



RESUMEN ACTIVIDAD CURRICULAR

Carrera: *Diseño Gráfico*

Nombre de la asignatura: *Comunicación 2, Cátedra Ledesma_*

Carga horaria:

- Total: hs. 60 horas
- Semanal: hs. 4 horas

Año y/ o semestre de cursado: *segundo año*

Objetivos:

La asignatura Comunicación 2 en la carrera de Diseño Gráfico asume propósitos tanto relacionados con la instancia de producción como de reconocimiento de obras de diseño. En tanto comunicación estratégica, el Diseño Gráfico planifica efectos que cubren determinada problemática. El análisis permite mostrar cuántos de esos efectos planificados se manifiestan y cuáles son las ideas que, aun ocultas a los ojos del diseñador, modifican o influyen en la interpretabilidad.

Consideramos al diseñador un operador cultural, comunicador, analista y crítico de la sociedad contemporánea y, al diseño, una práctica social e histórica. Y que la enseñanza del diseño en la universidad pública no puede desconocer su papel como agente crítico de transformación social y de liberación respecto de posiciones hegemónicas. Teniendo en cuenta estos principios, y articulando las problemáticas, la asignatura Comunicación 2 se propone:

- Promover en los estudiantes una actitud reflexiva, para comprender el papel del diseño en la comunicación visual contemporánea y su valor estratégico en nuestro país en particular.
- Brindar herramientas conceptuales (teóricas y prácticas) propias de la retórica enunciativa, que favorezcan el análisis crítico de su propio quehacer, como productores de piezas gráficas en un marco social y cultural concreto.

Secretaría Académica

Pabellón III, Ciudad Universitaria.
C1428EGA, CABA. Argentina.

54.11.4789.6386
planificacionarq@fadu.uba.ar
fadu.uba.ar





- Proponer marcos analíticos para el análisis comparativo de producciones gráficas persuasivas, reconociendo estrategias retóricas diferenciadas y sus posibles efectos de sentido.
- Reflexionar sobre la cultura visual en la que el estudiante-diseñador se halla inmerso, favoreciendo la toma de distancia respecto de las autorrepresentaciones, estereotipos, imaginarios y valores que lo sujetan.
- Propiciar situaciones de enseñanza que involucren casos reales, donde sea posible transferir conocimientos hacia la comunidad.
- Concebir al diseñador como un operador cultural, explorando y habilitando redefiniciones de su propia identidad en cambiantes y complejos escenarios sociales.
- Favorecer la creatividad, iniciativa y autonomía estudiantil en relación con su propio aprendizaje y con la continuidad de su formación futura.

Contenidos:

1. La retórica: introducción

La persuasión: orígenes de la máquina retórica. Función y vigencia de esta técnica en la sociedad contemporánea. Partes de la retórica relevantes en la comunicación gráfica: *qué* decir (invento) y *cómo* decir (elocutio). Persuasión y Diseño Gráfico.

2. Argumentación retórica: ¿qué argumentos seleccionar?

Los objetos del acuerdo y la construcción del verosímil. Lugares vacíos y llenos. Presunciones, valores, doxa. La lógica argumentativa. Conformación y encadenamiento de los argumentos. Géneros retóricos. Modalidades del decir-exhibir la argumentación en una propuesta gráfica.

3. Operaciones retóricas: ¿cómo hacer visibles los argumentos?

Ruptura y transgresión para provocar impacto visual. La elocutio: tropos o figuras retóricas semánticas y sintácticas. Operaciones retóricas: supresión, adjunción, sustitución, construcción, permutación. Principales figuras retóricas en piezas gráficas. Extrañamiento, desautomatización de la percepción y seducción para potenciar argumentos persuasivos. