	FORMATO PROGRAMA ANALITICO	Código: ED.300.031.03.02
		Fecha: 18/05/2009
		Versión: 01
		Página 1 de 1

BELLAS ARTES ENTIDAD UNIVERSITARIA

FACULTAD: Artes Visuales y Aplicadas

PROGRAMA: Diseño Gráfico

SEMESTRE: VII

PROFESOR:

ASIGNATURA: Comunicación Visual II

INTENSIDAD: 2 horas semanales


REQUISITOS

Microdescripción

La asignatura centra su atención en las discusiones teóricas contemporáneas en torno a la comunicación visual. Realiza un puente entre las teorías clásicas del análisis comunicativo, impartidas en la asignatura Comunicación Visual I (desde la semiología hasta el análisis del discurso), hacia las teorías contemporáneas sobre el análisis de la cultura visual (la gramática visual, los estudios visuales, el transmedia, los estudios del software, la antropología de la imagen y las teorías de la imagen). Así mismo, plantea una reflexión sobre el papel del diseño gráfico en dichas discusiones e insta a iniciar procesos de apropiación e interpretación de teorías, metodologías y conceptualizaciones en torno a la comunicación, la imagen y la cultura visual, hacia la práctica proyectual.

Objetivos

Objetivo general. Introducir la problematización de teorías contemporáneas sobre los procesos de análisis, reflexión y construcción de la imagen como lenguaje comunicativo.

 BELLAS ARTES Entidad Universitaria Cali-Colombia	FORMATO PROGRAMA ANALITICO	Código: ED.300.031.03.02
		Fecha: 18/05/2009
		Versión: 01
		Página 2 de 2

Objetivos específicos.

- Revisar y promover la apropiación de teorías y conceptualizaciones en torno a la comunicación visual contemporánea.
- Fortalecer las capacidades de análisis y reflexión en los procesos proyectuales visuales.
- Contribuir a la construcción de textos académicos de reflexión en diseño.
- Promover una reflexión constante sobre el papel del diseño gráfico en las teorizaciones contemporáneas sobre la imagen, la visualidad y los nuevos medios.

Competencias a desarrollar

En este curso el estudiante estará en capacidad de reflexionar sobre textos académicos en áreas de la comunicación visual, la cultura visual y los estudios sobre la imagen, afines al diseño gráfico, y que propicien discusiones y reflexiones en clase. Así mismo, los estudiantes deberán estar en capacidad de construir textos académicos de análisis con base en premisas básicas en torno a la relación del diseño con otras temáticas contemporáneas. Los estudiantes deberán tener la capacidad de argumentar, dado ciertos aspectos teóricos y conceptuales, sobre temáticas teóricas en diseño, imagen y comunicación visual, así como de proponer nuevas relaciones temáticas en torno a ellos que permitan nutrir sus procesos de creación proyectual.

Desarrollo temático

Unidad 1. El diseño y la imagen

Semana 1. Presentación del curso. La imagen como objeto de estudio.


Semana 2. Filosofía de la imagen. Introducción a los estudios sobre la imagen. Los giros sobre la imagen.

Semana 3. El lenguaje de las imágenes. La imagen como discurso.

Semana 4. Iconología. Metaimágenes. El texto y la imagen en la comunicación visual.

Semana 5. Gramáticas de la multimodalidad. Las narrativas visuales.

Semana 6. Mesa redonda sobre la unidad. Conclusiones. Asesoría primer ensayo-parcial

	FORMATO PROGRAMA ANALITICO	Código: ED.300.031.03.02
		Fecha: 18/05/2009
		Versión: 01
		Página 3 de 3

Unidad 2. El diseño y la cultura visual

Semana 7. Entrega Primer ensayo-parcial (12 de septiembre). Introducción a la cultura visual contemporánea.

Semana 8. El uso de las imágenes. La comunicación en el arte.

Semana 9. La imagen y el cuerpo. La mirada. Antropología de la imagen.

