



# Escuela Secundaria en Diseño

## *Especializada en Comunicación Visual*

Materiales Curriculares



NÓMINA DE AUTORIDADES

Gobernador de la Provincia de La Pampa

Cdor. Oscar Mario JORGE

Vicegobernadora

Prof. Norma Haydeé DURANGO

Ministro de Cultura y Educación

Lic. Jacqueline Mohair EVANGELISTA

Subsecretaria de Educación

Prof. Mónica DELL'ACQUA

Subsecretario de Coordinación

Dr. Juan Carlos NOGUEIRA

Subsecretaria de Cultura

Prof. Analía CAVALLERO

Subsecretario de Educación Técnico Profesional

a/c Ing. Silvia Cristina DAMELIO

Directora General de Educación Inicial y Primaria

Prof. Elizabet ALBA

Directora General de Educación Secundaria y Superior

Prof. Marcela Claudia FEUERSCHVENGER

Directora General de Planeamiento, Evaluación y Control de Gestión

Lic. Patricia Inés BRUNO

Director General de Administración Escolar

Sr. Rogelio Ceferino SCHANTON

Directora General de Personal Docente

Sra. Silvia Beatriz MORENO

Directora de Educación Inicial

Lic. María del Rosario ASCASO

Directora de Educación Especial

Prof. Mirta Susana VALLE

Director de Educación de Gestión Privada

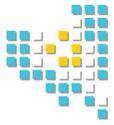
Prof. Lucas ABRAHAM RODEJA

Director de Educación Superior

Prof. Lisandro David HORMAECHE

Director de Educación Permanente de Jóvenes y Adultos

Prof. Natalia LARA



Ministerio de  
Cultura y Educación

**Gobierno de La Pampa**

---

---

EQUIPO TÉCNICO DESARROLLO CURRICULAR

Coordinación:  
Barón, Griselda

Equipo de Trabajo Educación Secundaria en Diseño,  
Especializada en Comunicación Visual

Dal Santo, María Araceli  
Jaume, Karina María Belén  
Quiroga, Gladys  
Sape, Andrea

Diseño de Tapa y Aperturas  
Dal Santo, María Araceli

PUBLICACIÓN WEB

Dirección General de Tecnologías para la Gestión Educativa





**Comunicación  
Visual Digital**

**4° Año**



---

## COMUNICACIÓN DIGITAL VISUAL

### FUNDAMENTACIÓN

La comunicación es el área que le da razón de ser al diseño gráfico y representa el origen y objetivo de todo trabajo. Como lo expresa Joan Costa:

La comunicación no constituye una parte de la psicología, sino el principio mismo que rige las relaciones entre el hombre y el mundo, entre el individuo y la sociedad, determinando la fenomenología del comportamiento humano. (Costa, 2003)

Cabe resaltar dos características en cuanto a la comunicación: una, la capacidad potencial de las comunicaciones visuales como formas de transferencias de mensajes y comunicados; y otra, la importancia de la comunicación visual en cuanto a objeto de orientación, conocimiento y desarrollo humano. El hombre para comunicarse lo hace a través del lenguaje, que es la comunicación de un significado por medio de símbolos. En nuestro caso, el lenguaje visual, comunicamos un significado por medio de símbolos visuales o audiovisuales. El lenguaje visual tiene un campo de acción enorme haciéndose casi universal, ya que ignora los límites del idioma, del vocabulario y de la gramática. La interpretación de un mensaje comprende dos niveles: el nivel semántico, denotado (lo que quiere decir) y el nivel sintáctico, connotado (cómo seduce estéticamente al decirlo).

Comprender el fenómeno comunicacional implica abordar distintas estrategias a fin de incorporar el análisis e investigación de los procesos de creación, transmisión y difusión de mensajes, con un enfoque hacia las nuevas tecnologías de información y comunicación; al tiempo que incorpora las herramientas y el conocimiento necesario sobre los alcances, como también las audiencias propias de los medios de diseño digital.

Los cambios tecnológicos inciden en las formas de construcción y distribución de los mensajes, como en las de recepción, con el acceso a Internet se ampliaron las herramientas que permiten articular la sintaxis del mensaje, así como también las capacidades significativas del lenguaje.

La tecnología aporta una nueva sensibilidad a la hora de representar y pensar la comunicación y el diseño. El movimiento el espacio y el tiempo no son solo una sugerencia sino la base material de estos formatos comunicacionales. Además de desarrollarse en el tiempo y el espacio, el diseño digital combina lo real con lo virtual.

