



PROGRAMA ANALÍTICO

1. DATOS GENERALES DE LA ACTIVIDAD CURRICULAR

ASIGNATURA: COMUNICACIÓN Y CRÍTICA

CATEDRA: LEVIS

- Plan de estudios: Plan Anterior y Plan Nuevo
- Carga horaria total: Plan Anterior (120 Hs) y Plan Nuevo (45 Hs)
- Carga horaria semanal: 1 día por semana
- Duración del dictado: Plan Anterior Anual - Plan Nuevo ambos cuatrimestres
- Turnos: Mañana
- Tipo de promoción: con Examen Final

UBICACIÓN EN EL PLAN DE ESTUDIOS

CICLO SUPERIOR DE GRADO (CSG)
AÑO: 4º AÑO

2. OBJETIVOS

Objetivos generales:

Proporcionar a lxs estudiantes herramientas teórico-prácticas que les permitan conocer, analizar y participar activa y críticamente en el desarrollo de los procesos comunicacionales vinculados cultural, social y económicamente con el diseño de indumentaria y el diseño textil.

Objetivos específicos

Acerca de lo conceptual

- Brindar conocimientos sobre los distintos escenarios sociales, culturales y/ o mediáticos en que se derivan de la comunicación en sus distintos aspectos y dimensiones (interpersonal, social, presencial y/o mediada)
- Problematicar la función de los procesos de comunicación y de significación en el campo del diseño de indumentaria y de textil
- Problematicar el doble rol del cuerpo como mensaje y canal privilegiado de los procesos de comunicación
- Establecer la vinculación entre indumentaria y cuestiones de género
- Proponer una reflexión crítica acerca de los contenidos de los medios de comunicación en su relación con el diseño de indumentaria y textil y con el sistema de la moda



- Ofrecer elementos para vincular las nuevas prácticas comunicacionales derivadas de la convergencia digital con el desarrollo del imaginario social acerca de la percepción y uso del cuerpo y su relación con el diseño de indumentaria y textil
- Analizar las relaciones que se establecen en el imaginario social entre cuerpo, belleza, e indumentaria, en especial en los contenidos de los medios de comunicación.

Acerca lo procedimental

- Desarrollar la capacidad de observación de los estudiantes que les facilite la vinculación de los conceptos tratados en la materia y las prácticas y hábitos comunicacionales, en especial en lo que refiere a la indumentaria y el diseño textil
- Ejercitar habilidades para el debate, la argumentación, la reflexión y la defensa de ideas y proyectos acerca del diseño de indumentaria y textil.
- Desarrollar competencias para generar propuestas de investigación y de crítica en el campo del el diseño (en particular en lo referido a tendencias y moda de indumentaria y de textil).
- Utilizar herramientas conceptuales y prácticas para producir contenidos destinados a medios de comunicación gráfica, audiovisual y multimedia referidos al diseño de indumentaria y textil.
- Desarrollar competencias argumentativas para la fundamentación conceptual de proyectos y propuestas de diseño

3. CONTENIDOS

Unidad Temática 1:

- Introducción a la comunicación. Nociones básicas . El papel de los sentidos
- Información y comunicación. Medios de comunicación de masas. Convergencia digital: nuevos medios
- Lenguajes (verbal, no verbal, visual) - El cuerpo herramienta de comunicación.
- El vestir como habla. La construcción de la fachada personal.

Unidad temática 2:

- Diseño y Comunicación. El signo. Herramientas de producción de sentido.
- Semiosis Social. Intertextualidades en el diseño de indumentaria y textil.
- Relación texto-imagen en la retórica visual.
- El sistema de la moda: actores múltiples

Unidad temática 3:

- La moda en el discurso mediático. Tendencias, diseño y moda. Difusión y crítica
- Nuevos medios y moda. El lector crítico: De las redes sociales a las blogs sobre moda.
- Cánones de belleza y moda: el mito de belleza . La construcción de subjetividades
- Indumentaria y marcas de género.

