



Los Libertadores
Institución Universitaria

Facultad de Ciencias de la Comunicación
Programa de Diseño Gráfico

COMUNICACIÓN VISUAL II
Código DG0052
Grupo 511
Créditos 2
2012-01

Profesor	Oscar Ayala	ojayalas1@libertadores.edu.co
Horario	Miércoles 07.55 a 10.10 p.m.	Sede Bolívar Salón 531
Horas semanales	3	

PRESENTACIÓN

La comunicación visual como lugar para pensar los procesos contemporáneos en las relaciones con las imágenes, permite decantar discursos, conceptos, nociones, ideas, imágenes e imaginarios contruidos sobre la comunicación misma. Dentro del ámbito de producción, circulación y consumo de imágenes, los diseñadores gráficos tienen la opción de conceptualizar y analizar sus estrategias de producción de sentido. Por ello, este curso se presenta como una ocasión para acercarse a modos de producción y construcción de mensajes visuales.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Introducir al estudiante a lenguajes y estructuras que componen la comunicación visual.
- Desarrollar habilidades para estructurar, ponderar y ordenar información visual.
- Generar la capacidad para analizar y argumentar conceptualmente sobre el trabajo de producción de imágenes.
- Mantener un espacio de discusión en el cual se comparten las reflexiones que surgen de cada sesión y de los ejercicios realizados.

METODOLOGÍA

La clase se ha estructurado en tres módulos que harán énfasis en diferentes momentos referentes a la comunicación: *recibir-emitir*, *codificar-descodificar* y *emitir-recibir*. La clase trabajará bajo la modalidad de Seminario-Taller. Cada sesión tendrá un momento de *taller* en donde se realizarán ejercicios propuestos para el tema; y un momento de *seminario*, en donde se discutirán las lecturas propuestas para la sesión. Estas discusiones se realizarán por medio de un debate que enfrentará a dos grupos, uno que actuará como ponente y otro como contraponente.

Al finalizar cada módulo se entregará un ensayo escrito (tres páginas de extensión) en donde se hablará sobre lo aprendido.

ACTIVIDADES POR SEMANA

Ver cuadro anexo.



Los Libertadores
Institución Universitaria

Facultad de Ciencias de la Comunicación
Programa de Diseño Gráfico

EVALUACIÓN

Se realizarán tres evaluaciones durante el semestre.

Evaluación 1 (30%)

- Ensayo escrito 3 páginas de extensión (40%)
- Ensayo visual (Realidades presentadas) (60%)

Evaluación 2 (30%)

- Ensayo escrito de 3 páginas de extensión (40%)
- Ensayo visual (Mashup) (Realidades integradas) (60%)

Evaluación 3 (40%)

- Ensayo escrito de 3 páginas de extensión (40%)
- Ensayo audiovisual (Realidades cuestionadas) (60%)

BIBLIOGRAFÍA PRINCIPAL

Ver cuadro anexo.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

Munari, Bruno. (2008). *Diseño y comunicación visual. Contribución a una metodología didáctica*. Editorial Gustavo Gilli.

Dancyger, Ken. (1999). *Técnicas de edición en cine y video*. Gedisa. Barcelona.

Katz, Steven. (2000). *Plano a plano. De la idea a la pantalla*.

Fernandez, Federico; **Martínez**, José. (1999). *Manual básico de lenguaje y narrativa audiovisual*. Paidós. Barcelona.

Cebrian, Mariano. (1978). *Introducción al lenguaje de la televisión*. Ediciones Piramide. Barcelona.

Arnheim, Rudolf. (1999). *Arte y percepción visual*. Alianza Editorial. Madrid.

LOS LIBERTADORES FUNDACIÓN UNIVERSITARIA

PROGRAMACIÓN ACADÉMICA
Cronograma COMUNICACIÓN VISUAL II // 2012 – 01
Febrero 1 - Mayo 23

MES	DIA	SESIÓN	TEMA		LECTURAS
FEBRERO	1	1	RECIBIR / EMITIR	Introducción: Diseño gráfico y comunicación	
	8	2		Saber – conocer: Conceptos de comunicación	Didi-Huberman, Georges. (2008). Cuando las imágenes toman posición. El ojo de la historia, 1. A. Machado Libros. Barcelona. // Ledesma, Maria. (1997). Diseño gráfico, ¿un orden necesario? En: Diseño y comunicación. Teoría y enfoques críticos. Paidós. Buenos Aires. (Capítulo 1)
	15	3		¿Qué vemos cuando miramos?	BERGER, Jhon. (1975). Modos de ver. Editorial Gustavo Gilli. Barcelona.
	22	4		Modelos culturales de la comunicación	Arfuch, Leonor. (1997). El diseño en la trama de la cultura: desafíos contemporáneos. En: Diseño y comunicación. Teoría y enfoques críticos. Paidós. Buenos Aires. (Capítulo 3)
	29	5		Metáforas	Rincón Medina, Hector. (2001). La pantalla. Notio. Opus. Taktikê. Universidad Nacional de Colombia. Bogotá D. C. (Capítulo 2)
MARZO	7	6	CODIFICAR / DESCODIFICAR	Interfaces	Manovich, Lev. (2005). El lenguaje de los nuevos medios de comunicación. La imagen en la era digital. Paidós. Barcelona. Capítulo 2.
	14	7		Operaciones	Manovich, Lev. (2005). El lenguaje de los nuevos medios de comunicación. La imagen en la era digital. Paidós. Barcelona. Capítulo 3.
	21	8		El creer en la imagen	Calabrese, Omar. (1987). La era neobarroca. Cátedra. Madrid. (Capítulo 4)
	28	9		Ilusiones	Manovich, Lev. (2005). El lenguaje de los nuevos medios de comunicación. La imagen en la era digital. Paidós. Barcelona. Capítulo 4.
ABRIL	4		SEMANA SANTA		
	11	10	EMITIR / RECIBIR	Formas	Manovich, Lev. (2005). El lenguaje de los nuevos medios de comunicación. La imagen en la era digital. Paidós. Barcelona. Capítulo 5.
	18	11		Representar	Foucault, Michel. (1981). Esto no es una pipa. Ensayo sobre Magritte. Anagrama. Barcelona
25	12	Identidades		Fontcuberta, Joan. (1997). Verdades, ficciones y dudas razonables. En: Fotografía y verdad. Editorial Gustavo Gilli. Barcelona.	
MAYO	2	13	EMITIR / RECIBIR	Relaciones	Perec, Georges. (1986). Pensar / clasificar. Editorial Gedisa. Barcelona.
	9	14		El mensaje I	Alba G., Gabriel; Serrano L., Enrique. (1990). El mensaje. Pacto comunicativo. En: Revista Signo y Pensamiento No. 16. Universidad Javeriana. Bogotá.
	16	15		El mensaje II	Rubio Angulo, Jaime. (1990). El mensaje II. Ruidos - señales - mensajes. En: Revista Signo y Pensamiento No. 16. Universidad Javeriana. Bogotá.
	23	16		Epílogo: Comunicando con imágenes	

LO VISUAL (EN) - (DE) LA COMUNICACIÓN: METÁFORAS Y RELACIONES