Semana 10. Convergencia digital. Los procesos de identidad cultural.

Semana 11. Mesa redonda sobre la unidad. Conclusiones. Asesoría segundo ensayo-parcial.

Unidad 3. El diseño y los 'nuevos' medios

Semana 12. Entrega Segundo ensayo-parcial (17 de octubre). Narrativas transmedia. Nuevos formatos y nuevas visualidades.

Semana 13. Genealogía de medios. De los medios masivos a las nuevas pantallas.

Semana 14. La muerte de los medios tradicionales. Los nuevos medios y los medios sociales.

Semana 15. Los estudios sobre el software. El software cultural.


Semana 16. Mesa redonda sobre la unidad. El futuro de la comunicación.

Semana 17. Asesoría ensayo final.

Semana 18. Entrega ensayo final (28 de noviembre).

Metodología

El curso está planteado como una asignatura de corte teórico con clases magistrales. Se plantean tres unidades temáticas (imagen, cultura visual y nuevos medios) desde dónde se desprenderán cada una de las clases de la asignatura. Cada unidad tendrá cuatro (4) clases; en cada una se propondrá un concepto que propiciará la discusión en clase, apoyada en un texto de lectura principal que será brindado por el docente en formato electrónico en una carpeta de Google Drive. Al iniciar cada clase los estudiantes deberán entregar un texto (a modo de ensayo) de una página de extensión en dónde deberán consignar sus dudas, impresiones, reflexiones o traer a colación casos de estudio en relación con la temática de cada clase; se espera que por cada corte el estudiante desarrolle como mínimo

	FORMATO PROGRAMA ANALITICO	Código: ED.300.031.03.02
		Fecha: 18/05/2009
		Versión: 01
		Página 4 de 4

tres (3) textos. Cada ensayo deberá tener como mínimo tres (3) páginas de extensión y deberá involucrar al menos dos textos vistos en clase, de forma analítica y reflexiva con la temática elegida. Cada ensayo deberá presentarse en formato hoja carta (márgenes 3cm a cada lado, tamaño de texto 12, justificado, interlineado 1,5), con citaciones en la recomendación APA y podrá contener como anexos imágenes, videos o medios interactivos. Para el ensayo final el estudiante deberá presentar un ensayo de mínimo seis (6) páginas en el que puede escoger realizar una disertación sobre algún tema impartido en clase, sobre la unidad final o sobre diferentes tópicos y autores. Se espera que cada texto posea un nivel de coherencia, calidad de escritura y reflexión acorde con las habilidades comunicativas y expresivas de cada estudiante. Para cada corte se plantea un objetivo específico de las asignaciones semanales, a saber: comprensión, análisis y síntesis; es así como cada corte plantea un tipo de texto diferente y será explicado al inicio de cada corte. También se destina al finalizar cada unidad, un encuentro a manera de mesa redonda donde se hará una mirada global al tema y se darán las conclusiones en el área. En dicho encuentro cada estudiante deberá plantear una idea de ensayo que deberá abordar un caso de estudio o una reflexión desde el diseño hacia cada unidad temática.

Sistema de evaluación

Se proponen tres cortes de evaluación en coherencia con las tres unidades temáticas. Dentro de cada corte se establecerán tres notas: reportes de lectura (mínimo 3) (25%), mesa redonda temática por unidad (25%) y ensayo temático por unidad (50%). Los porcentajes de cada corte son: primer corte, 30%; segundo corte, 30%; y tercer corte, 40%.


Lecturas básicas (por semana)

Semana 1. Mitchell, W. J. T. (2009). Qué es una imagen. . En A. García Varas (Ed.)

Filosofía de la imagen (pp. 107-154). Salamanca: Ediciones Universidad de Salamanca.

Semana 2. García Varas, A. (2011). Lógica(s) de la imagen. En A. García Varas (Ed.)

Filosofía de la imagen (pp. 15-56). Salamanca: Ediciones Universidad de Salamanca.

