

UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES  
FACULTAD DE ARQUITECTURA, DISEÑO Y URBANISMO

CARRERA DE DISEÑO  
DE INDUMENTARIA Y TEXTIL

COMUNICACION

Curso 1991

Propuesta programática realizada por la Prof. Lic. María del Valle Ledesma y el Prof. Arq. Claudio F. Guerri.

1. FUNDAMENTOS.

La función de Comunicación humana está bien lejos de agotarse en el interior de los lenguajes verbales, éstos -al contrario- parecen ser, cada vez más, la parte más aparente y manifiesta de los procesos de interacción social.

En este sentido, toda expresión humana tiene función comunicativa en tanto el conjunto de signos no verbales -sean éstos de la naturaleza que fueren- incide directamente sobre el significado global de un acto de comunicación. No obstante, la complejidad de las estructuras comportamentales humanas -en cuyo seno se debe incluir el diseño de indumentaria y textil- es tan extrema que aún no se encuentran claramente insertos en una teoría global y unitaria de la comunicación interhumana.

Es por esto que el papel exacto de la vestimenta en el sistema total de la comunicación está aún apenas esbozado. Sin embargo, se sabe que es parte de los estímulos no verbales que influyen en las respuestas interpersonales y que, en ciertas condiciones, es el determinante principal de tales respuestas.

Si concebimos la comunicación como el proceso conformador de imágenes intersubjetivas que regulan las relaciones humanas, salta a la vista el aspecto comunicacional que conlleva la indumentaria.

De hecho, es un comportamiento comunicativo que no tiene base en la lengua pero que está frecuentemente sincronizado con

fenómenos lingüísticos y paralingüísticos. Por otra parte, el código tácito de los mensajes emitidos y recibidos por la indumentaria es parte integrante de una tradición cultural. El vestido -comportamiento individual- se torna un comportamiento social. En este sentido, no es independiente de otros sistemas culturales.

La indumentaria integra diferentes textos indumentariales' o sea, una expresión al mismo tiempo sintáctica, semántica y pragmática cuya manifestación obedece a modelos sociales y culturales establecidos y fijos. Los comportamientos somáticos, gestuales y de la indumentaria son un conjunto cultural organizado y portador de signos altamente convencionales pasibles de traducción para el código verbal. A ninguna postura, a ningún gesto, a ninguna moda es posible atribuirle ninguna significación universal.

Así como la vestimenta debe entenderse en relación a otros sistemas culturales, tampoco puede separarse del problema del cuerpo en cuanto otro sistema simultáneo de producción de significación. Téngase en cuenta, por ejemplo, que la diferencia entre indumentaria occidental y oriental indica diferentes culturas medibles en macroestructuras sociales y económicas pero también en microuniversos gestuales y cinésicos.

En este marco referencial se plantea la materia como ámbito de reflexión y análisis de producciones textuales acerca del diseño de la indumentaria y textil. Su ubicación en el último año de la carrera permite concebirla no como introducción sino como síntesis del proceso de aprendizaje realizado por el alumno. Desde aquí, no puede pensarse Comunicación desde una perspectiva general, sino que debe encuadrarse en el sistema epistemológico que define al diseñador de indumentaria. Por lo tanto, sus contenidos deben estar en íntima vinculación con el Diseño para entender la relación que los distintos sistemas comunicacionales tejen en el interior mismo del producto.

Por último, y dado que el diseñador debe inscribir su producto en el proceso de circulación de mensajes, se ha pensado incluir esta perspectiva como colofón del curso.

En función de los fundamentos expuestos se ha dividido el programa en cinco ejes centrales:

1. Deslinde epistémico del campo de Comunicación y puesta en relación con el espectro general de la carrera.
2. Caracterización del objeto del Diseño de Indumentaria y Textil desde el punto de vista de los sistemas lingüísticos.
3. Descripción y relación de los lenguajes que deben considerarse en el análisis del modo de operar de los objetos de Diseño de Indumentaria y Textil.
4. Análisis de la moda como fenómeno particular de la indumentaria en el proceso conformador de imágenes intersubjetivas.
5. Análisis de los medios de comunicación que actúan como portadores de texto de la indumentaria.

## 2. CONTENIDOS.

### 2.1. Comunicación en el ámbito del diseño de indumentaria y textil

- Características específicas de este campo del diseño y del objeto a diseñar.
- La producción de sentido en el diseño de indumentaria y textil: el proceso de producción, comunicación e interpretación de la significación.
- Valor social de los objetos de diseño de indumentaria y textil.
- La variable Comunicación como un aspecto del valor social de los objetos de diseño. Concepto de Comunicación Social.
- Relación de Comunicación con las Áreas de Diseño y Tecnología.
- Análisis semiótico y sociológico de la Comunicación. Sus diferentes encuadres.

### 2.2. El objeto de diseño de indumentaria y textil como objeto de semiosis compleja.

- Introducción al concepto de semiosis compleja.
- Cultura y sociedad como suma de sistemas semióticos. El concepto de 'culturema'.
- Sistemas semióticos: relaciones y especificidades.
- Comunicación verbal y no verbal.
- Tipos de comunicación no verbal: gráfica, gestual, objetual.
- La indumentaria y la moda como encrucijada semiótica.

### 2.3. Lenguaje del diseño, lenguaje de la moda.

- Lenguaje del diseño: los sistemas de prefiguración. Los lenguajes que utiliza el diseño: lenguajes gráficos. El diseño como un tipo de comunicación.
- Lenguaje del cuerpo: usos comunicativos del comportamiento no verbal. Clasificación de las posibilidades comunicativas del lenguaje del cuerpo. Comportamientos comunicativos de base no lingüística: cinésica, proxémica, paralenguaje, aspecto físico. Funciones comunicativas del cuerpo.
- Lenguaje de la indumentaria: función comunicativa de la vestimenta. Producción de la significación. Vestimenta y artefactos. La tradición cultural como código de los mensajes transmitidos por la indumentaria.
- Interdependencia del sistema de la indumentaria con respecto a otros sistemas culturales.
- La indumentaria como uno de los factores de la 'fluencia cultural'.
- La dimensión sintáctica de la producción de significación de la indumentaria.

- La dimensión semántica de la producción de significación de la indumentaria.
- La dimensión pragmática de la producción de significación de la indumentaria.
- Interacción simultánea en la producción de significación entre el lenguaje del cuerpo y de la indumentaria.

#### 2.4. La Moda como comunicación social.

- La Moda como sistema semiótico.
- Los sistemas de prefiguración y representación de la moda.
- Moda y constitución de la 'imagen social'.
- Percepción y moda. La familiaridad y extrañamiento: el uniforme, el modelo exclusivo, el prêt à porter, etc.
- La extranjerización en la moda. Diseño extranjero versus diseño nacional.

#### 2.5. Los portadores de texto del lenguaje de la Moda.

- Revistas.
- Diarios.
- Radio y T.V.
- Desfiles de modas.
- Cómo comunicar acerca de la indumentaria. La información. La expresión. Combinación de imagen y lenguaje verbal.