

Programa de Comunicación Visual

1. DATOS GENERALES

CARRERA/S	Diseño Gráfico, Diseño Industrial		
PLAN DE ESTUDIOS ORD. N°	02/ 06 C.S (Diseño Gráfico) 04/06 C.S (Diseño Industrial)		
ESPACIO CURRICULAR	Comunicación Visual		
RÉGIMEN	Anual	CURSO	Segundo
CARGA HORARIA TOTAL 84 hs.	CARGA HORARIA SEMANAL: 3 HS.		
	Presencial: 2 hs.		Virtual: 1 hs.
FORMATO CURRICULAR	Teórica Aplicada		
AÑO ACADÉMICO	2026	CARÁCTER DEL ESPACIO	Obligatorio
CORRELATIVIDADES PARA EL CURSADO	Tener Cursada Regular: Psicología Aplicada al Diseño I, Introducción a la Cultura Material		
CORRELATIVIDADES PARA EXAMEN FINAL	Aprobar previamente: Psicología Aplicada al Diseño I, Introducción a la Cultura Material, Introducción al Diseño.		
EQUIPO DE CÁTEDRA	<p>Profesor Titular: Diseñador Industrial, Especialista en Diseño Multimedial Ariel Amadio.</p> <p>Jefes de Trabajos Prácticos: DG Fabiola Pruletti J.T.P., DI Laura Torres J.T.P.</p>		
MAILS DE CONTACTO DE LOS DOCENTES	comunicacionvisual@ariel-amadio.com		
HORARIOS DE CLASE	Miércoles de 9:00 a 12:00 hs. ambas carreras de Diseño.		
HORARIOS DE CONSULTA	Profesor Ariel Amadio: Lunes de 11:00 a 13:00 hs.		
	Profesora Fabiola Pruletti: Lunes de 12:00 a 13:00 hs.		
	Profesora Laura Torres: Viernes 14:00 hs.		
MOVILIDAD ESTUDIANTIL	Sí, 5 alumnos máximo		

ACCIONES DE NACIONALIZACIÓN E INTERNACIONALIZACIÓN	La cátedra promoverá acciones de nacionalización e internacionalización orientadas a fortalecer los vínculos académicos con otras instituciones de educación superior, tanto del ámbito nacional como internacional. En este marco, se procurará la participación en redes académicas, encuentros, jornadas y congresos, entre ellos los promovidos por la Red DISUR, así como el desarrollo de instancias de intercambio con cátedras y equipos docentes de otras universidades. Estas acciones podrán materializarse mediante actividades de colaboración académica y otras modalidades de trabajo conjunto, en formatos presenciales o virtuales, sincrónicos o asincrónicos.
--	--

2. FUNDAMENTACIÓN

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 de diseño.

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

3. COMPETENCIAS GENERALES Y ESPECÍFICAS

Las competencias general y específicas planteadas para el presente ciclo lectivo son las siguientes:

General:

Instrumentalizar el marco teórico en comunicación como herramienta para sostener procesos de comunicación en diseño.

Específicas:

1. Acrecentar el acervo de posibilidades y habilidades de comunicación visual.
2. Asignar un lugar de valor a la comunicación.
3. Comprender y direccionar con eficiencia los procesos usando color y lenguaje audiovisual.
4. Explorar en profundidad las potencialidades de los recursos de diseño de comunicación visual

4. SABERES *(Ejes / Unidades)*

EJE 1:	Conceptos generales de comunicación Definiciones desde distintos campos del saber. El diseño como fenómeno de comunicación masiva. La mediación tecnológica.
EJE 2:	El modelo del Código en Diseño: Devenir histórico de los modelos de comunicación. Funciones generales de la comunicación. Ruido, redundancia y feedback.
EJE 3:	El Modelo Ostensivo Inferencial y su intervención en el diseño: Ampliación del modelo del código. El modelo Ostensivo Inferencial como sustento de la comunicación en diseño.
EJE 4:	Teoría del signo: Modelo de la semiología. Clasificación de la semiótica de Peirce.
EJE 5:	Empleo del color en Comunicación Visual: Denotación y connotación en el signo visual. Tipología del color en comunicación visual. Empleo de la potencia comunicacional del color.
EJE 6:	El signo visual en Comunicación: Naturaleza del signo visual. La gramática del lenguaje audiovisual. Planimetría y angulaciones canónicas. Los procesos productivos en comunicación audiovisual.

5. ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

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

- Exposición oral del docente sobre las temáticas teóricas, con análisis de casos ilustrativos sobre el tema.
- Discusión de textos en debate con los alumnos, con puesta en común.
- Desarrollo de trabajos prácticos grupales.
- Desarrollo de trabajo práctico integrador.
- Integrar las temáticas específicas de gráfica y productos para ambas especialidades

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.

6. PROPUESTA FORMATIVA VIRTUAL

La estrategia de virtualidad comprende la implementación de distintos correlatos en redes sociales, compartición de material digital, planteos de trabajos para resolver exclusivamente en línea y retroalimentación con los alumnos acerca de los conceptos vistos en clase. La estrategia de redes sociales se implementa con la intención de crear un espacio complementario de la presencialidad para generar los procesos de socialización en el camino de enseñanza - aprendizaje.

EJE TEMÁTICO	Conceptos generales de comunicación, Modelos de comunicación (eje central), Aproximación al concepto de signo, Comunicación visual en diseño gráfico y de productos, Empleo del color en Comunicación Visual, Comunicación Audiovisual, Diseño paramétrico y diseño editorial.		
CARÁCTER	Obligatoria	CARGA HORARIA SEMANAL	Presencial: 2 horas Virtual: 1 hora
COMUNICACIÓN	SINCRÓNICA Encuentros por Google Meet: https://meet.google.com/ejn-ixwo-yay		
	ASINCRÓNICA: Grupo de Facebook: Correo electrónico:		

ACTIVIDAD ESTUDIANTIL	INDIVIDUAL : Visualización y procesamiento de material publicado en línea en el sitio de cátedra. Resolución de actividades de transferencia publicadas. Publicación de material producido en los grupos cerrados de redes sociales; destinados al intercambio y compartición de trabajos propuestos.
	COLABORATIVA: Conformación de equipos de trabajo para la resolución de actividades prácticas. Exposiciones grupales en línea. Elaboración colaborativa de galerías de trabajo de los estudiantes.
ESTRATEGIAS Y TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN T.I.C.	La actividad virtual tiene como medio central el sitio web de cátedra, coordinado con un grupo cerrado de Facebook, presencia sincrónica mediante encuentros on line y mail de cátedra. También se contempla la posibilidad de publicación de video en plataformas dedicadas a tal fin.
MATERIALES DIDÁCTICOS	Los materiales didácticos de las asignatura se localizan en le siguiente link:
EVALUACIÓN ACTIVIDAD VIRTUAL	La evaluación virtual se realiza sobre el envío de las prácticas propuestas, publicación en grupo cerrado y documentos enviados al correo de cátedra.

ENTORNO VIRTUAL

LINK:
<http://ariel-amadio.com/docencia/>
<https://virtual.fad.uncu.edu.ar/login/index.php>

EQUIPO DOCENTE

ROLES Y FUNCIONES RELACIONADOS CON EL DESARROLLO DE LAS ACTIVIDADES MEDIADAS CON TIC:

Profesor Titular DI ESPC. Ariel Amadio: Gestión general de sitio web de cátedra, creación, edición y publicación on line de materiales digitales para entorno virtual, mediación y tutoría, seguimiento, gestión general de los espacios virtuales, administración técnica y evaluación.

Jefes de Trabajos Prácticos: DG Fabiola Pruletti J.T.P. (S) Interino, DI Laura Torres J.T.P. (S) Interino: Gestión y mediación de redes sociales, evaluación de trabajos on line, tutoría de trabajos grupales, gestión de encuentros sincrónicos, procesamiento de materiales, comunicación continua con los estudiantes.

