PROGRAMA

• Propuesta de la Cátedra

La Sociología es la ciencia que se aplica al estudio y comprensión de la Sociedad Humana y de las distintas manifestaciones sociales. Estas manifestaciones son las distintas estructuras sociales que se manifiestan en cada época y lugar según la estructura que asumen los sistemas económicos, políticos y culturales hegemónicos. La particular estructura de esos sistemas y su interrelación y articulación dan por resultado el Sistema Social que se impone a los individuos y que regula y determina la interacción entre los distintos actores sociales.

Esta concepción de la sociedad como estructura permite comprender al individuo, la familia y los distintos grupos y actores sociales como productos sociales, así como la interrelación e interacción entre el sujeto y la sociedad, entre las prácticas y la ideología, entre lo subjetivo y lo objetivo, la naturaleza y la cultura, y entre las acciones y prácticas funcionales al cambio y a la permanencia.

Permite comprender la relación entre el estado de situación, las perspectivas y posibilidades de las personas y grupos sociales en un presente determinado y la particular estructura social en que están inmersos.

Permite comprender las consecuencias de las prácticas sociales sobre la ecología social, las consecuencias del pasado sobre el presente y del presente sobre el futuro del sujeto y de la Sociedad.

Permite al sujeto tener, según la terminología de Charles Wright Mills, "interpretaciones lúcidas" sobre sí mismo en el contexto de la sociedad en que se vive.

• Objetivos

- Que el alumno comprenda la organización y funciones de la estructura social y la interrelación de los sistemas económico, político y cultural dentro de esa estructura.
- Que el alumno conozca y comprenda las relaciones entre la naturaleza y la cultura, entre el sujeto y la sociedad, entre lo subjetivo y lo objetivo dentro de la vida social.
- Que el alumno conozca y comprenda el proceso de socialización a través del cual se constituye el sujeto social y se estructura su personalidad individual y la personalidad social básica de los grupos humanos.
- Que el alumno comprenda el proceso de conformación de roles e instituciones y su relación con el orden social.
- Que al alumno conozca y comprenda los principales conceptos y categorías de la sociología y sea capaz de utilizarlas en la apreciación e interpretación de la realidad social.
- Que el alumno conozca e interprete las distintas acepciones del concepto de ideología y su relación con el inconsciente y la doble sujeción del sujeto al inconsciente y la ideología.
- Que el alumno comprenda al sujeto humano como producto y productor de cultura.
- Que el alumno conozca y comprenda el proceso de la comunicación humana y los contenidos conscientes e inconscientes que transmiten los mensajes que intercambian los agentes sociales, así como los contenidos ideológicos que transmiten los objetos de la cultura diseñados por el hombre.
- Que el alumno identifique y comprenda la incidencia de lo social en la práctica proyectual y las consecuencias de esta práctica sobre la sociedad.

Contenidos

- La Sociología como ciencia. Relaciones con otras ciencias sociales, Antropología, Psicología.
- Psicología Social, Economía, Historia, Política.
- Estructura Social, concepto. Sistemas económico, político, cultural y social.
- Concepto de cultura y de manifestaciones culturales.
- La construcción social de la realidad. La sociedad como realidad objetiva.

- Proceso de Institucionalización y organización de roles.
- La sociedad como realidad subjetiva. Proceso de Internalización de la realidad.
- Procesos de hominización y de socialización primaria y secundaria.
- Relación e interacción entre el individuo y la sociedad.
- Acción social. Praxis y relación social.
- Estratificación social. Concepto, características y dinámica.
- Conceptos positivo y negativo de ideología. La doble sujeción del sujeto social.
- La ideología y la teoría sociológica. Aparatos ideológicos y represivos del estado. Visión crítica.
- La relación entre cultura e ideología. La percepción y el valor.
- La conducta humana. Proceso motivaciones – actitudes – conducta.
- La realidad social como mediador.
- Los paradigmas. Función que cumplen en la vida social.
- El cambio social. Concepciones del cambio. Cambio en y de estructura.
- Caracterización de la sociedad contemporánea. Economía, política y sociedad.
- La promesa de la sociología. La imaginación sociológica.
- Relación entre la historia social y la biografía del sujeto.
- Relaciones entre la razón y la libertad.
- Sociología del poder. Poder y legitimidad. Definición de poder. Poder y conflicto social.
- La élite del poder. Autoridad y poder. El dominio y la influencia.
- Teoría de la comunicación humana. Objeto y comunicación.
- El papel de los medios de comunicación masiva.
- Visión crítica del diseñador y de la práctica del diseño en la sociedad contemporánea.
- El diseño como metaproducto. Objeto de la cultura y producto. Artesanía e industria.
- El objeto diseñado como vehículo de un mensaje ideológico.
- Función y responsabilidad social del diseñador.
- La cadena diseñador – objeto – usuario.
- Historia y sociología de la industria y de la empresa. Industria y sociedad.
- Los centros innovadores y la periferia receptora.
- Relaciones entre industria, tecnología, diseño y avance tecnológico.
- Noción de irracionalidad en el proceso industrial.
- Artesanía vs. Industria. El consumo masivo y lo efímero. La falsificación.
- Valores, normas, usos y preferencias. Diseño y sociología.

