

Carrera de Ciencias de la Comunicación

Año lectivo 2013

Programa: **Comunicación Visual Gráfica I**

Prof. Esp. Fabián Silva Molina

Esp. Fabián Silva Molina
Prof. Adjunto a cargo de cátedras de
Publicidad y Comunicación Visual Gráfica I y II
Facultad de Filosofía y Letras - UNT

Facultad de Filosofía y Letras

UNT

Comunicación Visual Gráfica I

Objetivos generales

Introducir a los alumnos en la problemática inherente a la comunicación visual gráfica contemporánea. Lograr que durante el cursado de la materia, los estudiantes puedan adquirir un conocimiento sistematizado de los aspectos fundamentales vinculados a la teoría y a la práctica del diseño gráfico propios de la comunicación visual.

Objetivos particulares

Que el alumno:

- a- Incorpore las categorías específicas de la teoría de la comunicación visual gráfica y adquiera competencia en la utilización de las mismas.
- b- Sea capaz de discernir los distintos elementos que constituyen los lenguajes visuales gráficos.
- c- Conozca los diferentes géneros que constituyen la disciplina y la pertinencia de cada uno.
- d- Comprenda los diferentes niveles (interdisciplinarios) que son necesarios articular y coordinar para que un proyecto comunicacional gráfico sea exitoso.
- e- Conozca los aspectos generales más relevantes de las tecnologías que intervienen en la práctica concreta de la comunicación visual gráfica
- f- Se introduzca en la problemática de la investigación.
- g- Logre un adecuado nivel de alfabetización visual.

Importancia de la comunicación visual gráfica

La comunicación visual es un componente esencial en la comunicación actual. La velocidad de los mensajes, lo efímero de alguno de ellos y la mediatización de las relaciones humanas hacen necesario un estudio minucioso de técnicas de comunicación alternativas a la verbal.

El poder de concentración en los seres humanos va disminuyendo drásticamente. El zapping lo llevó a 12 segundos y con internet de banda ancha, la capacidad de concentración ronda los 9 segundos. Si pensamos que la concentración más baja del reino animal es la de los peces y que ésta es de 6 segundos, se hace evidente que la comunicación humana tiende a acortar drásticamente el tiempo en el proceso de comunicación. En estas circunstancias, lo visual adquiere una dimensión verdaderamente estratégica.

Sostenemos que lo visual, si bien no configura un lenguaje articulado como el lenguaje verbal, tiene el mismo poder de generación de mensajes. La carga semántica que introduce el discurso visual hace de este un arma poderosa en cualquier esquema de comunicación. Pero, al tener su sintaxis reglas propias, se torna opaco para quien no posee las herramientas para comprender su articulación.

Sobre esa opacidad se montan los articuladores de mensajes visuales para poder penetrar nuestra voluntad condicionándonos la capacidad de elección. Basta una rápida mirada a la góndola de bebidas alcohólicas para saber cuáles están dirigidas al público joven y cuáles al público adulto. El mecanismo funciona como un reloj: quienes articulan los mensajes visuales están asistidos interdisciplinariamente para lograr su efectividad. El público cree que elige cuando en realidad su voluntad está orientada desde la publicidad y la comunicación visual hasta la góndola.

Por todo esto, el objetivo de esta materia es lograr que el profesional en Ciencias de la Comunicación tenga las herramientas necesarias para poder desarticular los procesos de comunicación visual y que sus mecanismos se hagan tan transparentes como los de la comunicación verbal. No intentamos formar diseñadores, ni periodistas que puedan hacer solos su propia revista. Pretendemos formar decodificadores inteligentes de las herramientas que se utilizan para la comunicación efímera, veloz o intencional, aquella contra la que no tenemos defensas concientes y que nuestra vulnerabilidad es absoluta.


Fabián Silva Molina
Diseñador en comunicación visual

Comunicación Visual Gráfica I

Programa de la materia

Bolilla 1

Panorama histórico y social de la comunicación visual.

Primeras expresiones visuales. Las pinturas rupestres. Primeros registros escritos. La invención de alfabetos. Evolución de los soportes de escritura. Condicionamientos tecnológicos. El arte sacro como sistema de comunicación. La introducción del papel en Europa. El producto gráfico medieval: el libro. Sistemas de reproducción. La invención de la imprenta. El nacimiento de la tipografía de molde. Los primeros tipógrafos y sus diseños. La producción de tipos. La linotipia y la monotipia. Las nuevas tecnologías y su consecuencia en el diseño. Las nuevas tipografías. Otros sistemas de reproducción: Litografía, serigrafía y xilografía. La fotografía en la reproducción tipográfica. El sistema Offset y sus posibilidades de diseño. Nuevas escuelas de diseño: El constructivismo, De Stijl y la Bauhaus. Su influencia. Los sistemas de composición en frío y La evolución de la tipografía. La cuatricromía y citocromía. La evolución de los sistemas de impresión. La irrupción de la informática en el diseño. Posibilidades tecnológicas de preimpresión. Sistemas y standarización. La irrupción del diseño en la informática: del fósforo verde a los sistemas *Wysiwyg*. El rol de la comunicación visual en la popularización de la informática. La comunicación visual en la actualidad.

