

Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires  
Facultad de Ciencias Sociales  
Departamento de Comunicación Social

## Taller de Lenguajes IV (Comunicación Gráfica)

Profesora Titular Adjunta: DG Anabella Galvano  
Auxiliar de Trabajos Prácticos: DG Natalia Schumacher  
e-mail: taller.de.lenguajes.4@gmail.com

### Fundamentación:

Taller de Lenguajes IV (Comunicación Gráfica) es una asignatura perteneciente al 2° Año de la Licenciatura en Comunicación Social. Puede definirse, desde su objetivo curricular, como una instancia de aprendizaje en la que los estudiantes se acercan por primera vez al territorio del lenguaje visual y la comunicación gráfica en la búsqueda de generar en ellos una mirada crítica y emancipada sobre los medios y las expresiones gráficas perceptibles en la cotidianeidad.

Lo cierto es que la comunicación gráfica es un lugar de acción, tiene por objetivo facilitar información, conocimiento y sentido.

A partir de la utilización del lenguaje gráfico la comunicación adquiere capacidad de hacerse más asequible, acelera su velocidad de transmisión, se potencia y aumenta su memorabilidad.

Desde hace años el diseño gráfico se debate sobre su asimilación por parte de la comunicación o sobre las diferencias entre arte, diseño y comunicación propiciando discusiones, marcando divisiones entre una u otra disciplina.

*“El primer problema que aparece sobre la superficie es precisamente el de la oposición: en el origen de estas polaridades subyace, al calor de la polémica, una actitud dogmática que atribuye una consistencia exagerada a la idea campos o disciplinas.*

*Las disciplinas no son terrenos fijos, determinados por la categoría del objeto. Tanto ellas como los campos temáticos son recortes imaginarios, arbitrarios, sobre prácticas y discursos“ (Ledesma: 2003).<sup>1</sup>*

A lo largo de la historia, la humanidad ha transitado por diferentes procesos de producción cultural en los que es imposible trazar una linealidad respecto a materiales, técnicas, dispositivos e instrumentos, mucho menos de disciplinas.

---

<sup>1</sup> Ledesma, M. (2003) *El diseño gráfico, una voz pública (de la comunicación visual en la era del individualismo)*. Buenos Aires, Argentina: Biblioteca de Diseño/2, Editorial Argonauta, 1ª Edición.

Cuando la comunicación se expresa a través de la gráfica, las competencias puestas en juego durante sus instancias de producción no se limitan al mero conocimiento técnico, sino que deben articularse con actitud estratégica para la producción de sentido.

Se trata de un **hacer saber**<sup>2</sup> a través de articulaciones visuales y semánticas, la puesta en funcionamiento de lenguajes específicos que otorgan sustento conceptual a situaciones comunicacionales concretas. A tal fin, resulta pertinente el abordaje desde un enfoque semiótico y retórico de la imagen y de una construcción textual que brinde elementos de análisis y criterios de posicionamiento en las fases de creación y puesta en ejecución de los mensajes, formatos y medios.

La comunicación gráfica se enmarca hoy en el competitivo mundo de los sistemas comunicacionales: un panorama dinamizado por el constante desarrollo tecnológico y condicionado por su propio efecto, la cultura de la imagen, en función de los multiformes procesos discursivos que invaden el espacio público, las redes y los medios de comunicación.

Desde este espacio, se propenderá a que los estudiantes de la Licenciatura en Comunicación Social se posicionen como productores de comunicaciones en función de necesidades, objetivos de trabajo y condiciones de recepción, desarrollando estrategias efectivas, mediante la generación de productos gráficos impresos y/o digitales.

### Ubicación del taller en el plan de estudios:

SEGUNDO AÑO				
Asignatura	Dedicación	Correlatividad	Horas semanales	Horas totales
Comunicación y Cultura I	Anual	Problemáticas de la Teoría Social / Ciencia y Sociedad	4 hs.	128 hs.
Comunicación en Instituciones y Organizaciones	Cuatrimestral (1°)	Problemáticas de la Teoría Social	4 hs.	64 hs.
Taller de Lenguajes I (TIC)	Cuatrimestral (1°)		3 hs.	48 hs.
Taller de Lenguajes II (Comunicación Radial)	Cuatrimestral (1°)	Aprobada: Taller de Producción de Textos	3 hs.	48 hs.
Taller de Diagnóstico y Planificación de la Comunicación en Instituciones y Organizaciones	Cuatrimestral (2°)	Cursada: Comunicación en Instituciones y Organizaciones	3 hs.	48 hs.