La comunicación ha pasado a ser digital en más de un 80% en los últimos años. Primero la informática y después Internet han divulgado, extendido y en cierta manera han impuesto un formato con el que nos podemos comunicar de forma más rápida y cómoda. Si bien nos siguen llegando cartas y folletos, seguimos hablando por teléfonos convencionales, usando audiovisuales analógicos; incluso en estos casos, la mayor parte del proceso es ya digital.

Al hablar de comunicación digital visual referimos a cualquier objeto o sistema que utiliza múltiples medios de expresión. Los tipos de multimedia pueden ser desde textos e imágenes hasta animaciones sonido, video.

En los contextos actuales, la comunicación visual digital traduce las relaciones del hombre con el mundo plasmándolo en imágenes que impactan y trascienden los sentidos.

Vivimos rodeados de lo visual, audiovisual, entre otros. Los jóvenes están insertos en este mundo y son sensibles a las referencias estéticas y en particular a las de la comunicación visual y digital. A través de ellas construyen representaciones e ideas sobre la vida y el mundo.

En este espacio curricular se introducirá al alumno en la investigación, exploración, búsqueda y producción, a partir del empleo de recursos tecnológicos para la producción visual.

En esta instancia, la imagen y los soportes digitales son foco de

exploración y análisis.

Este nuevo soporte permite la apropiación de las técnicas analógicas, o si se prefiere tradicionales, y las reformula bajo la protección conceptual de distintas perspectivas teóricas que debaten sobre este medio, como un posible lenguaje capaz de transformar y reproducir imágenes que se distancian de la realidad por su sola cualidad de recreación de la misma, básicamente por su posibilidad de reedición.

La técnica digital permite copiar, reproducir, replicar, multiplicar, superponer, yuxtaponer, hecho que obliga a repensar las relaciones sobre la autoría de la obra y el público, en el contexto de este nuevo paradigma estético y cultural.

En la actualidad este nuevo sistema de comunicación ha habilitado una nueva manera de pensar y hacer comunicación y diseños digitales.

## OBJETIVOS

- Conocer e historizar la evolución de la comunicación digital y su relación con el diseño.
- Adquirir conocimientos sobre los elementos de comunicación visual y las distintas herramientas tecnológicas esenciales para el lenguaje digital visual.
- Investigar los medios digitales de comunicación visual y su alcance.
- Planificar diseñar y desarrollar contenidos orientados a difundir mensajes, articular y generar procesos de comunicación a través de medios digitales.
- Conocer y reconocer los aspectos constructivos en los diversos modos de representación visual y digital.
- Reconocer la imagen y los soportes digitales.
- Comprender el valor e impacto de la comunicación digital en la comunicación visual.
- Producir con las distintas herramientas que nos brinda el lenguaje digital.
- Analizar y explorar las diferentes formas de resolver problemas de comunicación visual con la utilización de medios digitales.

## EJES QUE ESTRUCTURAN EL ESPACIO CURRICULAR

En el espacio curricular **Comunicación Digital Visual** para el cuarto año de la Educación Secundaria en Diseño especializada en Comunicación Visual, se definen los siguientes ejes:

- **Eje: La comunicación digital**
- **Eje: La creatividad y los medios digitales**

## FUNDAMENTACIÓN DE LOS EJES

### **Eje: La comunicación digital**

En este eje se introduce a conceptos relacionados con el signo y su diferenciación en signo lingüístico y semiótico. Lo icónico y lo simbólico.

Se debe pretender que el alumno logre que el análisis y la ejecución de un producto comunicacional, de un mensaje, sea parte de un mismo proceso y no acontecimientos separados.

La comunicación digital está vinculada a conceptos que trascienden la comunicación en sí, vinculándose con producciones estéticas, de diseño gráfico, de diseño publicitario, audiovisual, entre otros.

### **Eje: La creatividad y los medios digitales**

El avance tecnológico y su vinculación con la comunicación visual hacen que los alumnos estén preparados para la construcción de mensajes comunicacionales explorando y manipulando las distintas herramientas que la tecnología nos aporta para la construcción de un mensaje digital visual; aplicado al diseño.

La comunicación visual y su vinculación con los medios digitales, implica en el plano de la enseñanza, aportarle al alumno saberes relacionados con la comprensión teórica y reflexiva que orienten hacia una producción de discursos atractivos e imaginativos.

---

## SABERES SELECCIONADOS PARA EL CUARTO AÑO DE LA ESCUELA SECUNDARIA EN DISEÑO ESPECIALIZADA EN COMUNICACIÓN VISUAL

### Eje: La comunicación digital

El reconocimiento de los elementos compositivos de la imagen visual digital.