Bolilla 2

Elementos del lenguaje visual: punto, línea y plano.

La diferencia entre los lenguajes articulados y los lenguajes no articulados. Elementos del lenguaje visual: punto, línea, plano. El punto como unidad mínima de articulación. Posibilidades. El punto como unidad generativa y como mínimo factor de descomposición. El punto en su recorrido: la línea. Línea homogénea, continua, discontinua, modulada, valorizada y texturada. Diferencias y clasificación. Posibilidades de expresión. Los diferentes usos y su dimensión semántica y pragmática. La línea en su acumulación: el plano. Plano pleno y plano texturado. Posibilidades de expresión. Los diferentes usos y su dimensión semántica y pragmática.

Bolilla 3

Elementos del lenguaje visual: Escalas tonales.

La escala tonal monocromática de 9 tonos de gris. Las escalas cromáticas fría y cálida. Equivalencias con la escala monocromática. La escala de densidad de textura. Equivalencias con la escala monocromática. Claves mayores y menores. Clave mayor, escalas alta, intermedia y baja. Clave menor, escalas alta, intermedia y baja. La dimensión semántica de las escalas y claves tonales.

Bolilla 4

Elementos del lenguaje visual: El color.

El color como propiedad de la luz. Las diferentes longitudes de onda del espectro lumínico. Absorción y refracción de la luz. Los colores primarios y secundarios de la luz. Mezcla aditiva y mezcla sustractiva. Aplicaciones. El círculo cromático. Colores opuestos complementarios, alternos complementarios y adyacentes. Contraste de color. Colores fríos y cálidos. Escalas tonales. Mezclas de colores. Tinte, tono y matiz. Quebramiento. El color en su dimensión semántica y psicológica.

Bolilla 5

Elementos del lenguaje visual: Composición

La disposición de los elementos en el plano. Las leyes de la composición. Variantes. Ley de unidad. Ejemplos y aplicación. Ley de variedad e interés. Ejemplos y aplicación. Ley de resalte y subordinación. Ejemplos y aplicación. Ley de contraste o conflicto. Ejemplos y aplicación. El equilibrio. La simetría. El ritmo. La tensión. El agrupamiento. Aplicación de las diferentes leyes y principios de composición. Su dimensión sintáctica, semántica y pragmática. Usos.

Bolilla 6

Comunicación visual: Síntesis Visual

La síntesis visual y la percepción. Las necesidades de pregnancia en la velocidad de la comunicación visual. Dimensión sintáctica, semántica y pragmática. Denotación y connotación. Aplicaciones de los



elementos del lenguaje visual. Refuerzo semántico con tipografía. Combinaciones y posibilidades de comunicación. Grados de síntesis. Fonograma, pictograma y diagrama. Sus combinaciones.

Bolilla 7

Formación de significados en lenguaje visual

Lo signos visuales. Clasificación de signos para el lenguaje visual. Sistemas de información visual para decodificación internacional. Denotación y connotación. Importancia de la connotación en el lenguaje visual. Sintagma, paradigma y código. Recepción del significado.

Bolilla 8

Retórica visual

Registros en la comunicación. Clasificación y reconocimiento. Retórica visual. Nociones y comparación con el lenguaje verbal. Niveles de lenguaje: codificación y decodificación. Tipos de figuras retóricas. Sintácticas, semánticas y pragmáticas. Clasificación y reconocimiento. Figuras propias del lenguaje visual. Clasificación y reconocimiento.

Bolilla 9

La información en el espacio

La señalización. Distintos tipos de señalización. El signo como unidad de información. Signos de validez internacional. Los signos de señalización como lenguaje universal. Señalización urbana y vial. Tipos de señales. Condicionantes ergonómicos de visibilidad y legibilidad. La señalización en interior. Funciones. Distribución. Señalización comercial. Distintos tipos. La señalización de interior como condición de recorrido. Señalización en sistemas informáticos. Distintos soportes y tecnologías.