	FORMATO PROGRAMA ANALITICO	Código: ED.300.031.03.02
		Fecha: 18/05/2009
		Versión: 01
		Página 5 de 5

Semana 3. Mitchell, W. J. T. (2009). El giro pictorial. En *Teoría de la imagen, ensayos de la representación verbal y visual* (pp. 19-38). Madrid: Ediciones Akal.

Semana 4. Mitchell, W. J. T. (2009). Metaimágenes. En *Teoría de la imagen, ensayos de la representación verbal y visual* (pp. 39-78). Madrid: Ediciones Akal.

Semana 5. Cope, B. & Kalantzis, M. (2009). Gramática de la multimodalidad. *International Journal of Learning*, 16(2), 361-425-

Semana 7. Mirzoeff, N. (2003). Introducción. Qué es la cultura visual. En *Una introducción a la cultura visual* (pp. 17-22). Barcelona: Paidós.

Semana 8. Gombrich, E. (2003). Lo que el arte nos dice. En *Los usos de las imágenes. Estudios sobre la función del arte y la comunicación visual* (pp. 262-270). Ciudad de México: Fondo de Cultura Económica.

Semana 9. Belting, H. (2011). Cruce de miradas con las imágenes. La pregunta por la imagen como pregunta por el cuerpo. En A. García Varas (Ed.), *Filosofía de la imagen* (pp. 179-210). Salamanca: Ediciones Universidad de Salamanca.

Semana 10. Barbero, J. (2008). Diversidad cultural y convergencia digital. *Revista científica de información y comunicación*, 5, 12-25.

Semana 12. Scolari, C. (2014). Narrativas transmedia: nuevas formas de comunicar en la era digital. En *Anuario AC/E de Cultura digital* (pp. 71-81). Madrid: AC/E.

Semana 13. Dubois, P. (2000). Video y teoría de las imágenes. En P. Dubois. *Video, Cine, Godard*. Buenos Aires: Libros del Rojas Universidad de Buenos Aires.

Semana 14. Varela, M. (2009) Él miraba televisión, YouTube. La dinámica del cambio en los medios. En M. Carlon & C. Scolari (Eds.), *El fin de los medios masivos* (pp. 82-92). Buenos Aires: La Crujía.

Semana 15. Manovich, L. (2013). Qué son los estudios del software y El software cultural. En *El software toma el mando*. Nueva York: Bloomsbury Academic

 BELLAS ARTES Entidad Universitaria Cali-Colombia	FORMATO PROGRAMA ANALITICO	Código: ED.300.031.03.02
		Fecha: 18/05/2009
		Versión: 01
		Página 6 de 6

Lecturas adicionales

- Ardévol, E. & Gómez, E. (2009). Lo visual como objeto de estudio antropológico en la era digital. *Actas del congreso 'Antropología, medios audiovisuales y TIC' - RAM'09 GT*. Buenos Aires.
- Bal, M. (2004). El esencialismo visual y el objeto de los estudios visuales. *Estudios visuales*, 2, 11-49.
- Barnhurst, K., Vari, M. & Rodríguez, Í. (2004) Mapping visual studies in communication. *Journal of Communication*, 54 (4), 616-644.
- Burke, P. (2005). *Visto o no visto. El uso de la imagen como documento histórico*. Madrid: Cultura libre.
- Flores, J. (2009). Nuevos modelos de comunicación, perfiles y tendencias en las redes sociales. *Comunicar*, 18, 73-81.
- Mc Phail, E. (2011). La imagen como objeto interdisciplinario. *Razón y palabra*, 77.
- Posada, P. (2011). Lenguaje visual contemporáneo de la oralidad a la imagen. *Hápax*, 4, 103-112.
- Scolari, C. et al. (2012). Narrativas transmediáticas, convergencia digital y nuevas estrategias de comunicación. *Quaderns del CAC*, 15 (1), 79-89.
- Smith, M. (2008). Introduction: Visual Culture Studies: History, Theory, Practice. En *Visual Culture Studies*. Londres: SAGE Publications.