Esto supone:

- Analizar los distintos códigos de la imagen visual.
- Producir imágenes digitales utilizando recursos digitales.
- Conocer las distintas herramientas para la composición visual digital.
- Conocer la metodología, materiales y procesos de comunicación visual.
- Explorar sobre los procesos creativos a partir de los medios digitales.

### Eje: La creatividad y los medios digitales

El estudio de las lógicas que estructuran la construcción de imágenes digitales.

Esto supone:

- El estudio de la puesta en página, imagen forma, tipografía.
- Generar producciones jerarquizando ejes de lectura y proporciones.
- Conocer los distintos soportes digitales y sus características.
- Elaborar puestas en página utilizando el soporte digital como recurso.
- Producir imágenes visuales a partir de la selección adecuada del soporte digital.

La exploración, selección y uso de materiales, soportes, herramientas y procedimientos propios de la comunicación visual digital.

Esto supone:

- Reconocer los elementos de las formas digitales: la línea, (el tamaño pixel), el color, la composición, el ritmo, etc., en el entorno digital.
- Conocer la metodología, materiales y procesos de comunicación visual.
  - Reconocer y producir discursos comunicacionales.
  - Conocer y manipular los diferentes softwares para el diseño y la producción de comunicación gráfica visual y/o audiovisual.
  - Explorar sobre los procesos creativos a partir de los medios digitales.

## ORIENTACIONES DIDÁCTICAS

Para el abordaje de este espacio se sugiere implementar didácticamente trabajos de investigación previos a la etapa proyectual, que permitan a través de los datos de la realidad, diagnosticar y planificar la producción de mensajes. Estos trabajos, que varían su nivel de complejidad de acuerdo al tipo de trabajo, amplían la mirada y ponen en juego variables propias de los trabajos de comunicación, con sus condicionantes reales. La comunicación visual, entendemos, debe enseñarse desde la comprensión del proceso de comunicación, donde la articulación de elementos visuales se valida en función de la significación, en el compromiso con la construcción de sentido para una interpretación social. Aceptar esta premisa, implica conocer esencialmente al receptor / usuario de estos mensajes, su cultura visual, sus códigos de interpretación, sus hábitos de lectura y las condiciones de recepción en que se efectúa. El conocimiento se construye en la medida en que se puede conceptualizar el problema, de forma tal que todos los elementos del lenguaje confluyan hacia un mismo plano significativo.

La comunicación digital es imprescindible en la historia de la civilización. El diseño se presenta como una serie de acciones ordenadas orientadas a la resolución de un problema, a través de la creación de un objeto (no necesariamente material). Muchas veces este problema es comunicacional, otras requiere la creación de nuevos artefactos, en todos los casos el “producto” que resuelve el problema surge del proceso de diseño.

La creatividad, no es solamente un espacio a trabajar con el alumno. Es, esencialmente, un problema de concepción curricular y de ajuste didáctico específico. Entonces el problema es complejo, se conjugan una variedad de elementos a los que hay que abordar desde una actitud propositiva. El interés es un factor constitutivo del conocimiento, nadie aprende nada que no le interese, ni puede generar propuestas creativas si no hace propio el problema, si no reflexiona sobre la dimensión del conocimiento y el conjunto de saberes que lo componen. En este sentido la actitud del docente, puede motivar al alumno a participar. Se puede restablecer la confianza en que aquello

que se hace, como la estimación sobre los alcances de la tarea. Establecer el diálogo, la reflexión y el intercambio, puede llegar a ser gratificante. Preguntarnos qué y cómo tenemos que transmitir un método o un conocimiento, qué es lo que el alumno comprende y qué es lo que no, es una forma de empezar a hablar de un mayor protagonismo para incidir.

Se sugiere generar propuestas donde se incorpore al alumno en proyectos de trabajo en el que se sienta involucrado.

La creatividad es un potencial que motoriza la vivencia educativa y transforma el accionar del individuo y el medio. Comprender esta problemática es un instrumento de trabajo y de revitalización para el docente y específicamente para áreas como la comunicación. El propósito es motivar el estudio de este plano no solo desde lo teórico e indagativo, sino también desde la implementación. Ubicar el desarrollo de la creatividad como un elemento de incidencia y recuperación del interés en el espacio del aula, implica ejercitarla, darle el lugar y el tiempo necesarios en los programas de trabajo, en los distintos momentos del acontecimiento educativo. Desde este análisis se plantea una búsqueda que le confiere significación al estudio del concepto de creatividad, en la enseñanza de comunicación visual, como un elemento que puede aportar cualitativamente a una formación integral.

