Universidad Nacional de Moreno
Departamento de Humanidades y Ciencias Sociales

02.,

MORENO, 22 MAR 2019

VISTO el Expediente Nº UNM: 0000806/2015 del Registro de la UNIVERSIDAD NACIONAL DE MORENO; y

CONSIDERANDO:

Que el REGLAMENTO GENERAL ACADÉMICO, aprobado por Resolución UNM-R Nº 37/10 y sus modificatorias, el que fuera ratificado por el Acta de la Sesión Ordinaria Nº 01/13 del CONSEJO SUPERIOR de fecha 25 de Junio de 2013, establece el procedimiento para la aprobación de las obligaciones curriculares que integran los Planes de Estudios de las carreras que dicta esta UNIVERSIDAD NACIONAL.

Que por Disposición UNM-DHYCS N° 10/16, se aprobó el Programa de la asignatura: TALLER DE COMUNICACIÓN GRÁFICA (3233) del ÁREA: ESTÉTICA AUDIOVISUAL correspondiente al CICLO DE FORMACIÓN GENERAL de la carrera LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN SOCIAL del DEPARTAMENTO DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES, de esta UNIVERSIDAD, con vigencia a partir del 1er. Cuatrimestre del ciclo lectivo 2016.

Que conforme lo dispuesto en el citado REGLAMENTO GENERAL se ha evaluado una nueva propuesta de Programa de la

asignatura antes referida y en sustitución del vigente, aconsejando su aprobación con vigencia a partir del 1er. Cuatrimestre del ciclo lectivo 2019, a tenor de la necesidad de introducir cambios de interés académico y en armonía con el resto de las obligaciones curriculares.

Que la SECRETARÍA ACADÉMICA de la UNIVERSIDAD ha emitido opinión favorable, de conformidad con lo previsto en el artículo 3º de la Parte I del citado REGLAMENTO GENERAL, por cuanto dicho Programa se ajusta a las definiciones enunciadas en el artículo 4º de la Parte I del REGLAMENTO en cuestión, así como también, respecto de las demás disposiciones reglamentarias previstas en el mismo.

Que la SECRETARÍA LEGAL Y TÉCNICA ha tomado la intervención de su competencia.

Que el CONSEJO del DEPARTAMENTO DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES, en sesión de fecha 18 de septiembre de 2018, trató y aprobó el Programa propuesto, conforme lo establecido en el artículo 2º de la Parte I del REGLAMENTO GENERAL ACADÉMICO.

Universidad Nacional de Moreno
Departamento de Humanidades y Ciencias Sociales

Por ello,

EL CONSEJO DEL DEPARTAMENTO DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES

DISPONE:

ARTÍCULO 1º.- Dejar sin efecto a partir del 1er. Cuatrimestre del Ciclo Lectivo 2019, la Disposición UNM-DHYCS Nº 10/16.

ARTÍCULO 2º.- Aprobar el programa de la asignatura: TALLER DE COMUNICACIÓN GRÁFICA (3233) del ÁREA: ESTÉTICA AUDIOVISUAL correspondiente al CICLO DE FORMACIÓN GENERAL de la carrera LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN SOCIAL del DEPARTAMENTO DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES, de esta UNIVERSIDAD, con vigencia a partir del 1er. Cuatrimestre del 2019 que como Anexo I forma parte integrante de la presente Disposición.

ARTÍCULO 3º.- Regístrese, comuníquese, dese a la SECRETARÍA ACADÉMICA a sus efectos y archívese.-

DISPOSICIÓN UNM-DHyCS Nº 02-19

Mg. ROBERTO C. MARAFIOTI
DIRECTOR - DECANO
DEPARTAMENTO DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES
UNIVERSIDAD NACIONAL DE MORENO

Universidad Nacional de Moreno
Departamento de Humanidades y Ciencias Sociales

ANEXO I

UNIVERSIDAD NACIONAL DE MORENO

Asignatura: Taller de Comunicación Gráfica (3233)

Carrera: LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN SOCIAL (Plan de estudios aprobado por Resolución UNM-R Nº 21/10) y su modificatoria UNM-R 38/16[1]

Área: Estética Audiovisual

Trayecto curricular: Ciclo de Formación Profesional

Período: 1° Cuatrimestre - Año 3

Carga horaria: 128 (ciento veintiocho) horas

Vigencia: 1er cuatrimestre de 2019

Clases: 32 (treinta y dos)

Régimen: de regularidad

Responsable de la asignatura: Alexis Burgos

Programa elaborado por: Alexis Burgos

FUNDAMENTACIÓN

Las narrativas transmediáticas proponen una nutrida variedad de recorridos tanto para el consumidor como para el productor, que puede pensar en construir contenidos originales o curar y resignificar diferentes contenidos sociales. El consumidor, por su parte, está invitado desde la propuesta misma de organización de las plataformas estándar que pudieran funcionar como soporte para el contenido en cuestión a hacer una lectura lineal en la medida en la que el producto mismo la propone, así como también a acceder en diversas lógicas hipertextuales a contenido referido e incrustado.

