



Universidad de Buenos Aires

Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo

Carrera de Diseño de Indumentaria

Carrera de Diseño Textil

# Programa de la materia

## “Comunicación y crítica”

### Cátedra: Ex Sexe

### 2021

#### Equipo docente:

**Docente a cargo:** M. Laura Del Franco ([maria.delfranco@fadu.uba.ar](mailto:maria.delfranco@fadu.uba.ar))

**Jefe de trabajos prácticos:** Víctor Pezet Boeri ([vmpezet@yahoo.com.ar](mailto:vmpezet@yahoo.com.ar))

#### **Ayudantes de primera:**

Silvina Giachetti ([silvinage@gmail.com](mailto:silvinage@gmail.com))

Carolina Ferrero ([acarolinaferrero@gmail.com](mailto:acarolinaferrero@gmail.com))

Mariela Singer ([marielasing@hotmail.com](mailto:marielasing@hotmail.com))

Alvaro Rosado ([alvarosado@gmail.com](mailto:alvarosado@gmail.com))

## 1. Fundamentación

Esta materia apunta a trabajar las relaciones entre diseño y comunicación. El abordaje de diversas teorías y enfoques del campo de la comunicación nos permitirá profundizar en el entramado cultural que comporta el diseño como actividad proyectual. Una actividad y un campo de conocimiento que produce objetos, sentido, discursos en nuestras sociedades y que significan por el hecho de formar parte de nuestra cultura.

Por lo tanto, el eje que organizará nuestro recorrido serán los diferentes modelos epistemológicos, es decir modos de concebir y conocer la comunicación humana, con características particulares y enfoques que recortan una mirada específica que construye una u otra concepción acerca de la comunicación o el diseño. De acuerdo al enfoque que tomemos tendremos una definición de comunicación; comprenderemos y explicaremos los fenómenos de la comunicación dentro de cierto marco conceptual.

En este recorrido abordaremos los siguientes enfoques: el funcionalismo, la teoría crítica, los estudios culturales, el estructuralismo, el postestructuralismo, la ecología de medios. A partir de comprender sus principales desarrollos teóricos y sus características, apuntaremos a reflexionar acerca de los aportes de estas perspectivas al pensamiento proyectual y al campo del diseño.

En nuestra primera unidad, nos dedicaremos a conocer algunos desarrollos teóricos del campo de las ciencias de la comunicación. Nos encontraremos aquí con el pasaje de los medios masivos a los medios sociales, entre el siglo XX y el siglo XXI.

En la unidad 2 trabajaremos sobre los lenguajes y las narrativas vigentes en la difusión de moda: la imagen, la escritura, lo audiovisual. Intentaremos abordar los cambios en los modos de narrar moda en los nuevos medios sociales a partir de analizar la difusión de moda en los medios masivos.

En la tercera unidad miraremos al diseño como un discurso, desde la perspectiva de la semiótica y la teoría de los discursos sociales. Intentaremos reconstruir el proceso de producción de sentido y la circulación de discursos en lo social.

En nuestra unidad 4 abordaremos la construcción de posiciones vinculadas a criterios de verdad y objetividad, criterios estéticos y de distinción social en el discurso del campo del diseño. La necesidad de una mirada crítica para abordar discursos vinculados a estereotipos que puedan ser desmitificados, principalmente desde un abordaje crítico que integre la perspectiva de género.

A partir de lo trabajado, finalizaremos nuestro recorrido temático abordando la crítica como un discurso con características específicas, teniendo en cuenta sus diversos géneros y formatos.

## 2. Objetivos

Reflexionar acerca de la articulación entre comunicación y diseño.

Conocer diferentes enfoques y teorías del campo de la comunicación para el abordaje de la dimensión comunicacional del diseño.

Conceptualizar al diseño como un campo productor de sentido, entramado con la producción de discursos sociales, y a sus producciones como discursos.

## 3. Programa sintético

### Unidad 1

#### **Teorías de la comunicación: de los medios masivos a los medios sociales**

Nociones de comunicación. Definiciones, teorías y modelos. *Mass Communication Research*. La teoría crítica de la Escuela de Frankfurt. La industria cultural: nociones de manipulación y alienación. El poder de los medios masivos de comunicación y el estudio de la emisión. Los estudios culturales: procesos de producción, circulación y consumo del sentido. El estudio de la recepción. El diseño como producción de sentido. Los medios sociales: la comunicación en la red y en red.

