



CÁTEDRA  
LEVIS

## COMUNICACIÓN Y CRÍTICA

Universidad de Buenos Aires  
Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo  
Carrera de Diseño de Indumentaria y Textil

### Programa 2017

#### 1. Objetivos

##### Objetivos generales:

Proporcionar a los 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 textil

##### Objetivos específicos

###### *Acerca de lo conceptual*

- Brindar a los estudiantes conocimientos sobre los distintos escenarios sociomediáticos que se derivan de la multiplicidad de pantallas electrónicas.
- Problematizar los desafíos y oportunidades que plantean estos escenarios para los diseñadores de indumentaria y textil
- Proponer una reflexión crítica acerca de los contenidos de los medios de comunicación
- Proponer una reflexión crítica de los usos sociales de las tecnologías digitales de comunicación
- Ofrecer elementos para vincular las nuevas prácticas comunicacionales con el desarrollo del imaginario social acerca de la percepción y uso del cuerpo y su relación con el diseño
- Establecer las relaciones que se establecen entre la innovación tecnológica, las propuestas comerciales, las políticas públicas y los imaginarios y usos sociales
- Conocer la evolución de las teorías de la comunicación durante las últimas décadas, teniendo en cuenta los dispositivos tecnológicos disponibles y el período histórico en que aparecieron cada una de ellas

###### *Acerca lo procedimental*

- Ejercitar habilidades para el debate, la argumentación, el análisis crítico, la reflexión y la defensa de ideas y proyectos.
- Desarrollar competencias para generar propuestas de investigación en el campo de la comunicación y el diseño.

- Utilizar herramientas conceptuales 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- Metodología 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 no estarán escindidas sino que funcionarán articuladamente. En cada clase teórica se trabajarán las problemáticas, los conceptos y la bibliografía propuestos. En las clases prácticas, se realizarán distintas actividades encaminadas a realizar formas de aprendizaje colaborativo a partir de la indagación y el análisis de cuestiones vinculadas con el área de interés de la materia, la comunicación y el diseño.

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. Los estudiantes habrán de mantener un ritmo sostenido de lecturas para, de este modo, asegurar un nivel de participación en clase que de lugar a un intercambio enriquecedor. Para enriquecer el desarrollo del curso y documentar los avances en el trabajo colectivo e individual se creará en la web un entorno destinado al aprendizaje colaborativo ubicuo. El espacio web servirá también como biblioteca y hemeroteca digital de materiales útiles 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.

### **4- Evaluación:**

Requisitos para acreditar la materia:

#### a) Instancia **Teórica**:

- Aprobación con cuatro (4) o más de cuatro (4) de dos exámenes parciales escritos y presenciales.

*Recuperatorio:* Se podrá recuperar sólo uno de los parciales.

#### b) Instancia **Práctica**

- Trabajos de aplicación práctica de los temas propuestos a lo largo del curso

**PARA ACREDITAR LA MATERIA ES CONDICIÓN NECESARIA APROBAR AMBAS INSTANCIAS DE EVALUACIÓN (práctica y teórica)**

## **Contenidos del temario y bibliografía**

El plan de estudios que proponemos responde a la necesidad de formar profesionales que conozcan los principales modelos teóricos y de propuestas de análisis críticos de los procesos, sistemas y medios de comunicación y de los conceptos, tecnologías y prácticas e imaginarios en los que se fundamentan, en su vinculación con el diseño de indumentaria y textil

### **Módulo 1: Principios básicos**

1. Introducción a la comunicación. Información y comunicación
2. La comunicación como objeto de estudio

3. Medios de comunicación de masas. Aproximaciones teóricas
4. Cuerpo y percepción sensorial- Función de los sentidos
5. Lenguajes (verbal, no verbal, visual)
6. Signo y comunicación

### Bibliografía

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

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

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

Hall, Edward (1966): *La dimensión oculta*, caps. 1,5 y 6 . Siglo XXI. Hay varias ediciones. [Libro completo: Versión digital](#)