<sup>2</sup> Ledesma (2003) define el hacer saber como uno de los vértices del triángulo del diseño definido como un lugar de acción que se apropia del espacio habitable y dirige su visibilidad.

Taller de Lenguajes III (Comunicación Radial)	Cuatrimestral (2°)	Aprobada: Taller de Lenguajes II (Comunicación Radial)	3 hs.	48 hs.
<b>Taller de Lenguajes IV (Comunicación Gráfica)</b>	<b>Cuatrimestral (2°)</b>	<b>Aprobada: Taller de Producción de Textos</b>	<b>3 hs.</b>	<b>48 hs.</b>

## Objetivos:

- Abordar algunas conceptualizaciones introductorias para reflexionar sobre la evolución de la cultura visual a lo largo de la historia, el arte como manifestación simbólica, el desarrollo de la comunicación visual y la aparición del diseño gráfico como disciplina a partir de la Revolución Industrial y su impacto en la comunicación visual.
- Reflexionar sobre el rol de los comunicadores, diseñadores y artistas como operadores de signos dentro de la cultura de masas.
- Conocer los principios del lenguaje visual y de la percepción y su aplicación en el campo de la comunicación gráfica.
- Comprender el lenguaje gráfico y visual desde su incidencia en las conductas sociales.
- Analizar los vínculos entre comunicación y visualidad en el contexto urbano, cultural y mediático.
- Adquirir capacidades para la elaboración de proyectos de comunicación gráfica con conocimiento de las posibilidades y limitaciones técnicas y materiales.

## Metodología de trabajo:

En el contexto de la emergencia sanitaria impuesta por la pandemia generada desde principios de este año, la metodología de trabajo se ajustará a lo establecido a través de los **Lineamientos institucionales de la FACSO** para el desarrollo de cursadas en el contexto de COVID-19 en consonancia con la Resolución de Rectorado N° 0302/2020 del 08/04/2020 y en cumplimiento del art. 2 “extremar los esfuerzos para la virtualización de los contenidos de cada asignatura como herramienta para la continuidad educativa mientras dure la emergencia, debiendo garantizar que todos los estudiantes puedan acceder a los contenidos mediante esta operatoria u otra” y el Sistema Institucional de Educación a Distancia (SIED) RM 2661/17.

En este sentido, las **clases asincrónicas** se compartirán a través del aula virtual asignada a la asignatura dentro de la plataforma de **Sociales Virtual** <http://virtual.soc.unicen.edu.ar> en la cual los estudiantes podrán disponer de un resumen de cada clase, las presentaciones visuales utilizadas, la bibliografía, las consignas de trabajos prácticos y los enlaces a las grabaciones de las clases, para el envío de correcciones y entregas de trabajos.

Las **clases sincrónicas** se dictarán semanalmente en forma intercalada, a través de la aplicación de videollamadas Google Meet y se desarrollarán en el horario habitual de las clases presenciales:

- **Clases teóricas**, martes de 17 a 20 hs.
- **Clases prácticas**, miércoles de 10 a 13 hs.

**Cada una de las clases será grabada** y se podrá acceder a ellas a través de un enlace que se compartirá en el aula virtual de la cátedra para que aquellos estudiantes que no pudieran estar presentes puedan visualizarlas cuando se puedan conectar.

Para **las comunicaciones instantáneas** se prevé utilizar la red social y de comunicación WhatsApp en el formato de *lista de difusión*, previo acuerdo con los estudiantes de facilitar a la cátedra su número de celular. Caso contrario, estas comunicaciones se realizarán al correo electrónico personal desde el correo electrónico del taller y desde la mensajería interna del aula virtual.

## Contenidos:

### Unidad 1. De la comunicación visual a la comunicación gráfica: un breve recorrido por la historia y el presente de la visualidad.

#### Contenidos:

La comunicación visual en la prehistoria. Los orígenes de la escritura: del ideograma a la escritura fonética. Los primeros alfabetos y soportes: el pergamino y el códice. La invención del papel.

Arte y comunicación gráfica en la Edad Media. Los manuscritos iluminados.

El Renacimiento y la tipografía móvil de Gutenberg. Los primeros diseños tipográficos. Las primeras marcas: monogramas y pies de imprenta.