BIBLIOGRAFIA

Obligatoria

Berger y Luckmann, *La Construcción Social de la Realidad*, Ed. Amorrortu.
Althusser, Louis, *Ideología y Aparatos Ideológicos del Estado*, Ed. Nueva Visión
Wright Mills y Otros, *Sociología del Poder*, Centro Editor de América Latina
Pacho O'Donnell, *Juan Manuel de Rosas*, Editorial Sudamericana
Jauretche, Arturo, *Manual de las zoncetas argentinas*, Ed. Corregidor
Galeano, Eduardo, *Las venas abiertas de América Latina*, Ed. Catálogos
Charles Wright Mills; *La Imaginación Sociológica*, Fondo de Cultura Económica
Watzlawik, J., *Teoría de la Comunicación Humana*, Fondo de Cultura Económica
Moles, Abraham, *Objeto y comunicación*,
Galbraith, John K., *La Cultura de la Satisfacción*, Ed Emecé
Lapidus y Ostrovitianov, *Manual de economía política*, Ed. Siglo XXI Editores.
Weber, Max, *Historia económica general*, Ed. Fondo de Cultura Económica
Pacho o'donell, *Raíces*, compilación de textos elaborada por Osvaldo Gagliardo.

Complementaria

UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES
FACULTAD DE ARQUITECTURA, DISEÑO Y URBANISMO
CARRERA DE DISEÑO INDUSTRIAL

Asignatura: Sociología Aplicada al Diseño
Cátedra: Gaigliardo

Año:
Curso: Cuatrimestral

Varios Autores: *El Proceso Ideológico*; Ed. Tiempo Contemporáneo
Jean Maisonneuve, *Introducción a la Psicosociología*, Ed. Morata.
Lester Thurow, *La Guerra del Siglo XXI*, Javier Vergara Editor
Galbraith, John K., *Un Viaje por la Economía de Nuestro Tiempo*
Durkheim, E., *Las Reglas del Método Sociológico*, Ed. La Pléyade
Linton, R., *Cultura y Personalidad*, Fondo de Cultura Económica
Cosser L., *Las Funciones del Conflicto Social*, Fondo de Cultura Económica
Rifkin, Jeremy, *El fin del trabajo*, Ed. Paidós Ediciones
Coriat, Benjamín, *El taller y el cronometro, ensayo sobre el taylorismo, el fordismo, y la producción en masa*. Ed. Siglo XXI de España Editores, S.A.
Eco, Umberto, *La estrategia de la ilusión* Ed. Lumen/Ediciones de la Flor.
Chomsky, Noam, *El nuevo orden mundial (y el viejo)* Ed. Crítica, Col. Drakontos

PAUTAS DE EVALUACIÓN

La materia es de aprobación mediante examen final. La cursada se evalúa por medio de 2 exámenes parciales y un Trabajo Práctico Individual de aplicación directa, y un Trabajo Práctico grupal de Integración de conceptos. Estos trabajos se desarrollan en forma paralela a la cursada, en distintas etapas que mantienen un paralelismo con el desarrollo conceptual proporcionado por la bibliografía.

REGLAMENTO DE LA CÁTEDRA

El alumno debe tener el 80% de asistencia obligatoria a clases, no pudiendo faltar más de 2 clases seguidas. La asistencia es controlada por la Cátedra en sus dos segmentos operativos: teórica y práctica. Respecto de los exámenes, sólo se podrá recuperar uno de los parciales, siendo condición ineludible la aprobación de las dos instancias parciales, así como la aprobación de ambos trabajos prácticos, para considerar aprobada la cursada y acceder a la instancia del examen final.

LISTADO DE DOCENTES

Javier Castillo Cabezas; ayudante de segunda rentado con cargo de JTP en primer cuatrimestre
Paulina Becerra, ayudante de segunda rentada, Con Cargo de JTP en segundo cuatrimestre
Offenhenden, Camila, ayudante de primera ad honorem

GUÍA DE TRABAJO PRÁCTICO 1

Carácter grupal (mínimo 2 personas - máximo 4 personas)

- **Consigna:**

Seleccionar un objeto que sea producto de un proceso de diseño (gráfico, arquitectónico, industrial, cinematográfico, etc.) y a través del mismo analizar:

- Las condiciones sociales, culturales, políticas y económicas bajo las cuales se produjo
- La inserción de este objeto en nuestra sociedad
- Las consecuencias de su aparición

- **Objetivo:**

Reconocer el proceso por el cual los productos del hombre modifican el ambiente donde vive, cambiando, a la vez, su propia conducta o la de aquellos que conviven con él en la sociedad.

- **Implementación**

Análisis de las características particulares del producto
Análisis de las conductas involucradas en el uso/consumo de ese producto
Análisis sincrónico o diacrónico de productos similares o complementarios
Análisis histórico de la evolución del producto
Análisis de las causas y consecuencias sociales, culturales y económicas implicadas

- **Evaluación por objetivos:**

>**Objetivo 1. Elección del objeto de estudio**

Pertinencia del producto seleccionado. Posibilidades y dificultades del análisis. Exploración de las potenciales líneas de desarrollo de la investigación.

>**Objetivo 2. Análisis contextual**

Relevamiento y análisis de la sociedad en el momento de surgimiento del producto.
Situación política, económica, industrial y productiva del lugar de origen del producto.

>**Objetivo 3. Descripción del producto**

Características del objeto de estudio: morfología, tecnología, comunicación, funcionalidad, ergonomía, ecología, sustentabilidad económica y social, etc.

>**Objetivo 4. Objetivos del producto**

Innovaciones tecnológicas, tipológicas, socioculturales, etc. implicadas en el surgimiento del producto.

>**Objetivo 5. Relaciones entre el producto y el contexto**

Reacción de los usuarios o consumidores frente a ésta aparición. Efectos conductuales y socioculturales.

>**Objetivo 6. Relación con el contexto local**

Consecuencias de la aparición del producto en nuestro país.
Alcance de los cambios producidos.

>**Objetivo 7. Conclusiones**