7. EXTENSIÓN

La cátedra propicia 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, Feria del libro y en espacios de referentes vinculados a la actividad, que visiten la

8. EVALUACIÓN

Criterios de evaluación	Evaluación continua con examen final o promoción, cumplimiento de las actividades y evaluaciones planteadas por la cátedra durante el desarrollo del cursado.
Acreditación	Con examen final (condición regular y no regular) / sin examen final para condición de promoción.
Criterios de acreditación	<ul style="list-style-type: none"> •Evaluación Continua sobre la participación en clase y trabajos prácticos. Evaluación de 2 (dos) parciales durante el cursado. •Elaboración de trabajos prácticos formales, sobre las temáticas desarrolladas durante el cursado. <p>Condiciones de regularidad:</p> <ul style="list-style-type: none"> •Requisito 1: Deberá tener aprobados el 100% de los prácticos. •Requisito 2 : Deberá tener aprobados el 100% de parciales aprobado, ya sea en primera instancia de evaluación o en recuperatorio. •Requisito 3: Deberá tener aprobado las actividades propuestas por la cátedra.

<p>Criterios de acreditación</p>	<p>Para promocionar la asignatura se deberá cumplir con las siguientes condiciones:</p> <ol style="list-style-type: none">1- Haber aprobado el/los examen/es parcial/es.3- Tener aprobado 100% de los trabajos prácticos4- Promediar entre examen/es parcial/es y trabajos prácticos una nota igual o superior a 7 (siete). <p>Condiciones para el examen final:</p> <ul style="list-style-type: none">•El alumno que PROMOCIONA la asignatura no rinde 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. <p>Aprobación de trabajos prácticos formales: Los trabajos prácticos formales se aprueban con 7 (siete).</p> <p>Otras consideraciones Las situaciones especiales de cursado (trabajo, horarios superpuestos, etc.) se arreglan exclusivamente con la cátedra hasta los diez día de iniciado el cursado. Luego de ese plazo no se contemplará ninguna situación especial.</p> <p>Los trabajos prácticos o recuperatorios de prácticos no recibidos por correo electrónico en la fecha estipulada, se considerarán</p>
---	---

Criterios de acreditación	<ul style="list-style-type: none">•El alumno que cumple los tres (3) requisitos enunciados adquiere la condición de alumno regular.•El alumno que no cumple al menos uno de los tres (3) requisitos enunciados adquiere la condición de alumno no regular.•El alumno que no cumple dos o más de los tres (3) 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
---------------------------	---

9. BIBLIOGRAFÍA OBLIGATORIA Y COMPLEMENTARIA (Según Normas APA)

Pérez García, Á., Fernández García, L. C., & Sacaluga Rodríguez, I. (2024). Gamificar en el ámbito universitario online para favorecer la motivación del alumnado: una experiencia en el grado de pedagogía. *EduTec, Revista Electrónica de Tecnología Educativa*, (88), 93–106.

Faure-Carvalho, A., Calderón-Garrido, D., & Gustems-Carnicer, J. (2022). Gamificación digital en la educación secundaria: una revisión sistemática. *Revista Latina de Comunicación Social*, (RLCS-2022-1773).

Gudiño Mejía, C. B., Jacob Yasunary, B. E., Melo López, V. A., Estefanía, P. J., & Rosero Moscoso, L. M. (2024). Gamificación y Ludificación educativa en el aula universitaria. *LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades*, 5(4), 3665–3679.

Kapp, K. M. (2012). *The gamification of learning and instruction: Game-based methods and strategies for training and education*. Pfeiffer.

Zichermann, G., & Cunningham, C. (2011). *Gamification by design: Implementing game mechanics in web and mobile apps*. O'Reilly Media. **Johnson, M. (2024). Relevance theory and the social realities of communication. *Frontiers in Psychology*, 14, 1167790. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1167790>**