El impacto de la Revolución Industrial en el arte y la comunicación. El concepto de arte aplicado. La revolución en la impresión. La tipografía mecanizada.

La fotografía como nuevo instrumento de la comunicación gráfica y su incorporación a las técnicas de impresión.

Los primeros carteles impresos del siglo XIX. El movimiento Arts & Crafts.

El arte y el diseño de principios del siglo XX: Art Nouveau y el Art Decó.

Las vanguardias artísticas y sus aportes a la comunicación gráfica: Surrealismo, Dadaísmo, Futurismo y Suprematismo. Los *ready made*.

La Bauhaus periodo Weimar y Dessau. La influencia del nazismo. La migración de los diseñadores a Estados Unidos.

Origen y evolución de las nociones de comunicación visual y gráfica.

### **Actividades:**

Realización de una línea de tiempo en Genially o Prezi que sintetice los principales acontecimientos históricos, hitos en la evolución de la comunicación visual y consolidación de la comunicación y el diseño gráfico como disciplinas en el siglo XX. Actividad grupal en grupos de 2 o 3 integrantes.

### **Bibliografía:**

**Davidek, C. y Santarsiero, H.** (2012). *Comunicación en la vía pública. Historia, arte, diseño, producción, legislación gestión y planificación de medios*. Buenos Aires, Argentina: Producción Gráfica Ediciones. 1ª Edición.

**Fontana, R.** (2005). *De signos y siglos*. Buenos Aires, Argentina. Recuperado de: <https://foroalfa.org/articulos/de-signos-y-siglos>

**Frutiger, A.** (2007) *Signos, símbolos, marcas y señales. Elementos, morfología, representación, significación*. Barcelona, España: 1ª Ed., 10ª tirada. Editorial Gustavo Gili Diseño.

**Ledesma, M.** (2003) *El diseño gráfico, una voz pública (de la comunicación visual en la era del individualismo)*. Buenos Aires, Argentina: 1ª Ed., Biblioteca de Diseño/2, Editorial Argonauta.

**Meggs, P. B. y Purvis, A. W.** (2009). *Historia del Diseño Gráfico*. Barcelona, España: RM Verlag.

## **Unidad 2. Principales componentes del lenguaje gráfico-visual.**

### **Contenidos:**

Elementos básicos de la composición visual: el punto, la línea, el plano, la dirección, el tono, el color, textura, dimensión y movimiento.

Relaciones entre figura y fondo, forma y contraforma gráfica. Campo visual y formato.

Principios de composición visual: armonía, nivelación, tensión, peso visual, simetría, asimetría, positivo y negativo. Concepto de retícula y estructura.

El proceso de percepción visual. Leyes de la Gestalt. Lenguaje y percepción: código, grados de iconicidad y contexto perceptivo.

Color. Propiedades. Colores análogos y complementarios, cálidos y fríos. Síntesis aditiva y sustractiva del color. Escalas.

### **Actividades:**

Tomando como referencia alguno de los movimientos modernistas de fines del siglo XIX o vanguardistas de principios del siglo XX, realizar un análisis comparativo de tres movimientos. Una vez realizado este análisis, componer una serie de tres flyers que involucren la articulación del punto la línea y el plano y algunas de las leyes de la Gestalt, haciéndolos aptos para replicar en redes sociales en pos de comunicar un evento próximo.

### **Bibliografía:**

**Costa, J.** (2003) *Diseñar para los ojos*. La Paz, Bolivia: 2ª Ed. Grupo Editorial Design.

**Dondis, D.A.** (2010) *La sintaxis de la imagen. Introducción al alfabeto visual*, Barcelona, España: (J.G. Beramendi, Trad.; 10ª. ed.), GG Diseño.

**Frutiger, A.** (2007) *Signos, símbolos, marcas y señales. Elementos, morfología, representación, significación*. Barcelona, España: 1ª Ed., 10ª tirada. Editorial Gustavo Gili Diseño.

**Munari, B.** (1976) *Diseño y comunicación visual. Contribución a una metodología didáctica*. Barcelona, España: 1ª Ed. Editorial Gustavo Gili Diseño.

## **Unidad 3. Imagen y comunicación gráfica**

### **Contenidos:**

Noción de imagen: usos y significados.

Imagen mediática, psíquica. La dimensión semiótica de la imagen. La imagen fotográfica, la ilustración y el grafismo. Montaje y collage.