Le Breton, David: *Antropología del cuerpo y modernidad*, caps. 6 y 8. Buenos Aires: Nueva Visión 2002

Levis, Diego: *La Pantalla Ubicua*. Caps. 2, 6 y 7. Buenos Aires: La Crujía. Edic.ampl. 2009/2014

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

Saulquin, Susana: "El cuerpo como metáfora" en Designis, nº 1, Gedisa / FELLS, 2001. pp.169-1

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

Barthes, R: "Fotos impacto" y "El rostro de la Garbo" en *Mitologías*

Eco, Umberto: "El sujeto de la semiótica" en *Tratado de Semiótica General*. Barcelona. Lumen

Koval, Santiago (2011). ["La interpretación saussureana del signo lingüístico"](#) en *Kubernética, tecnología y sociedad*.

Mattelart, Armand y Michelle: *Historia de las teorías de la comunicación*. Barcelona; Paidós, 1ª edic.1997. Caps. 1 a 4.

Rossi Landi F y Pesarasi M.: "El Lenguaje" en Williams R. (ed) [Historia de la Comunicación, vol.1](#) , Bosch, Barcelona, 1992.

### **Módulo 2: Medios, cultura y comunicación**

1. Sociedad de la pantalla y espectáculo
2. Medios de masas y nuevos medios. Convergencia e hibridación. Especificidades.
3. Imaginarios tecnoculturales (tecnología, arte y diseño)
4. Hacia la disolución de la privacidad. El espectáculo del "yo"
5. Ocultamientos del cuerpo. La era de los cuerpos tecnológicos.

### Bibliografía

\*Corominas, María: "Los estudios de recepción" en Portal de la Comunicación InCom-UAB Lecciones del portal \*

Debord, Jean (1967): *La sociedad del espectáculo*, caps.1,2 y 3

\*Dery, Mark: "La política ciborg del cuerpo: cuerpos obsoletos y seres posthumanos" en *Velocidad de escape*. Siruela, Madrid, 1998

\*\*Groys, Boris: "Modernidad y contemporaneidad: Reproducción mecánica vs.digital" en *Arte en Flujo*, La Caja Negra, Bs.As. 2016

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

Levis, Diego : *La Pantalla Ubicua*, caps.1, 5 y 10. Buenos Aires: La Crujía, 2009

Rodrigo, Miquel "[Las Teorías de la Comunicación ante el reto de las Tecnologías de la Información y la Comunicación \(TIC\)](#)" en Portal de la Comunicación InCom-UAB · Lecciones del portal, Barcelona, 2011

Serrano-Puche, Javier: "La presentación de la persona en las redes sociales: una aproximación desde la obra de Erving Goffman" en *Anàlisi*, nº46, Universidad Autónoma de Barcelona y Universidad Abierta de Cataluña. pp.1-17.  
<http://journals.uoc.edu/ojs/index.php/analisi/article/view/n46-serrano> \*

\*\*Steyerl, Hito: "Los spam de la Tierra: Desertar de la representación" en *Los condenados de la pantalla*. Buenos Aires, La Caja Negra, 2016

#### PARA AMPLIAR:

Aguilar García Teresa: *Ontología Cyborg. El cuerpo en la nueva sociedad tecnológica*. Barcelona, Gedisa, 2008.

Eco, Umberto (1965): "Cultura de masas y niveles de cultura" en *Apocalípticos e Integrados*. Barcelona, Tusquets, 2008 \*

Gubern, Roman: "El futuro ya ha comenzado". En *Telos*, nº 79, Madrid, 2009 -

Manovich, Lev : "¿Qué son los nuevos medios" en *El Lenguaje de los nuevos medios de Comunicación. La imagen en la era digital*. Barcelona, Paidós, 2006

Rodrigo, Miguel: "[Modelos de la comunicación](#)" en Portal de Comunicación, INCOM/UAB, ISSN 2014-0576 \*

Valdettaro, Sandra; "Más allá de Dolly y Michael Jackson. La moda del tecno-cuerpo: mutantes, clones y cyborgs" en *Designis 16*, Buenos Aires, FELS / La Crujía, 2010