[1] Reconocimiento oficial y validez nacional otorgado por Resolución ME 1545/12

Así las cosas, el programa de esta materia propone un recorrido por las escuelas contemporáneas de diseño que dan forma, en términos de Louis Hjemslev, a las citadas plataformas y a los productos mismos que pudieran componerlas.

OBJETIVOS GENERALES:

- Adquirir los conocimientos básicos de la comunicación y el diseño gráficos.
- Comprender el proceso de la identidad visual y de la identidad corporativa.
- Conocer los diferentes modos de la producción gráfica y los efectos que producen en los usuarios y reconocer los mecanismos de evaluación de las identidades visuales.

CONTENIDOS MÍNIMOS:

Diseño y comunicación. Ecosistema de las comunicaciones. Diseño de identidad visual. Componentes de la identidad visual. Funciones y principios de la identidad visual. La Identidad corporativa: definición, componentes y características. Traducción simbólica de los diseños de identidad. La identidad visual en las organizaciones. Pautas y atributos de identidad. Manual de identidad. Mecanismos para el desarrollo de la evaluación visual. Diseño de instrumentos de evaluación.

PROGRAMA

UNIDAD 1: NARRATIVAS TRANSMEDIÁTICAS
La comunicación gráfica en medios, multimedios y transmedios. Hipervínculos, hipertextos y modelos varios de lectura no lineal. Capas de información extendida sobre productos mediáticos clásicos. Imagen y video enriquecido. Narración transmedia y comunicación gráfica en periódicos digitales y websites.

UNIDAD 2: ACTUALIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN GRÁFICA
Puesta en circulación de la producción gráfica en la web. Palabras clave, etiquetas y categorías. SEO y SEM. Titulación, diseño de contenido y organización sintáctica en términos de SEO. Manuales de estilo de periodismo digital y de producción y diseño de contenidos gráficos web.

Universidad Nacional de Moreno
Departamento de Humanidades y Ciencias Sociales

UNIDAD 3: MANUALES DE ESTILO WEB: UNA ACTUALIZACIÓN
El texto escrito en el universo web. Publicaciones en blogs, microblogs y servicios sociales. Puesta en circulación de la producción gráfica en la web. Palabras clave, etiquetas y categorías. SEO y SEM. Titulación, diseño de contenido y organización sintáctica en términos de SEO. Manuales de estilo de periodismo digital y de producción y diseño de contenidos gráficos web. Contenido ad-hoc. La multimedia como componente excluyente.

UNIDAD 4: PUESTA EN CIRCULACIÓN DE CONTENIDOS DE DIVULGACIÓN
Publicación en blogs y en sitios web. Sistemas de administración de contenidos. Incrustación de contenidos y contenido embebido. El rol de las redes sociales en las actividades de divulgación. Métricas en redes sociales. La importancia de los canales de video web en la puesta en circulación de contenidos de divulgación.

BIBLIOGRAFIA OBLIGATORIA

UNIDAD 1:

1. Andreoli, Silvia, *Narrativas transmediáticas*. Buenos Aires, CITEP, 2013.
2. Mancini, Pablo, *Hackear el periodismo*. Buenos Aires, La crujía, 2011.
3. Pérez Tornero, José Manuel, y Tejedor, Santiago, *Escribir para la red. Reflexiones sobre la nueva (y vieja) escritura informativa online*. Barcelona, Universidad Autónoma de Barcelona, 2014.

UNIDAD 2:

1. Burgos, Alexis, *Guía de normativa y estilo*, material de la cátedra Taller de Comunicación Periodística de la carrera de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires.
2. Franco, Guillermo, *Cómo escribir para la web*, disponible en https://knightcenter.utexas.edu/Como_escribir_para_la_WEB.pdf.
3. García Negroni, María Marta, *Escribir en español. Apuntes para una corrección de estilo*. Buenos Aires, Santiago Arcos, 2013.

