaciones especiales de cursado (trabajo, horarios superpuestos, etc.) se arreglan POR NOTA exclusivamente con la cátedra hasta los diez día de iniciado el cursado. Luego de ese plazo no se contemplará ninguna situación especial.

Los trabajos prácticos o recuperatorios de prácticos no recibidos por correo electrónico POR EL MOTIVO QUE SEA en la fecha estipulada, se considerarán como no enviados y serán desaprobados.

Cada parcial tiene una única instancia de recuperación, los motivos por los que se recupera un parcial son la desaprobación o el ausente.

### **Recepción de Alumnos de Movilidad Estudiantil:**

Por tratarse de una asignatura de cursado anual de fuerte integración con sus correlativas, la cátedra no contempla la recepción de alumnos de movilidad estudiantil.

## 7| EXTENSIÓN Y/O VINCULACIÓN PRODUCTIVA

Se propiciarán actividades relacionadas con la gestión de proyectos comunicacionales de impacto social y regional. Se prevé participación activa en la Semana de las Artes.

## 8| BIBLIOGRAFÍA

1. Blake R. y Haroldsen E (1973): “Taxonomía de conceptos de comunicación”. México, Nuevomar
2. Escandel Vidal, María Victoria: “La comunicación”, Madrid, Gredos, 2005.
3. Guiraud, Pierre: “La Semiología”, Buenos Aires, Siglo XXI, 1973.
4. Sperber, Dan y Wilson, Deirdre (1986): “La relevancia: Comunicación y procesos cognitivos”, España, Vlsor , 1994.
5. Ficha Didáctica. “ Las restricciones del universo del discurso”, textos escogidos de C. Kerbrart Orecchioni en “La enunciación”, Buenos Aires, Edicial, 1997.
6. Bonsiepe, Gui: “Del objeto a la interface. Mutaciones del Diseño”, Buenos Aires, Infinito, 1999.
7. Frascara, Jorge: (1989): Diseño Gráfico y Comunicación Visual. Buenos Aires, Infinito.
8. Caivano, José: “Cesía, su relación con el color a partir de la teoría tricromática”, en Argencolor 2004, actas.
9. Caivano, José: “Sistema de Orden Del color”, Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo, UBA. 1995.

10. Varley, Helen (a cargo de la edición) “El gran libro del color”, Barcelona, Blume, 1982.
11. Reseña de "Seminario de Color" de Leonor Adán, José Luis Caivano, Elisa Cordero, Paz Cox, María Rosa Domper, Humberto Eliash, Willy Gerber, Rodrigo Infante, Roberto Martínez, Francisco Méndez, Susana Muñoz, Paulina Olivares, Yasna Vallette y Eduardo Vilches, Revista AUS, núm. 5, 2009, p. 34, Universidad Austral de Chile, Chile
12. Itten, Johannes: “Arte del color”, Francia, Bouret, 1975.
13. Sexe, Néstor: ”diseño.com”, Buenos Aires, Paidos. 2001.
14. Alejandro Piscitelli: “Ciberculturas 2.0”. Paidos Contextos.
15. Fernández-Coca, Antonio: “Producción y diseño para la WWW”, Paidos, Barcelona, 1999.
16. Kristof, R., Satrán, A.: “Diseño interactivo”. Anaya Multimedia, Barcelona, 1998.
17. Orihuela- Santos: “Introducción al Diseño Digital”. Anaya multimedia, Barcelona, 1999
18. M. Elsa Bettendorf y Raquel Prestigiacomo: “El relato audiovisual”. Editorial LongSeller. 2002.
19. Lourdes Adame Goddard: “Guionismo”, Editorial Diana, Mexico. 1991
20. Michel Chion: “La audiovisión”. Paidós Comunicación.

*DI Ariel Amadío*

*Marzo 2017*