#### **Módulo 3. Comunicación, cánones de belleza e indumentaria**

1. Cuerpo (cánones de belleza, indumentaria, roles sociales)
2. Indumentaria y comunicación. Usos simbólicos de la indumentaria
3. La belleza como factor de poder y de dominación
4. El papel de los medios de comunicación en la constitución de la mirada sobre sí mismo

#### Bibliografía

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

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

Kaczan, Gisela P (2011/13) "Estampas del deseo y del desear. Imágenes de moda en Argentina en las primeras décadas de 1900" En *Cuadernos Pagu* (41), Univ. de Campinas, julho-dezembro de 2013, p 121-157. Versión digital

Saulquin, Susana: "Imagen, política y poder" en *Política de las apariencias*, Buenos Aires, Paidós, 2014

Squicciarino, Nicola: "Primera parte. El Lenguaje del cuerpo" en *El vestido habla: consideraciones psico-sociológicas sobre la indumentaria*. Cátedra. Madrid,

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

\*Verón, Eliseo: *La semiosis social*, Gedisa, Barcelona 1993. pp. Cap. 4 y 5. . Libro completo en versión digital

Volli, Ugo: "Semiótica de la moda, semiótica del vestuario" en *Designis*, nº 1, Gedisa / FELLS, 2001. pp.57 – 69

Wolf, Noamí: "El mito de la belleza" "Cultura", y "Más allá del mito de la belleza" en *El mito de la belleza*, Barcelona: Emecé, 1991.

Para ampliar

AAVV: "Un caso: moda y cine" en Croci, P y Vitale A. (comp.): *Los cuerpos dóciles*. La Marca, Buenos Aires, 2000, pp.80/94 \*

Santaella, Lucía: "Cuerpos carnales, cuerpos alternativos" en *Designis*, nº 10, Gedisa / FELLS, Barcelona, 2006. pp.137 – 146 \*

Traversa, Oscar: *Cuerpos de Papel*, caps.1 y 8. Barcelona: Gedisa, 1997

#### **Módulo 4: Comunicando**

1. La publicidad. La cuestión de la credibilidad: "Mentir verdadero".
2. El sistema de la moda. El vestido escrito. Intertextualidades
3. Tendencias y moda. Individuo masa y personalización del consumo
4. Creatividad, copia y adulteración: la disolución del concepto de original.

#### Bibliografía

Barthes, Roland: "El vestido escrito" y "Lenguaje y vestido" en *El sistema de la moda y otros escritos*. Buenos Aires, Paidós, 2008

Barthes, Roland (1964): "La retórica de la imagen" publicado originalmente en revista "Communication", París. Versión digital

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

\*Bunz, Mercedes: "La utopía de la copia" y "El elemento peligroso de la copia" en *La utopía de la copia*. Buenos Aires: Interzona, 2007

del Pino Romero, C y Galán Fajardo, E.: "[Internet y los nuevos consumidores. El nuevo modelo publicitario](#)" en *Telos* nº 82, Madrid, 2009 .\*

Dorfles, Gillo: *Falsificaciones y fetiches. La adulteración en el arte y la sociedad*, Introducción y caps.1,2, 6, 7 y 10. Sequitur, Madrid, 2010.

Imbert, Gérard (1995) " De la publicidad de objetos al objeto de la publicidad. Un discurso gratuito". Madrid: Telos nº 41

Levis, Diego : *La Pantalla Ubicua*, cap 9. Buenos Aires: La Crujía, 2009

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

Watzlawick, Paul: "Profecías que se autocumplen" en *La realidad inventada*. Barcelona, Gedisa 1993

Williams, Raymond (1960) "[El sistema mágico](#)" en *Telos* nº 61

Para ampliar:

Baudrillard, Jean: "La publicidad" en *El sistema de los objetos*. México: Siglo XXI, 1969.

\*\*Rodríguez, Juan Carlos (2005/06) "Aproximación Teórica a la Publicidad. El Sistema Publicitario, Integrantes e Interconexiones". *Razón y Palabra* nº 48, México