- Scott-Phillips, T. (2024). The communicative principle of relevance. *Current Directions in Psychological Science*, 33(1), 12-17. <https://doi.org/10.1177/09637214241284937>
Una revisión contemporánea del principio comunicativo de relevancia, explorando su aplicación en contextos evolutivos y comparativos.
- Sperber, D., & Wilson, D. (2024). Rethinking ostensive communication in an evolutionary, comparative, and developmental perspective. *PsyArXiv*. <https://doi.org/10.31234/osf.io/zp3fx>.
- Luchjenbroers, J. (2023). Relevance theory and context selection: A discussion of Sperber and Wilson's comprehension model. *La Trobe Working Papers in Linguistics*, 2, 191-204. https://opal.latrobe.edu.au/articles/journal_contribution/Relevance_theory_and_context_selection_a_discussion_of_Sperber_and_Wilson_s_Comprehension_Model/22201996
Este trabajo analiza el modelo de comprensión de Sperber y Wilson, centrándose en la selección de contextos en la interpretación del lenguaje.
- Faggioli, G., Dietz, L., Clarke, C., Demartini, G., Hagen, M., Hauff, C., ... & Wachsmuth, H. (2023). Perspectives on large language models for relevance judgment. *arXiv*. <https://arxiv.org/abs/2304.09161>
Este artículo discute cómo los modelos de lenguaje grandes pueden asistir en juicios de relevancia, explorando colaboraciones entre humanos y máquinas.
- Sumers, T. R., Hawkins, R. D., Ho, M. K., & Griffiths, T. L. (2021). Extending rational models of communication from beliefs to actions. *arXiv*. <https://arxiv.org/abs/2105.14050>

- Warren, E., & Call, J. (2022). Inferential communication: Bridging the gap between intentional and ostensive communication in non-human primates. *Frontiers in Psychology*, 12, 718251. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.718251>
Este artículo explora la comunicación inferencial en primates no humanos, proporcionando insights que pueden enriquecer la comprensión de la comunicación ostentiva en la teoría de la relevancia.
- Bilinkis, S. (2019). *Guía para sobrevivir al presente*. Buenos Aires: Sudamericana
- Munari, B., & Carrillo, B. M. (2018). *Fantasia*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Steane, J. (2016). *Fundamentos del diseño interactivo: Principios y procesos que todo diseñador debe conocer*. Barcelona: Promopress.
- Bilinkis, S. (2015). *Pasaje al futuro: Guía para abordar el viaje al mañana*. Buenos Aires: Sudamericana.
- **Bibliografía Clásica**
- Brarda, M. C. (2016). *Motion graphics design - La dirección creativa en branding tv*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Dolors, G. M. (2014). *Psicología de la comunicación*. Barcelona: Ariel.
- Frascara, J. (2006). *El diseño de comunicación*. Buenos Aires: Ediciones Infinito.
- Christian Vanderdorpe: “Del papiro al Hipertexto”. Fondo de Cultura Económica. 2003.
- M. Elsa Bettendorf y Raquel Prestigiacomo: “El relato audiovisual”. Editorial LongSeller. 2002.
- Alejandro Piscitelli: “Ciberculturas 2.0”. Paidós Contextos.
- Janet Murray: “Hamlet in the Holodeck”. Editorial Paidós, Barcelona, Buenos Aires, México. 1998
- Guillem Bou Bauzá. “El guión multimedia”. Anaya Multimedia, Barcelona. 1997.
- Lourdes Adame Goddard: “Guionismo”, Editorial Diana, Mexico. 1991
- Michel Chion: “La audiovisión”. Paidós Comunicación.
- Blake R. y Haroldsen E (1973): “Taxonomía de conceptos de comunicación”. México, Nuevomar
- Escandel Vidal, María Victoria: “La comunicación”, Madrid, Gredos, 2005.
- Guiraud, Pierre: “La Semiología”, Buenos Aires, Siglo XXI, 1973.
- Sperber, Dan y Wilson, Deirdre (1986): “La relevancia: Comunicación y procesos cognitivos”, España, Vlsor , 1994.
- Ficha Didáctica. “ Las restricciones del universo del discurso”, textos escogidos de C. Kerbrat Orecchioni en “La enunciación”, Buenos Aires, Edicial, 1997.
- Bonsiepe, Gui: “Del objeto a la interface. Mutaciones del Diseño”, Buenos Aires, Infinito, 1999.

- Frascara, Jorge: (1989): Diseño Gráfico y Comunicación Visual. Buenos Aires, Infinito.
- Caivano, José: “Sistema de Orden Del color”, Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo, UBA. 1995.
- Varley, Helen (a cargo de la edición) “El gran libro del color”, Barcelona, Blume, 1982.
- 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.
- Itten, Johannes: “Arte del color”, Francia, Bouret, 1975.
- Sexe, Néstor: ”diseño.com”, Buenos Aires, Paidós. 2001.

DI. Espec. Ariel Amadío