Bolilla 10

Aplicaciones del lenguaje visual

La marca como principio de identidad corporativa. Formas de identidad institucional. La identidad de producto. Packaging. Elementos del packaging. El packaging en la góndola. La identidad de producto y su posicionamiento. La identidad institucional y de gestión. Principios, diferencias. El diseño editorial: la información en el plano. La puesta en página. El afiche: diseño y aplicaciones. Condicionantes ergonómicos de legibilidad. Aplicaciones. La revista, el diario, el libro y los medios electrónicos. Características y tipos. Condicionantes de diseño. Condicionantes ergonómicos. Ergonomía visual en soportes de emisión lumínica.

Prácticos

Bolilla 1

Práctico

Realizar una línea de tiempo que contemple los puntos de inflexión en la historia del diseño.

Bolilla 2

Práctico

Identificar con ejemplos las posibilidades gráficas de los elementos del lenguaje visual. Distintos tipos de línea: modulada, homogénea, continua, discontinua. Distintos tipos de planos: texturados y plenos.

Bolilla 3

Práctico

Identificar con ejemplos las escalas tonales. Relevar 3 ejemplos de clave mayor alta, intermedia y baja y de clave menor alta, intermedia y baja. La modalidad será la de relevamiento y presentación en carpeta de los ejemplos.

Bolilla 4

Práctico

Identificar con ejemplos las posibilidades de contrastes de color. Identificar Cálidos y fríos. Identificar dominante, subdominante y acento. La modalidad será la de relevamiento (3 ejemplos de c/u) y presentación en carpeta de los ejemplos.

Bolilla 5

Práctico

Identificar ejemplos de composición: equilibrio, simetría, ritmo, tensión y agrupamiento. Leyes de la Gestalt. La modalidad será la de relevamiento (3 ejemplos de c/u) y presentación en carpeta de los ejemplos.

Bolilla 6

Práctico

Trabajar con grados de síntesis. Identificar fonograma, pictograma y diagrama. Sus combinaciones.

Bolillas 7

Práctico

Identificación de géneros: humorístico, dramático, fantástico y decorativo. La modalidad será la de relevamiento y presentación en carpeta de los ejemplos.

Identificación de figuras retóricas. La modalidad será la de relevamiento y presentación en carpeta de los ejemplos. fotoduplicación y serigrafía. La modalidad será la de relevamiento y presentación en carpeta de los ejemplos.


Esp. Fabián Silva Molina
Prof. Adjunto a cargo de las cátedras de
Publicidad y Com. Visual Gráfica I y II
Facultad de Filosofía y Letras - UNT

Bibliografía

- AAVV; *Fundamentos del Diseño Gráfico*; Ed Infinito, Bs. As., 2001
- Aumont, Jacques; *La imagen*; Ediciones Paidós, Barcelona, 1992
- Bonsiepe, Gui; *Del objeto a la interfase*; Ed. Infinito, Bs. As., 1999
- Carpintero, Carlos; *Sistemas de identidad*; Ed Argonauta, Bs. As. 2007
- Crow, David; *No te creas una palabra*; Ed Promopress Barcelona, 2008
- Chaves, Norberto, Arfuch, Leonor y Ledesma, María; *Diseño y comunicación*; Ed Paidós, Bs As, 1997
- Dondis, Dondi; *Sintaxis de la imagen*; Ed. G. Gilli, Barcelona 1987
- Fascara, Jorge; *Diseño y comunicación visual*; Ed Infinito, Bs. As., 2001
- Fascara, Jorge; *Diseño gráfico para la gente - Comunicación de masas y cambio social*; Ed. Infinito Bs. As. 1997
- Frutiger, Adrián; *Signos, símbolos, marcas, señales*; Ed. G. Gilli, Barcelona 1985
- Llovet, Jordi; *Ideología y metodología del diseño*; Ed. G. Gilli, Barcelona 1981
- Satué, Enric; *El Diseño Gráfico desde sus orígenes hasta nuestros días*; Ed. Alianza, Madrid, 1999
- Tejeda, Juan Guillermo; *Diccionario crítico del diseño*; Ediciones Paidós, Barcelona, 2006
- Wong, Wucius; *Principios del diseño en color*; Ed. G. Gilli, Barcelona 1987

Dinámica de clases

Se dictará con una dinámica de clases teóricas y prácticas, utilizando un espacio de corrección de prácticos como refuerzo de lo dictado en teóricas.

Requisitos de aprobación

La regularidad será reconocida mediante la aprobación de los trabajos prácticos y un 75% de asistencia.

La promoción será otorgada mediante la aprobación de dos parciales con una calificación no menor a 6 (seis).

La regularidad será otorgada mediante la aprobación de dos parciales con una calificación no menor a 4 (cuatro).