

Taller

Comunicación visual de actividades y producciones académicas

Secretaría de Investigación / Instituto de Geografía “Romualdo Ardissonne”
Facultad de Filosofía y Letras - Universidad de Buenos Aires

- ✓ El taller abordará diversas situaciones de comunicación visual de actividades y producción académica para ofrecer herramientas que permitan a los asistentes generar estrategias y métodos de comunicación visual más eficientes en la capacidad de transmitir información, avisos y/o contenidos académicos a audiencias específicas.

- ✓ Destinado a docentes, equipos de investigación, personal no docente y a la comunidad académica de la Facultad.

- ✓ **A cargo de la Dra. Carla Lois**
Investigadora de CONICET, Profesora del Departamento de Geografía y Coordinadora del Grupo de Historia y Epistemología de la Cartografía e Imágenes Técnicas.

Presentación

En la vida académica, la comunicación de actividades y producciones académicas es una práctica fundamental. La presentación de libros, las convocatorias para congresos y conferencias, la elaboración de pósters institucionales, la producción de presentaciones en Powerpoint, Prezi y otros soportes similares para acompañar la presentación oral de un trabajo de investigación, el anuncio de noticias institucionales, el llamado para la presentación de artículos en revistas -entre otras- son algunas de las situaciones en que necesitamos producir materiales gráficos que combinan textos e imágenes para comunicar información, actividades y producciones académica visualmente (esto es: no de forma oral ni de forma escrita al estilo de una gacetilla o una newsletter).

Sin embargo, muchos materiales gráficos pasan desapercibidos y no logran su cometido: alcanzar a los destinatarios. ¿Qué es lo que falla? Pueden ser varios factores. Por un lado, en general, cuando se elabora un producto destinado a la comunicación visual se presta atención a los datos que se quieren transmitir (título del evento, fechas, lugares de encuentro, etc.) pero no se tienen suficientemente en cuenta los aspectos materiales del objeto producido ni las situaciones en las que ese objeto se pone en circulación para producir actos comunicativos en los que efectivamente se logre alcanzar a los destinatarios deseados, y comunicar con precisión y eficacia aquello que se quiere difundir. Por otro lado, muchas veces los lenguajes visuales escogidos no son los más adecuados.

Los materiales de difusión no sólo deben considerar la información que comunican: también hay que tener en cuenta a quién se quiere comunicar y cómo. Es fundamental evaluar los diversos y múltiples factores que inciden en la eficacia de los actos comunicativos, tales como la gráfica del afiche o póster y su atractividad, la síntesis de la información, la materialidad del dispositivo, la espacialidad donde será exhibido y, asociado a ello, el tipo de mirada que podrá captar, la elección de palabras, imágenes y colores claves, entre otros. Asimismo es necesario tomar decisiones sobre el tipo de imágenes que formarán parte del dispositivo de comunicación: ¿cuándo utilizar fotografías? En ese caso, ¿de qué tamaño? ¿Con qué definición? ¿Con qué tipo de paratextos? ¿Dibujos o gráficos? ¿Mapas, croquis, esquemas?

Cada registro visual tiene potencialidades y limitaciones que podemos explotar para lograr la comunicación esperada.

En este taller se abordarán diversas situaciones de comunicación visual de actividades y producción académica para ofrecer herramientas que permitan a los asistentes generar estrategias y métodos de comunicación visual más eficientes en la capacidad de transmitir información, avisos y/o contenidos académicos a audiencias específicas.

Objetivo general

Reflexionar sobre los modos de comunicar diversos tipos actividades y producciones académicas en diferentes soportes, y desarrollar estrategias para que esa comunicación sea lo más eficiente posible.

MÓDULO 1

Objetivos específicos:

- Reflexionar sobre los propósitos y objetivos de la comunicación visual de actividades y producciones académicas.
- Analizar diversas estrategias de comunicación visual de actividades y producciones académicas.

Contenidos

1. Los diferentes formatos y soportes en que se difunden las actividades y producciones académicas (sitios web, pósters, afiches, exposición de resultados de investigación y experiencias de trabajo de campo en presentaciones en Powerpoint, Prezi y similares, trípticos, folletos diversos, tarjetas personales, postales institucionales, entre otros).
2. La composición gráfica y la arquitectura visual de diversos materiales de difusión de actividades y producciones académicas para reconocer cuáles son los aciertos y las falencias que posibilitan o dificultan los actos comunicativos.

3. La espacialidad de los materiales de difusión y el tipo de mirada del potencial destinatario: la mirada cautiva de un pasajero que viaja en ascensor, la mirada fugaz sobre un póster ubicado en un pasillo o en un espacio de paso, etc.
4. Relación entre los objetivos de comunicación (presentación de un libro, promoción de un congreso o conferencia, anuncios de actividades, cronogramas, información institucional) y el tipo material de difusión más conveniente para los fines propuestos.

Actividades

- Comparar diversos materiales de difusión de actividades y producciones académicas.
- Identificar en esos aspectos los aspectos logrados y los que habría que mejorar para que la información alcance a los destinatarios.
- Sugerir modos de mejorar aquellos aspectos identificados como deficientes.

Se solicitará que los asistentes traigan materiales propios para trabajar en el segundo encuentro.

MÓDULO 2

Objetivos específicos:

- Imaginar actos comunicativos concretos para pensar las estrategias más adecuadas para la comunicación visual de actividades y producciones académicas.
- Diseñar metodologías para la producción de materiales gráficos destinados a la difusión de actividades y producciones académicas.

Contenidos

1. Criterios a considerar para la formulación de la idea que se quiere comunicar.
2. La cuestión de la combinación de textos e imágenes.
3. El material de difusión como objeto material: tamaño, colores, legibilidad, saturación, impacto visual, soporte físico, reproductibilidad, durabilidad prevista.

Actividades

- Presentación de los materiales que traen los cursantes.
- Análisis colectivo de esos materiales.
- Elaboración de una guía de propuestas para orientar la producción de materiales de actividades y producciones académicas en formatos gráficos.

Bibliografía sugerida relacionada con los contenidos trabajados en el taller

DONDIS, Donis A. (2015), *Sintaxe da linguagem visual*. Sao Paulo: Martin Fontes

HUNT, John Dixon, LOMAS, David y CORRIS, Michael (2010), *Art, Word and Image. Two thousand years of visual/textual interaction*. Londres: Reaktion Books.

LEBORG, Christian (2013), *Gramática visual*. Barcelona: Gustavo Gili.

TUFTE, Edward R. (2012), *Visual explanations. Images and quantities, evidence and narrative*. Connecticut: Graphic press.

VITTA, Maurizio (2003), *El sistema de las imágenes. Estética de las representaciones cotidianas*. Buenos Aires: Paidós. "Capítulo 4. La comunicación visual de masas"