### Unidad 2

#### **Diseño: lenguajes y narrativas. Los soportes para la difusión de moda**

Diseño, lenguajes y medios de comunicación. El sistema de la moda. Valor simbólico y valor signo. El vestido escrito y fotografiado. Estructura tecnológica, icónica y verbal. Relación texto-imagen en la retórica visual. La moda en el discurso mediático. Soportes y sistemas de significación escritos, visuales, audiovisuales, transmedia. La transposición de sentido entre medios.

### **Unidad 3**

#### **El diseño como discurso**

Análisis del discurso del diseño. Temas, retórica y enunciación en los géneros y estilos discursivos del diseño. Tensiones entre moda, estilo y género. Modelos de enunciador y destinatario. La semiosis social: gramáticas de producción y reconocimiento. Interdiscursividad en los procesos de diseño.

### **Unidad 4**

#### **Crítica y deconstrucción del campo**

Crítica y diseño. La verdad como valor histórico. Los criterios estéticos como construcciones culturales. Deconstrucción de categorías universales: lo bello, lo bueno, lo clásico, lo artístico. El gusto como forma de distinción social. El campo del diseño y su institucionalización. Nociones de objetividad y subjetividad. Reconocimiento de estereotipos y clichés.

### **Unidad 5**

#### **La producción de discursos sobre moda y diseño de indumentaria y textil**

El discurso de la crítica de moda. Figuras del crítico y el lector. El contrato de lectura. Géneros discursivos en la crítica: editoriales de moda, análisis del diseño de indumentaria y textil, investigación. Procesos de escritura. Técnicas y procedimientos de investigación en diseño. Estructuración del texto crítico. Uso de imágenes y formato audiovisual en los modos actuales de narrar en medios sociales.

## **4. Bibliografía**

### **Unidad 1**

#### **Teorías de la comunicación: de los medios masivos a los medios sociales**

**Castells, M.** (2013). "La comunicación en la era digital" en *Comunicación y poder*. Siglo XXI Editores México. Disponible en:

<https://drive.google.com/file/d/1EHB68ASixhAB3YKa5FZzaifej0J9DyWu/view?usp=sharing>

**de Saussure, F.** (1998) Curso de lingüística general, Alianza Editorial, Madrid. Disponible en: <https://drive.google.com/file/d/0B9d6xmK31cP3TIY4cC1oU0d6bjg/view>

*Capítulo IV: El valor lingüístico.*

*Capítulo V: Relaciones sintagmáticas y relaciones asociativas.*

**Eco, U.** (2000). "Límites naturales: el umbral superior" en *Tratado de semiótica general*.

Lumen. Barcelona. Disponible en:

[https://drive.google.com/file/d/1U29U2zPn\\_XevkGCrf2KbRgIUKeSQo-Lo/view?usp=sharing](https://drive.google.com/file/d/1U29U2zPn_XevkGCrf2KbRgIUKeSQo-Lo/view?usp=sharing)

**Mattelart, A. y Mattelard M.** (1997) Historia de las teorías de la comunicación. Paidós,

pp.70-75. Disponible en: [https://drive.google.com/file/d/1ucmsOxF0RykjDj3UJT-](https://drive.google.com/file/d/1ucmsOxF0RykjDj3UJT-368WgiPazTmE/view?usp=sharing)

[368WgiPazTmE/view?usp=sharing](https://drive.google.com/file/d/1ucmsOxF0RykjDj3UJT-368WgiPazTmE/view?usp=sharing)

**Pezet Boeri, V.** (2021) "Recorridos del funcionalismo o los funcionalismos", Apunte de

cátedra. Disponible en: [https://drive.google.com/file/d/1jaFmrAGoWieRPDKyp0tbxdTZGkW-](https://drive.google.com/file/d/1jaFmrAGoWieRPDKyp0tbxdTZGkW-7cJg/view?usp=sharing)

[7cJg/view?usp=sharing](https://drive.google.com/file/d/1jaFmrAGoWieRPDKyp0tbxdTZGkW-7cJg/view?usp=sharing)

**Scolari, C. A.** (2021). "Ley 9. El diseño y uso de una interfaz son prácticas políticas" en *Las leyes de la interfaz: diseño, ecología, evolución, tecnología*. Editorial Gedisa. Disponible en:

<https://drive.google.com/file/d/1-s-yWiggFgFX9Qv-UDQnELeS4S-2yJI3/view?usp=sharing>

**Sexe, N.** (2001) Diseño.com, Paidós, Buenos Aires. Disponible en:

[https://drive.google.com/file/d/121CCF06oHdgFLw93\\_G7-2A0KHgyf0OaS/view](https://drive.google.com/file/d/121CCF06oHdgFLw93_G7-2A0KHgyf0OaS/view)