Unidad temática 4:

- Diseño de indumentaria y textil: Publicidad y acciones de comunicación
- El ideal "fashion". Una cuestión de gustos: el Glamour y lo kitsch
- Imaginarios (tecnología, arte y moda)
- Investigar y escribir sobre diseño de indumentaria y textil (temática transversal a toda la cursada)

Modalidad de Enseñanza:



El curso se propone como un espacio de encuentro y colaboración para el estudio y la problematización de la comunicación y su vinculación con el diseño. Asumimos el desafío de encarar y sostener una propuesta de trabajo basada en la participación y el intercambio entre todas las personas vinculadas a la cátedra, docentes y estudiantes. Pensamos que sobre esta base se construye la socialización y la producción del conocimiento significativo.

Las clases teóricas y las clases prácticas funcionarán articuladamente.

Cada encuentro estará planificado para el tratamiento de determinados contenidos y lecturas que, tras una presentación en el teórico, se someterán a análisis y debate durante las clases prácticas. En cada clase teórica se trabajarán las problemáticas, los conceptos y la bibliografía indicada de acuerdo al cronograma propuesto. Durante los prácticos se propondrán distintas actividades concebidas para conseguir una mejor integración entre los contenidos conceptuales y prácticos de la materia.

Los estudiantes habrán de mantener un ritmo sostenido de lecturas para, de este modo, asegurar un nivel de participación en clase que dé lugar a un intercambio enriquecedor.

Con el objeto de facilitar el desarrollo del curso y documentar los avances en el trabajo colectivo e individual los estudiantes dispondrán un espacio abierto en la web que permitirá el acceso a informaciones y documentos en distintos formatos para el seguimiento de la materia.

Todas las actividades aspiran a la formación de un grupo de aprendizaje activo y colaborativo y, a la vez, al ejercicio autónomo de las prácticas de investigación, análisis y producción de conocimiento.

Modalidad de Evaluación:

Aprobación de cursado: Trabajo práctico + parcial escrito

Aprobación de final: oral

Bibliografía:

Unidad 1

Bougnoux, Daniel: Introducción a las ciencias de la comunicación, caps. 1 y 2. Buenos Aires: Nueva Visión, 1999

Goffman, Erving (1959): "Actuaciones" en La presentación de la persona en la vida cotidiana. Amorrortu, Buenos Aires, 2001. - Libro completo: Versión digital

Levis, Diego (2019) "Medios de Comunicación: Una aproximación a las teorías de la comunicación de masas" en Apuntes de cátedra

Levis, Diego (2009): La Pantalla Ubicua. cap 5 Buenos Aires: La Crujía. 2ª Edic. Ampliada.

Squicciarino, Nicola: El vestido habla: consideraciones psico-sociológicas sobre la indumentaria. Cátedra. Madrid, cap 1

Williams, Raymond: "Tecnologías de la comunicación e instituciones sociales" en Williams, R. (de) Historia de la comunicación, vol.2. Barcelona: Bosch 1992.

Bibliografía para ampliar

Berger, John: "El traje y la fotografía" en Mirar. Edic. de la Flor, Buenos Aires, 1987

Groys, Boris: "La obligación del diseño" en Volverse público. La Caja Negra, Bs.As. 2016

Levis, Diego (2009): La Pantalla Ubicua. Cap 1 y 2 Buenos Aires: La Crujía. 2ª Edic. Ampliada

McCombs, Maxwell: "Influencia de las noticias sobre nuestra imagen del mundo", pp.13-34, en Bryant, J y Zillmann, D. (comps.), Los efectos de los medios de comunicación. Investigaciones y teorías, Barcelona: Paidós, 1996

Saulquin, Susana: "El cuerpo como metáfora" en Designis, n° 1, Gedisa / FELS, 2001.

Schulman, Arthur: "Comunicación no verbal" en Williams R. (ed) Historia de la Comunicación, vol.1, Bosch, Barcelona, 1992

Unidad 2

Hoskings, Tansy (2017): Manual anticapitalista de moda, cap. 2. Tafalla: Txalaparta.