La imagen como signo, símbolo o ícono.

Encuadre, re-encuadre y sobre-encuadre de la imagen. El punto de vista.

Retórica de la imagen: figuras retóricas.

Relaciones entre texto e imagen. Función de anclaje y relevo de la imagen.

Publicidad gráfica y subvertising.

### **Actividades:**

Presentación de la guía de lectura para el abordaje del texto de Susan Sontag: "**El afiche: publicidad, arte, instrumento político, mercancía**".

Realización de una serie afiches en Genially o Canva en los que se evidencie, la utilización de la retórica como potenciadora de la comunicación y la articulación

de imagen y texto en situaciones de anclaje y relevo de la imagen. Actividad grupal en grupos de 2 o 3 integrantes.

### **Bibliografía:**

**Aumont, J.** (1992) *La imagen*. Barcelona, España: Paidós Comunicación.

“El papel del dispositivo” (pp. 143-202)

**Barthes, R.** (2009). “Retórica de la Imagen” en *Lo obvio y lo obtuso. Imágenes, gestos, voces* (pp. 29-47), Buenos Aires, Argentina: Ediciones Paidós.

**Bonsiepe, G.** (2001) *Retórica visual/verbal* en *Fundamentos del Diseño Gráfico*. Buenos Aires, Argentina: Editorial Infinito.

**Chaves, N.** (1989) *Pequeña teoría del cartel*, Cap. 1, 2 y 3 en *Revista Tipográfica* N° 7, 8 y 9. Buenos Aires, Argentina.

**Davidek, C. y Santarsiero, H.** (2012). *Comunicación en la vía pública. Historia, arte, diseño, producción, legislación, gestión y planificación de medios*. Buenos Aires, Argentina: Producción Gráfica Ediciones. 1ª Edición.

**Joly, M.** (2009). *Introducción al análisis de la imagen*. Buenos Aires, Argentina: Editorial La Marca,

**Hampshire, M. y Stephenson, K.** (2008). *Signos y símbolos. Grafismo y comunicación*. Barcelona, España: Rotovisión.

**Sontag, S.** (2001) *El afiche: publicidad, arte, instrumento político, mercancía* en *Fundamentos del Diseño Gráfico*. Buenos Aires, Argentina: Editorial Infinito.

## **Unidad 4. Marca, tipografía y comunicación**

### **Contenidos:**

El signo tipográfico: unidades de medida, variables y estilos tipográficos. Concepto de familia tipográfica.

La tipografía como forma, como imagen y como texto.

El párrafo, alineación, estilos de párrafo. Concepto de legibilidad. Caja tipográfica y retícula editorial. Tipos de retícula.

Conceptos de marca y marca gráfica. Isotipo, logotipo e isologotipo. Signos identificadores primarios y secundarios.

Identidad institucional y corporativa.

## Actividades:

Creación del discurso comunicacional que permita establecer los referentes para la creación de un signo identificador de una organización real o ficticia (puede ser para una organización social con la cual estén realizando algún trabajo para otra asignatura). Realización de bocetos de tres aplicaciones de marca. Actividad individual.

## Bibliografía:

**Chaves N. y Belluccia R.** (2008) *La marca corporativa. Gestión y diseño de símbolos y logotipos*. Buenos Aires, Argentina: Ed. Paidós.

**Chaves N.** (2005). *La imagen corporativa. Teoría y práctica de la identificación institucional*. Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili Diseño, 3º ed.

**Frutiger, A.** (2007) *Signos, símbolos, marcas y señales. Elementos, morfología, representación, significación*. Barcelona, España: 1ª Ed., 10ª tirada. Editorial Gustavo Gili Diseño.

**Montesinos, J. y Mas Hurtuna, M. J.** (2005). *Manual de tipografía del plomo a la era digital*. Valencia, España: Editorial Campgràfic, 5ª Edición Actualizada.

**Müller-Brockmann, J.** (2012) *Sistemas de retículas. Un manual para diseñadores gráficos*. Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili Diseño, 3º ed.

**Tubaro, A. e I.** (1994). *Tipografía. Estudios e investigaciones*. Buenos Aires, Argentina: Universidad de Palermo, Librería Técnica CP67.

## Unidad 5. El proyecto de comunicación gráfica: de la idea a la producción

### Contenidos:

La producción gráfica. Tecnologías disponibles para la reproducción en pequeña y gran escala.