Es imprescindible considerar las características tecnológicas de los medios de transmisión y circulación del mensaje. Sobre la base de este encuadre metodológico, que es una forma de implementar el proceso de comunicación, se sugiere realizar la lectura de mensajes visuales donde se analice y se genere la búsqueda de: significado y el significante, la connotación, la denotación. Reconocer y establecer los códigos, los signos, la búsqueda del sentido. Surge así, la posibilidad de seleccionar las imágenes, las palabras, los textos, la articulación de los elementos formales y cromáticos, con sus tratamientos particulares. Cuando hablamos de tratamientos, queremos decir que cada elemento que compone un mensaje, admite una amplia gama de efectos visuales. Esto es válido para la consideración de: la forma, el color, la textura, la imagen, la tipografía, el género, el estilo, etc. Elementos que

---

incluyen a su vez las más variadas posibilidades estéticas. La organización de estos elementos en una estructura compositiva que contempla el conjunto de operaciones que confluyen en el proceso de síntesis, tienen un solo propósito: reforzar el significado y construir la significación del mensaje. La síntesis creativa es la posibilidad de poner en juego un conjunto de conocimientos conceptualizados y de destrezas Instrumentales, en función comunicacional. La originalidad de una propuesta radica en su capacidad de imaginar lo diferente, lo diverso. Desechar la repetición, para conseguir decirlo de tal modo que sea expresivo y aquí radica la principal función del emisor: el vuelo de la imaginación, la capacidad expresiva, el repertorio instrumental, el logro comunicacional. Esta idea de lo diferente y original no está vinculada a la moda, no es un capricho, ni una casualidad; está sostenida por la necesidad de superar lo obvio, lo que carece de interés por reiterado. Se busca y se genera el cambio, la diferencia, la profundidad del mensaje para trascender con la calidad de las ideas. Atención, interés y comprensión son cualidades sustantivas en la comunicación visual.

Creemos oportuno que el alumno pueda generar su propio blog; que puedan, por ejemplo, diseñar una infografía sobre cualquier temática. También, el análisis de piezas de comunicación existente como revistas, afiches etc. serán propuestas de exploración e indagación.

## BIBLIOGRAFÍA

Arfuch, Leonor, Norberto Chaves y María Ledesma. *Diseño y Comunicación, teorías y enfoques críticos*. Buenos Aires: Paidós, 1997.

Arfuch, Leonor y Verónica Devalle (compiladoras). *Visualidades sin fin*. Buenos Aires: Prometeo, 2009.

Avenburg, J., de Vries, M., Valentino, J., “*Creatividad y enseñanza*”, Taller 12, 1. Buenos Aires: CBCUBA, 1990.

Costa, Joan: *Creación de la Imagen Corporativa. El Paradigma del Siglo XX*. Revista electrónica “Razón y palabra” en [www.razonypalabra.org.mx](http://www.razonypalabra.org.mx), agosto-septiembre, 2003.

González Ruiz, Guillermo. *Estudio de Diseño Sobre la construcción de las ideas y su aplicación a la realidad*. Buenos Aires: Emecé, 1994.

De Bono, Edward. *El pensamiento lateral. Manual de creatividad*. Buenos Aires: Paidós, 1975 .

Fraile, Marcelo, “*Generación espacial a través del uso de herramientas digitales*”, en [www.catedravaletino.com.ar](http://www.catedravaletino.com.ar), 2011 .

Fraile, M. y Obispo, F., “*Analógico y digital. Evaluación de los resultados en la utilización de las herramientas digitales para la generación espacial*”, en [www.catedravaletino.com.ar](http://www.catedravaletino.com.ar), 2012.

KOREN, L. y Meckler, R., *Recetario Diseño Gráfico. Propuestas, combinaciones y soluciones gráficas*. Barcelona: G. Gili, 2007.

POTTER, Norman. *Qué es un diseñador: objetos, lugares, mensajes*. Barcelona: Paidós, 1999.

SIKORA, Joachin. *Manual de los métodos creativos*. Buenos Aires: Kapelusz, 1979.

Vitale, Alejandra. “*El signo en Peirce y Saussure*”. Buenos Aires: Eudeba, 2007.

---

WONG, Wucius. *Fundamentos del diseño bi y tri-dimensional*.  
Barcelona: G. Gili, 1979.