

Programa del Seminario de trabajo final

Orientación Comunicación Gráfica

CICLO LECTIVO 2024

- a) Año en el que se ubica en el Plan '93: Quinto
- b) Cuatrimestre al cual pertenece la asignatura: Anual
- c) Ciclo al que pertenece la asignatura (Ciclo Básico/Ciclo Superior):

Orientación/es

- Gráfica



- d) **Equipo de Cátedra:** Mencionar a todos los docentes integrantes de la Cátedra

- **Apellido y Nombre:** Druetta Santiago
- **Cargo:** Titular
- **Dedicación:** Simple
- **Titulación Magtr.**

- **Apellido y Nombre:** García Lucero Dafne
- **Cargo:** Asistente
- **Dedicación:** Simple
- **Titulación Dra.**

- **Apellido y Nombre:** Mansilla Héctor
- **Cargo:** Carga Anexa
- **Dedicación:** Simple
- **Titulación Dr.**

e) Objetivos de aprendizaje:

Generales

- Que los y las estudiantes logren una primera aproximación al anteproyecto de sus TFG
- Que reflexionen acerca de sus deseos, expectativas y posibilidades respecto del trabajo a realizar.
- Visualicen con la mayor claridad posible las implicancias de esa decisión en términos teóricos, metodológicos y prácticos.

Específicos

- Que los y las estudiantes identifiquen las líneas conceptuales que dan forma y fundamento a los propósitos de cada anteproyecto particular.
- Que comiencen a describir la estructura de relaciones sociales en cuya dimensión significativa van a intervenir. (Posiciones, trayectorias, intereses y universos de sentido propios de los involucrados).
- Que reconozcan y expliciten los recursos conceptuales y prácticos indispensables para el diagnóstico, diseño y evaluación de la intervención pretendida en cada caso.
- Ofrecer una aproximación muy elemental a la comunicación organizacional. (Tema a menudo ineludible y ausente en el plan de estudios de Grafica)

f) Contenidos

Unidad I

Ámbitos de la producción gráfica

El proceso de la producción gráfica y la importancia de su planificación. La producción gráfica en la noticia, en la comunicación organizacional, en la gestión pública, en la educación, en la política, en el mercado. Su participación en la construcción social de los sentidos legítimos como elemento del juego de poder.

Unidad II

Diagnósticos, planificación y diseño

Los agentes del proceso: Los públicos (pro, para y contra destinatarios, targets comerciales). Instancias enunciatoras y los contratos de lectura. Decisiones estratégicas Tipologías de productos; su evaluación ex ante y/o ex post. Los modos de circulación (masivos, segmentados, personalizados, híbridos). Modos de financiamiento (venta, publicidad, patrocinio, crowdfunding, etc.).

Unidad III

Más allá del sentido común

Ontología, epistemología y teorías sociales en el conocimiento de las relaciones de diagnosticar e intervenir. Un repaso a los principales paradigmas de la comunicación social. La "trinidad" Objetivos – Teoría – Metodología. Su expresión en las características formales del anteproyecto.

Unidad IV

Cuando enuncia una organización

Elementos básicos de la comunicación organizacional. El “cuadrado”: Realidad - Imagen – Identidad – Comunicación. Nivel analítico para el diagnóstico (Óptimo institucional y su personalización como texto de identidad. La matriz de medios. La síntesis diagnóstica y elaboración de los mensajes: Misión, visión y valores de la organización. Estructura cognitiva de los públicos.

Unidad V

La producción gráfica en la era digital

Del papel a la nube. Revisión general del proceso productivo en la innovación digital (los objetivos, soportes y financiamiento). La imprenta (offset, xerografía, hueco y rotograbado etc.). Web y Blogs. (softs de diseño y hosteos). De la verificación de circulación a las métricas digitales. Un repaso a la difusión y monetización en redes sociales. La gráfica en el mundo transmedia: Diseño gráfico e identidad visual. Gráfica en tiempos de la IA.

g) Bibliografía básica y complementaria para cada unidad:

El seminario, como tal, no cuenta con una bibliografía específica ya que trabaja con aquello que los y las estudiantes aportan en virtud de sus intereses específicos y estudiaron en sus años de formación de grado. Las lecturas complementarias necesarias surgirán en la interacción a partir de los requerimientos específicos de cada estudiante o grupo.

De hecho, el programa no aborda temas que no se hayan estudiado a lo largo de la carrera, con la única excepción de la comunicación institucional. A todos los fines se aporta, sin embargo, alguna publicación para cada uno de los temas aquí considerados.

Material impreso

Chaves N.: (1996) "La imagen corporativa" Ed. G Gili. México

Druetta S. Saur D.; 2003 "Manual de producción de medios gráficos" Ed. Comunicarte Cba.

Frascara J.; (1996) Diseño gráfico y comunicación. El campo del diseño gráfico Ed. Infinito. Bs.As.

Guba E., Lincoln Y.: (1994) "Competing paradigms in qualitative research" en AAVV Handbook of qualitative research. Sage Publications. California

Maxwell J.: (1996) "Qualitative research design" Sage publication. California.

Quivy R. Carpenhoudt L.: (2005) "Manual de investigación en ciencias sociales" Ed. Limusa. Mex

Srnizek N.: (2018) Capitalismo de plataformas. Ed Caja Negra. Bs. As.

Material digital

Brandemia: <https://brandemia.org/herramientas-ia-diseno-grafico-amenaza-oportunidad> (IA aplicada al diseño gráfico)

Meta Blueprint. <https://es-la.facebook.com/business/learn/courses> (Utilización de Facebook e Instagram para comunicación de organizaciones sociales, Pymes, Publicidad etc,)

Neubox: <https://neubox.com/blog/programas-para-crear-paginas-web/> Recursos para creación de websites
Programa Digitalizarte <https://programadigitalizarte.com/> Estrategias de creación de contenido digital, difusión y monetización en Youtube

h) Condición académica de los alumnos :

Regular Presentación de un avance de su anteproyecto de TFG

Promocional NO

Libre NO

i) Modalidad evaluativa:

1. **Tres evaluaciones parciales con defensa oral**
2. **Una evaluación final recuperable**
3. **Trabajos para promoción NO**
4. **Examen final NO corresponde**

j) Criterios de evaluación

En tanto la cátedra no evalúa el trabajo final y limita esta acción a la regularización del seminario, para la regularización se tomará en cuenta la claridad, relevancia, pertinencia y factibilidad del tema, así como la coherencia en la aproximación a los modos de abordar el diagnóstico e intervención.

k) Modalidad pedagógica:

Siguiendo el criterio propio de un seminario, las clases tienen carácter teórico práctico y se organizan en torno al debate grupal sobre los informes de lecturas y propuestas de trabajos que aportan los alumnos. Durante el primer cuatrimestre los grupos van respondiendo a consignas de trabajo que derivan en evaluaciones parciales. Esos trabajos se debaten entre todos los asistentes aprovechando las dudas e interrogantes que surgen y desde los cuales la cátedra va realizando los aportes teóricos específicos a las necesidades que allí se expresan. El segundo cuatrimestre se destina a reuniones personalizadas para avanzar en lo que cada uno presenta de específico.

I) Cronograma tentativo de Cátedra

Primer cuatrimestre:

Todos los lunes del ciclo lectivo, se presentan, ponen en común y debaten las elaboraciones de los grupos en torno a tres preguntas:

1. ¿Cuál es el tema de mi TFG? (Definición del tema)
2. ¿Qué sé al respecto y qué autores conozco? (Marco conceptual disponible)
3. ¿Qué es lo que debería saber? ¿Dónde y cómo encontrar esa información? (interrogantes y aproximación a un método de trabajo)

Segundo cuatrimestre

Dentro de las posibilidades de la cátedra en función de la cantidad de temas y alumnos y alumnas, se elabora un cronograma de reuniones para el tratamiento de cada grupo en particular.