Conceptos básicos de pre-impresión y armado de originales de imprenta para diarios, revistas, afiches y folletos.

Resolución de la imagen digital y resolución de impresión. Color digital: modos de color (CMYK, RGB, HSB, HTML). Profundidades de color.

Procedimientos de filmación.

El offset plano, rotativo y digital.



El papel como soporte de impresión: tipos de papel, peso, medidas y formatos más utilizados. Tipos de encuadernación. Sistemas de impresión en gran formato: materiales, soportes y especificaciones técnicas.

### Actividades:

#### Trabajo final de integración:

Tendrá por objetivo la integración de los contenidos abordados en la cátedra, generando un proyecto de comunicación para una organización de gestión pública (institución, asociación civil, ONG) o privada (empresa), estableciendo los criterios comunicacionales y gráficos que permitan la elaboración de un sistema visual que contenga: un signo identificador (marca), afiches, una pieza editorial (folleto y/o revista) y flyers para redes sociales. Actividad grupal en grupos de 2 o 3 integrantes.

### Bibliografía:

**Davidek, C. y Santarsiero, H.** (2012) *Comunicación en la vía pública. Historia, arte, diseño, producción, legislación gestión y planificación de medios*. Buenos Aires, Argentina: Producción Gráfica Ediciones. 1ª Edición.

**Santarsiero, H.** (2009) *Producción gráfica & multimedial*. Buenos Aires, Argentina: Producción Gráfica Ediciones. 1ª Edición.

**Sirkis, S.** (2006) *Diseño impreso. Guía práctica con todo lo que debiste saber sobre impresión al comenzar tu proyecto*. Buenos Aires, Argentina: Biblioteca Comm Tools, 1ª Edición.

### Cronograma de clases sincrónicas:

AGOSTO				
Día	Horario	Clase	Tema	Enlace para compartir por WA
18	17 a 20 hs	TEÓRICA	<b>Presentación</b> del equipo docente, el programa, el aula virtual y la metodología de trabajo.	<a href="https://meet.google.com/fox-fsnb-yts">https://meet.google.com/fox-fsnb-yts</a>
			<b>Unidad 1. De la comunicación visual a la comunicación gráfica. Un breve recorrido por la historia y el presente de la visualidad.</b>	
26	10 a 13 hs	PRÁCTICA	<b>Lanzamiento del TP N° 1.</b>	<a href="https://meet.google.com/wxj-yzif-tap">https://meet.google.com/wxj-yzif-tap</a>
SEPTIEMBRE				
Día	Horario	Clase	Tema	Enlace para compartir por WA

1	17 a 20 hs	TEÓRICA	Unidad 2. Principales componentes del lenguaje gráfico-visual.	<a href="https://meet.google.com/fox-fsnb-yts">https://meet.google.com/fox-fsnb-yts</a>
9	10 a 13 hs	PRÁCTICA	Devolución de correcciones del TP N° 1. Lanzamiento del TP N° 2	<a href="https://meet.google.com/wxi-yzif-tap">https://meet.google.com/wxi-yzif-tap</a>
15	17 a 20 hs	TEÓRICA	Unidad 3. Imagen y comunicación gráfica	<a href="https://meet.google.com/fox-fsnb-yts">https://meet.google.com/fox-fsnb-yts</a>
23	10 a 13 hs	PRÁCTICA	Devolución de correcciones del TP N° 2. Presentación de la guía de lectura para el abordaje del texto de Susan Sontag: "El afiche: publicidad, arte, instrumento político, mercancía". Lanzamiento del TP N° 3.	<a href="https://meet.google.com/wxi-yzif-tap">https://meet.google.com/wxi-yzif-tap</a>
29	17 a 20 hs	TEÓRICA	Unidad 4. Marca, tipografía y comunicación	<a href="https://meet.google.com/fox-fsnb-yts">https://meet.google.com/fox-fsnb-yts</a>

