



Departamento de Ciencias Sociales  
Universidad Nacional de Luján

## “CURSO INTRODUCTORIO SOBRE EL USO DE LA IMAGEN FOTOGRAFICA EN LA COMUNICACIÓN DE PRODUCTOS”

### 1. EQUIPO DOCENTE

**Docente Coordinadora:** Prof. Dra. Beatriz Kennel

**Disertantes.**

Prof. Lic. Francisco Rubio

Prof. Lic. Monica Vallejos

Prof. Mg. Daniel Santoro

### 2. DESTINATARIOS

Docentes interesados en el uso de imágenes fotográficas para comunicación visual, Licenciados en Administración, Marketing, Coordinadores de áreas de publicidad, Estudiantes avanzados, Personas de la comunidad interesadas en el tema.

### 4.- OBJETIVOS

#### OBJETIVO GENERAL

Que los asistentes construyan conocimientos sobre el uso de la imagen fotográfica en la comunicación de productos para su aplicación en campo práctico.

#### OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Que los asistentes logren

- Conocer el lugar de la fotografía en la comunicación visual de producto
- Desarrollar habilidades y destrezas para identificar las formas de participación de la imagen en la comunicación.
- Reconocer las reglas de aplicación de la imagen según los géneros discursivos.
- Identificar los mensajes que proporciona la imagen y la función del lenguaje.
- Aplicar recursos persuasivos y de estilo en el proceso de construcción de la imagen.
- Conocer los usos de las imágenes fotográficas como recursos didácticos.

## 5. PROGRAMA DE ACTIVIDADES

### **MÓDULO 1. COMUNICACIÓN VISUAL Y FOTOGRAFIA DE PRODUCTOS**

Fotografía y mensaje visual. El fotógrafo y la escena en el mensaje visual. Mensaje de la imagen (denotación - connotación- funciones del lenguaje). La imagen en el discurso social y el discurso publicitario. Fotografía comercial y publicitaria. Consejos de imagen fotográfica para producto.

### **MÓDULO 2. COMUNICACIÓN DE PRODUCTOS.**

La imagen como código de época. La percepción de los receptores en la desmasificación. Diferencia entre mensaje y discurso. La imagen según géneros discursivos: Publicidad, Periodismo, Arte, Educación. Competencias comunicativas y valores sociales. Técnicas de persuasión y Retórica de la imagen. Publicidad. Campañas. Comunicación comercial. Concepto de comunicación. Código de la imagen. La percepción de los receptores en la desmasificación. Ejemplo desarrollado: La publicidad de cámaras fotográficas en las revistas de fotografía. Estilos discursos y estereotipos

### **MÓDULO 3. COMUNICACIÓN CUANDO EL PRODUCTO ES UNA**

**IDEA.** Comunicación visual en Educación. Acerca del impacto visual en el acto didáctico. La imagen y la cognición. Las imágenes y la imaginación. Las imágenes como expresión de un momento y un espacio. El uso de imágenes fotográficas como recurso didáctico y como estrategias de enseñanza en la promoción de aprendizajes significativos. Conceptualización de lo visual en los estilos de aprendizaje y en las inteligencias múltiples. La investigación-acción y el uso de las imágenes. El ABI (Aprendizaje basado en investigación) y la fotografía.



**¡Los esperamos!**

**INICIO:Viernes 4 de Octubre 19hs (5 encuentros)**

**INFORMES E INCRIPCION:**  
[afunlu2012@gmail.com](mailto:afunlu2012@gmail.com)

**whatsapp: 1157724593**