*Capítulo 2 "La semiótica"*

*Capítulo 3 "Semiologías y semióticas"*

*Capítulo 4: "La comunicación"*

**Wolf, M.** (1994) La investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectivas

Buenos Aires, Paidós, 2a reimpresión, pp. 90-112. Disponible en:

<https://drive.google.com/file/d/0B9d6xmK31cP3d0htb0pGeFg2cGs/view>

## Unidad 2

**Diseño: lenguajes y narrativas. Los soportes para la difusión de moda**

**Barthes, R.** (2003). “El vestido escrito” y “La relación de sentido”. *El sistema de la moda y otros escritos*, Paidós, Barcelona. Disponible en:

<https://drive.google.com/file/d/1Zwh7K701u6JlkiY2TRGRs-78ikBTA9Rz/view>

**Barthes, R.** (1964). Semántica del objeto. *El arte y la cultura*. Disponible en:

<https://drive.google.com/file/d/1ieGFKGakhPlmcEirUb3zRi9bIEM1Cqo9/view>

**Scolari, C.** (2013) “¿Cómo se consumen las narrativas transmedia?”, *Narrativas transmedia. Cuando todos los medios cuentan*. Deusto, Barcelona. Disponible en:

[https://drive.google.com/file/d/1xsHkgDdeJRZaYr7NprhREwz\\_8tDaobZ9/view?usp=sharing](https://drive.google.com/file/d/1xsHkgDdeJRZaYr7NprhREwz_8tDaobZ9/view?usp=sharing)

**Veyrat-Masson, I., & Dayan, D.** (1997). *Espacios públicos en imágenes*. Editorial GEDISA. Barcelona. Disponible en:

[https://drive.google.com/file/d/1ICiY18gsAeAyXcbZeb\\_8N8rB5sM9G6Ho/view?usp=sharing](https://drive.google.com/file/d/1ICiY18gsAeAyXcbZeb_8N8rB5sM9G6Ho/view?usp=sharing)

Capítulo “De la imagen semiológica a las discursividades”, *Eliseo Verón*.

**Traversa, O.** (2007) “Regreso a pantallas”, Dossier de estudios semióticos, La trama de la comunicación Vol 12, Universidad Nacional de Rosario, Rosario. Disponible en:

[https://drive.google.com/file/d/1gUCU8EpMdoqZF7Y6m8L3-VMSJ7212ZH\\_/view?usp=sharin](https://drive.google.com/file/d/1gUCU8EpMdoqZF7Y6m8L3-VMSJ7212ZH_/view?usp=sharin)

**Sexe, N.** (2007) *Casos de comunicación y cosas de diseño*, Paidós, Buenos Aires. Disponible en:

<https://drive.google.com/file/d/1lc8AYUfEXnwCpN2kPp8CeMsfGiAuVOxl/view>

Capítulo 9: “El vestido en el mundo de la comunicación masiva”

### Unidad 3

#### El diseño como discurso

**Verón, E.** (1993) “Discursos sociales” y “El sentido como producción discursiva”, *La semiosis social*, Gedisa, Barcelona. Disponible en:

<https://drive.google.com/file/d/1cHfa8eC3-ee7YnYHsJqiXnPTiY4LQsEG/vie>

**Sexe, N.** (2007) *Casos de comunicación y cosas de diseño*, Paidós, Buenos Aires. Disponible en:

<https://drive.google.com/file/d/1lc8AYUfEXnwCpN2kPp8CeMsfGiAuVOxl/view>

Capítulo 13 “El boceto verbal”

## Unidad 4

### Crítica y deconstrucción del campo

**Barthes, R.** (2003) *"Mitologías"*, Siglo XXI Editores, Buenos Aires. Disponible en:

[https://drive.google.com/file/d/1ubMxX-ieGW\\_RmfByBDjMaiynxx7A736h/view](https://drive.google.com/file/d/1ubMxX-ieGW_RmfByBDjMaiynxx7A736h/view)

*"El mito, hoy"*

**Bourdieu, P.** (2014). "Consumo cultural" en *El sentido social del gusto*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina: Siglo XXI Editores . Disponible en:

<https://drive.google.com/file/d/1VWvhUjenDi7urQ3d2qe8Alay42q-7TDG/view?usp=sharing>

**Chollet, M.** (2020). No existir sino a través de la belleza. *Belleza Fatal*. Buenos Aires: Hekht (pp. 56-59). Disponible en:

[https://drive.google.com/file/d/1F0clHGbmjR\\_O85yl2eeGDtgUndok031u/view?usp=sharing](https://drive.google.com/file/d/1F0clHGbmjR_O85yl2eeGDtgUndok031u/view?usp=sharing)

**Grimson, A. y Faur, E.** (2016) "Mitomanías de los sexos", Siglo XXI Editores, Bs. As.

Disponible en: <https://drive.google.com/file/d/1sCLLjg7D2os-B1WD9U6EgEGOGgHdsTRx/view?usp=sharing>

*"Todas las mujeres quieren ser madres" Pág. 188.*

*"Hay más gerentes varones porque están más preparados" Pág. 205.*

*"La igualdad de género es una carga para las empresas" Pág. 217.*

*"Ya no hay diferencias de género en la política" Pág. 218.*

**Lacalle, Ch.** (2001) Deconstruir la moda. El universo significativo de Vivienne Westwood. Designis 1. La Moda Representaciones e Identidad. Gedisa, pp. 253 -263. Disponible en:

<https://drive.google.com/file/d/1JiR51fNQVvSY6qpczqPVeEQSond-ftn/view?usp=sharing>

**Rosado, A.** (2021) Mitos, medios y Maradona, Página 12, 02 de febrero de 2021.

Disponible en: <https://www.pagina12.com.ar/321210-mitos-medios-y-maradona>

**Sexe, N.** (2001) Diseño.com, Paidós, Buenos Aires. Disponible en:

[https://drive.google.com/file/d/121CCF06oHdgFLw93\\_G7-2A0KHgyf0OaS/view](https://drive.google.com/file/d/121CCF06oHdgFLw93_G7-2A0KHgyf0OaS/view)

Capítulo 8: "Mito"

Sibilia, P. Echea, B. y Villagran, J. (2009). Sobre el cuerpo y la comunicación: Entrevista con Paula Sibilia. *Educación Física y Ciencia*. Disponible en:

<https://drive.google.com/file/d/1AzKupzyCkjd0n8bjjy150jjyg56vzHo1/view?usp=sharing>

## Unidad 5

### La producción de discursos sobre moda y diseño de indumentaria y textil

Carmona, R. (2005) "Capítulo II: comentar, analizar, interpretar", *Cómo se comenta un texto fílmico*. Cátedra. Madrid.

Sexe, N. (2001) *Diseño.com*, Paidós, Buenos Aires. Disponible en:

[https://drive.google.com/file/d/121CCF06oHdgFLw93\\_G7-2A0KHgyf0OaS/view](https://drive.google.com/file/d/121CCF06oHdgFLw93_G7-2A0KHgyf0OaS/view)

#### Capítulo 7: "Enunciación"

### 5. Metodología de enseñanza:

Durante la cursada de esta materia se desarrollarán clases teóricas y prácticas que permitirán el abordaje e integración de los diferentes temas propuestos en este programa.

Se realizarán tanto encuentros sincrónicos como actividades asincrónicas a través del aula de la materia en el campus virtual de la FADU.

### 6. Evaluación y régimen de aprobación

#### 6.1 Aprobación de la cursada

Para aprobar la cursada es requisito tener aprobadas con una calificación mínima de 4 (cuatro) las dos instancias de evaluación: un parcial y un trabajo final integrador.

La evaluación parcial es de carácter individual y el trabajo final integrador se realizará en grupos de 4 integrantes. Las evaluaciones de este curso se desarrollarán en la modalidad virtual, a través del campus virtual de la FADU.

#### 6.2 Acreditación de la materia

Requiere tener aprobada la cursada y rendir un examen final oral.

### **7.1 Criterios de calificación**

Se valorará:

- la elaboración y escritura propias de lo solicitado en las instancias de evaluación
- la capacidad para realizar relaciones entre textos y temas abordados en la materia
- la comprensión y expresión clara de los conceptos de las/os diferentes autoras/es trabajados durante la cursada
- la reflexión personal acerca de la articulación entre comunicación y diseño y la concepción del diseño como producción de sentido.
- el conocimiento de los diferentes enfoques y teorías del campo de la comunicación

### **8. Cronograma**

**Desarrollo del primer cuatrimestre:**

9 de abril al 16 de julio (15 semanas)

**Detalle de la organización de la cursada:**

[https://docs.google.com/spreadsheets/d/15BmT6mhd8X77D9IIOY7hkZH83XaFV7xKPPjQO  
OTUc6s/edit?usp=sharing](https://docs.google.com/spreadsheets/d/15BmT6mhd8X77D9IIOY7hkZH83XaFV7xKPPjQOOTUc6s/edit?usp=sharing)