## OCTUBRE

Día	Horario	Clase	Tema	Enlace para compartir por WA
7	10 a 13 hs	PRÁCTICA	Devolución de correcciones del TP N° 3. Lanzamiento del TP N° 4: Creación de un signo de identidad (marca) y tres aplicaciones para una organización real o ficticia en Inkscape.	<a href="https://meet.google.com/wxi-yzif-tap">https://meet.google.com/wxi-yzif-tap</a>
13	17 a 20 hs	TEÓRICA	Unidad 5. El proyecto de comunicación gráfica: de la idea a la producción	<a href="https://meet.google.com/fox-fsnb-yts">https://meet.google.com/fox-fsnb-yts</a>
21	10 a 13 hs	PRÁCTICA	Devolución de correcciones del TP N° 4. Lanzamiento del Trabajo final de integración	<a href="https://meet.google.com/wxi-yzif-tap">https://meet.google.com/wxi-yzif-tap</a>
27	17 a 20 hs	TEÓRICA	Unidad 5. El proyecto de comunicación gráfica: de la idea a la producción. Evaluación de los proyectos a presentar.	<a href="https://meet.google.com/fox-fsnb-yts">https://meet.google.com/fox-fsnb-yts</a>

NOVIEMBRE				
Día	Horario	Clase	Tema	Enlace para compartir por WA
4	10 a 13 hs	PRÁCTICA	Corrección de avances del TRABAJO FINAL DE INTEGRACIÓN	<a href="https://meet.google.com/wxi-yzif-tap">https://meet.google.com/wxi-yzif-tap</a>
10	17 a 20 hs	TEÓRICA	ENTREGA del TRABAJO FINAL DE INTEGRACIÓN. Presentación y fundamentación oral del mismo.	<a href="https://meet.google.com/fox-fsnb-yts">https://meet.google.com/fox-fsnb-yts</a>
18	10 a 13 hs	CIERRE	Devolución de correcciones del TRABAJO FINAL DE INTEGRACIÓN.	<a href="https://meet.google.com/wxi-yzif-tap">https://meet.google.com/wxi-yzif-tap</a>
			Cierre y comunicación de las calificaciones finales a los estudiantes.	

## Propuesta didáctica y evaluación

En esta asignatura con modalidad taller, se pretende recortar un cuerpo de contenidos que ayuden a los estudiantes en el abordaje de conceptos pertenecientes al del lenguaje visual y la comunicación gráfica.

La bibliografía seleccionada es sólo un punto de partida, un comienzo, dejando la puerta abierta a la incorporación de otras fuentes que permitan la profundización, discusión y reflexión en torno a inquietudes que surjan a lo largo de la cursada.

La selección de contenidos se ha realizado desde una mirada contemporánea, incorporando temáticas relacionadas a la historia y actualidad del arte, el diseño y la comunicación gráfica con el objetivo de introducir a los estudiantes de la Licenciatura en Comunicación Social en el mundo del lenguaje visual y gráfico.

El proceso de trabajo se articulará entre las presentaciones teóricas y el trabajo en las clases prácticas e irá acompañado en cada oportunidad por el análisis, la reflexión y puesta en práctica de lo aprendido en torno a casos concretos pretendiendo además que, con el avance en el desarrollo de la cursada, los estudiantes puedan ir definiendo áreas de interés y problemas específicos que se constituirán en sus elaboraciones de entrega obligatoria y de acreditación.

En la evaluación de los trabajos prácticos de cada unidad, se priorizará el proceso de selección y organización de la información tanto textual como visual y los soportes y medios que se seleccionarán para comunicarla.

En lo que respecta al sistema de evaluación, la materia se considerará aprobada para aquellos estudiantes que:

- Asistan a un mínimo del **80 % de las clases teóricas y prácticas.**

- **Aprueben trabajos prácticos** de entrega obligatoria previstos como cierre de cada unidad, con una nota mínima de 7 (siete) puntos o superior (Arts. 24 y 25 del Reglamento de Enseñanza y Promoción).
- **Aprueben el trabajo final Integrador de la cursada** con una nota mínima de 7 (siete) puntos o superior (Arts. 24 y 25 del Reglamento de Enseñanza y Promoción), en el que deberán proponer un proyecto que utilice el lenguaje gráfico en pos de poner de manifiesto y solucionar un problema de comunicación.
- Por tratarse de **una asignatura modalidad taller**, los estudiantes **no deberán rendir examen final y la calificación definitiva será el promedio de las evaluaciones parciales y de los trabajos producidos durante el taller**, de acuerdo a lo que establece el Art. 39 del Reglamento de Enseñanza y Promoción de la Facultad de Ciencias Sociales, UNCPBA que deberá ser de 7 (siete) puntos o superior promediando todas las instancias de evaluación antes especificadas.