



LDCV - Línea E

Comunicaciones

- No disponible -

Introducción a la Comunicación

Objetivos:

Conocer la especificidad de las diferentes formas comunicacionales, en relación con los contextos socioculturales donde emergen.

Comprender que cada lenguaje (verbal, gráfico, audiovisual) construye una significación distinta.

Desarrollar competencias para la comprensión y producción de comunicaciones visuales adecuadas a distintos contextos.

Identificar principales características de los signos visuales y lingüísticos en piezas gráficas.

Conocer la noción de sistema y valorar el alcance de la misma en el campo del Diseño Gráfico.

Contenidos:

Especificidades de la comunicación en el diseño, tanto en lo que respecta a sus aspectos visuales como verbales.

Variedad de géneros discursivos: función social de los distintos géneros, estructura organizativa, relación con el objeto de referencia y relación con el interpretante. La audiencia: posibilidades de segmentación, adopción y construcción de nuevos códigos de la audiencia. Competencias comunicativas: reformulación del esquema clásico de la comunicación (Kerbrat-Orcchioni). Ética y estética del diseñador.

El signo como unidad de trabajo del diseñador. El concepto de signo biplánico (Saussure): significante y significado.

Características diferenciales de los signos verbales y visuales. Marcas distintivas de los códigos visuales. Sentido y significación: denotación y connotación. La problemática de la iconicidad. Significantes visuales: problemática de la forma, el color, la textura visual, entre otros rasgos. La noción de sistema.

Comunicación I

Objetivos:

Conocer diferentes teorías sobre la comunicación, en general, y del Diseño Gráfico, en particular, y comprender los alcances y limitaciones de cada uno de los enfoques.

Vincular el proceso de comunicación con el de atribución e interpretación de significación.

Adquirir una metodología para la descripción sistemática, la interpretación y la producción de piezas de diseño.

Distinguir la especificidad de los procedimientos de organización, información y persuasión y sus reglas de producción específicas.

Contenidos:

Panorama histórico sobre el desarrollo de las tecnologías de la comunicación. Surgimiento de los medios masivos y formación de la opinión pública. Diferentes perspectivas teóricas en los estudios de la comunicación: Psicología, Sociología y Semiótica. Propuesta de una metodología de base lógico-semiótica para el abordaje de piezas de diseño, tanto en las instancias de interpretación como proyectación.

El concepto de signo triádico (Pierce). La tríada de saberes del diseño gráfico: diseño, tecnología y comunicación. El proceso de semiosis: sintáctica, semántica y pragmática. Casos: el diseño en el discurso periodístico y publicitario. Textos y paratextos: soportes de información, semantizaciones a partir de elecciones tipográficas, organización de la información y jerarquización de elementos.

Comunicación II

Objetivos:

Comprender el alcance de las operaciones retóricas como estrategias para la persuasión de la audiencia.

Identificar los códigos que rigen una cultura visual, en tanto condicionantes de la producción y recepción de significaciones.



Distinguir la especificidad de los procedimientos de organización, información y persuasión en diferentes prácticas significantes y sus reglas de producción específicas.
Reflexionar en torno a la incorporación de nuevas tecnologías como contenido y medio en la enseñanza.

Contenidos:

Retórica de la comunicación visual. La retoricidad de los mensajes visuales: grado cero y contexto pragmático. Relación entre grado concebido y grado percibido. Operaciones y figuras retóricas: clasificación. Alcances de la retórica en relación con la práctica del diseño. Investigación de mercado y estudio desde la recepción.
Los fundamentos perceptivos del sistema visual: teorías inmanentistas y contextualistas. Psicología de la Gestalt y leyes perceptivas.
Códigos representativos: caracterización de diversos lenguajes visuales: la perspectiva en tanto sistema representacional privilegiado. La problemática de la representación realista en Occidente: grado de iconicidad y producción de sentido.
Códigos culturales: contexto de interpretación. Horizontes históricos de expectación.

Comunicaciones III

Objetivos:

Identificar los códigos que rigen una cultura visual, en tanto condicionantes de la producción y recepción de significaciones.
Distinguir la especificidad de los procedimientos de organización, información y persuasión en diferentes prácticas significantes y sus reglas de producción específicas.
Reflexionar en torno a la incorporación de nuevas tecnologías como contenido y medio en la enseñanza.

Contenidos:

Diseño y experiencias urbanas.
El diseño de estrategias de comunicación en campos de educación social.
Ética del diseño y estrategias de mercado.
Redefinición de funciones y ámbitos de trabajo.
Estéticas y producción de sentido.
Intersección entre artes aplicadas, diseño y nuevas tecnologías.