4. Nielsen, Jakob, *Sea sucinto. Escribiendo para la web*, disponible en http://www.nngroup.com/articles/be-succinct-writing-for-the-web/

UNIDAD 3:

1. Becerra, Martín, y Alfonso, Alfredo. *La investigación periodística en Argentina*, Buenos Aires, Editorial de la UNQ, 2007.
2. Crucianelli, Sandra, *Herramientas digitales para periodistas (Segunda edición)*. Texas, Centro Knight para el periodismo en las Américas, 2015.
3. Frankfurt, Harry. *Sobre la verdad*, Barcelona, Paidós, 2007.
4. Martini, Stella. *Periodismo, noticia y noticiabilidad*, Buenos Aires, Norma, 2000.
5. Pardo Kuklinski, Hugo. "El fin de los blogs. La evolución de la escritura colaborativa y las modas en internet", en *El fin de los medios masivos. El inicio de un debate*. Mario Carlón y Carlos Scolari (comps.), Buenos Aires, La Crujía, 2009. Disponible en http://www.mediafire.com/?3cljhby2bsd7d7j
6. Ramírez Gelbes, Silvia. *El discurso híbrido. Escribir para pantallas*, Buenos Aires, Ampersand, 2018.

UNIDAD 4:

1. AAVV. *Search Engine Optimization and User Behavior*. (Producción colaborativa disponible en http://www.hastingsresearch.com/net/09-SEO-ELIS-encyclopedia-article.html)
2. AAVV. *Webmaster Guidelines*. (Producción colaborativa disponible en http://www.google.com/support/webmasters/bin/answer.py?hl=en&answer=35769
3. Burgos, Alexis, *¿Qué está pasando? Algunas consideraciones sobre las posibles respuestas a la intimidante interpelación de la línea de tiempo de Twitter*. Jornadas 2012 de la Carrera de Ciencias de la

Comunicación, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires.

4. Crucianelli, Sandra, *Herramientas digitales para periodistas (Segunda edición)*. Texas, Centro Knight para el periodismo en las Américas, 2015.
5. **Gobbi, Jorge. *Twitter: entre flexibilidad interpretativa y los usuarios como agentes de cambio*. VIII Jornadas Latinoamericanas de Estudios Sociales de Ciencia y Tecnología, Buenos Aires, 20 a 23 de julio de 2010. Disponible en** http://www.mediafire.com/view/?f9fodf5vdeemb13
6. Mavrakis, Nicolás, *#Findelperiodismo y otras autopsias en la morgue digital*, disponible en http://www.amphibia.com.ar/findelperiodismo-y-otras-autopsias-digitales-ebook/

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTARIA

1. Barthes, Roland. *Lo neutro*, Buenos Aires, Siglo XXI, 2004.
2. Chion, Michel. *La audiovisión*, Buenos Aires, Paidós, 2008.
3. Cobo Ramaní, Cristobal, et al., *Knowledge Production and Distribution in the Disintermediation Era*. Buenos Aires, Universidad de San Andrés, 2014.
4. Jensen, Henry, *Convergence Culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona, Paidós, 2008.
5. Martini, Stella. *La prensa gráfica argentina: reflexiones sobre la calidad periodística, la información "socialmente necesaria" y la participación ciudadana en las agendas sobre el delito*, disponible en http://www.diariosobrediarios.com.ar/dsd/images/martini.pdf.
6. Smiers, Joost, *Un mundo sin copyright. Artes y medios en la globalización*. Barcelona, Gedisa, 2006.

Objetivos de aprendizaje

Conocer, pensar y analizar las capacidades de impacto en términos de consumo y puesta en circulación de piezas de comunicación gráfica web.

Reflexionar acerca de las características particulares de la producción gráfica web actual, y de los conocimientos que se requieren para una inserción adecuada en el mercado laboral de los productores de contenido.
Conocer el manejo y la administración de las principales herramientas de producción de piezas de comunicación gráfica orientadas a los soportes transmedia.
Conocer la actualidad de la producción de piezas de comunicación gráfica de relevancia y éxito medido en términos de consumo y circulación web.
Construir piezas de comunicación gráfica viables en términos de producción y factibilidad de negocio.

METODOLOGIA DE TRABAJO
El curso contempla una clase teórica semanal en formato seminario y una segunda clase semana en formato aula-taller con producción en tiempo real en laboratorios informáticos.

EVALUACIÓN Y APROBACIÓN
Las clases teóricas se evaluarán con dos parciales, y las clases prácticas serán evaluadas con producciones de entrega periódica. La materia es promocionable y el examen final no es obligatorio en alumnos que obtengan notas finales superiores a 7.

RÉGIMEN DE PROMOCIÓN
Son condiciones generales para obtener la acreditación final:
Aprobación de las entregas propuestas durante las clases prácticas con un mínimo de 4 (cuatro) puntos.
Aprobación del/las unidades curriculares determinadas como correlativas en el plan de estudio.
Aprobación de los exámenes parciales o sus recuperatorios.
Asistencia al 75% de las clases dictadas.