

Buenos Aires
16.08.96

Universidad Nacional de Quilmes
Carrera de Comunicación Social



Asignatura: Seminario de Comunicación Visual
Duración: un cuatrimestre.

Prof.: Raúl Belluccia

Programa

Consideraciones generales

De acuerdo con el plan de estudios vigente, los alumnos de la carrera de Comunicación Social se preparan para la investigación, el análisis, la planificación, el asesoramiento, la producción, etc. de mensajes hacia segmentos más o menos masivos de la sociedad. El eje central del Seminario de Comunicación Visual es el estudio de los puntos de contacto entre las estrategias de comunicación y el diseño efectivo de las piezas de comunicación de carácter visual.

Puesto en otras palabras el curso puede asimilarse al diálogo entre quién tiene la capacidad de definir las necesidades y contenidos de los mensajes y quién tiene la capacidad de comprenderlos, darle forma y producirlos técnicamente.

Mi experiencia profesional como diseñador gráfico me indica que el entendimiento y el trabajo común, entre el responsable de la emisión y el diseñador, son claves para el éxito de la comunicación pretendida.

En función de estas premisas generales elaboré los contenidos, actividades y objetivos del curso.

Contenidos

La comunicación visual. Definición y campo de acción.

La imagen y la comunicación. Imágenes y textos como medios de comunicación con capacidades diferentes.

Dos matices de la palabra imagen: como representación gráfica y como estado de opinión.

El diseño gráfico como parte de las estrategias de comunicación.

Causas económicas y sociales en el desarrollo del diseño gráfico. Los otros diseños.

Los elementos básicos de una pieza de comunicación visual: imagen, tipografía, color y soporte.

La forma visible del mensaje como un contenido más.

Las principales funciones de toda pieza gráfica: persuadir, llamar la atención, identificar, informar, establecer el código, agradar.

La imagen institucional. Definición. Modelo básico de análisis para intervenir en su diseño.

La crítica de piezas y sistemas de comunicación visual.

La demanda desde el emisor hacia el diseñador.

Los medios de producción de imágenes y textos.

Bocetos, prototipos y reproducción masiva.

El vocabulario técnico pertinente.

Objetivos generales del curso

Que los alumnos logren:

- Criticar con fundamentos piezas de comunicación visual.
- Redactar pedidos de servicios de diseño para necesidades de comunicación específicas.
- Relacionar los conceptos teóricos con su entorno visual.
- Manejar el vocabulario técnico mínimo necesario.