Koval, Santiago (2018/19) . "La semiosis social" - Material de la cátedra Levis

Levis, D. y Koval S. (2019) "El Signo" y "La lectura de la imagen" - Material de la cátedra Levis

Saulquin, Susana: "Estrategias de la imagen" en Política de las apariencias, Buenos Aires, Paidós, 2014.

Para ampliar

Bougnoux, Daniel: Introducción a las ciencias de la comunicación, cap. 3. Buenos Aires: Nueva Visión, 1999



Eco, Umberto: "El hábito hace al monje" en AAVV. Psicología del vestir- Barcelona, Lumen, 1972.

Verón, Eliseo: La semiosis social, Gedisa, Barcelona 1993. pp. Cap. 5. Libro completo en versión digital

Volli, Ugo: "Semiótica de la moda, semiótica del vestuario" en Designis, n° 1, Gedisa / FELS, 2001. pp.57 – 69

Unidad 3

Barthes, Roland: cap.1: "El vestido escrito", cap.17 "Retórica del significante: poética del vestido", cap.18; "Retórica del significado: el mundo de la moda" y "La fotografía de moda" en El sistema de la moda y otros escritos. Buenos Aires, Paidós, 2008

Barthes, Ronald (1957): en "El mito, hoy", en Mitologías. Hay varias ediciones

Calaizzi Giulia: La pasión del significante. Teoría de género y cultura visual- cap.1 Madrid, Biblioteca Nueva, 2007

Erner, Guillaume (2016): "La fábrica de tendencias" en Víctimas de la moda, Barcelona Gustavo Gilli,

Hoskinks, Tansy (2017): Manual anticapitalista de moda, cap 6. Tafalla: Txalaparta.

Nelson Bes, Kate (2019) El estilo entre líneas. Una historia del periodismo de moda – Introducción y cap.8. Buenos Aires. Ampersand

Wolf, Noamí: "El mito de la belleza" en El mito de la belleza Barcelona: Emecé, 1991.

Para ampliar

Bourdieu, Pierre (1986): "Notas provisionales sobre la percepción social del cuerpo". En: Materiales de sociología crítica. Ed. La Piqueta, Madrid.

Kennedy, Duncan, "Abuso sexual y vestimenta femenina" en Abuso sexual y vestimenta sexy, Buenos Aires, Siglo XXI, 2016

*Steimberg, Oscar: "Moda y estilo a partir de una frase de Walter Benjamín" en Designis n.º 1 p. 29 a 40, 2001

Unidad 4

Berger, John: Modos de ver, cap.7. Barcelona: Paidós 2000

Levis, Diego (2009): La Pantalla Ubicua. Cap. 9. Buenos Aires: La Crujía. 2ª Edic. ampliada.

Hoskinks, Tansy (2017): Manual anticapitalista de moda, cap. 8. Tafalla: Txalaparta.

Imbert, Gérard (1995) "De la publicidad de objetos al objeto de la publicidad. Un discurso gratuito". Madrid: Telos n° 41

Soley-Beltrán, Patricia: ¡Divinas! Modelos, poder y mentiras. Barcelona: Anagrama, 2015 caps.2 y 4

Wolf, Noamí: "Cultura" en El mito de la belleza Barcelona: Emecé, 1991.

Para ampliar

Bordieu, Pierre. El sentido social del gusto. Siglo XXI, 2010

Byung-Chul Han: La salvación de lo bello, Barcelona. Herder 2016- págs. 69 a 82

Del Pino Romero, C y Galán Fajardo, E.: "Internet y los nuevos consumidores. El nuevo modelo publicitario"

Pérez Curiel, C. (2013) "Expertos en comunicación y moda" en Correspondencias y Análisis n° 3, año 2013

Vigarello, Georges: Historia de la belleza- 5ª parte, caps. 2 y 3. Buenos Aires; Nueva Visión, 2005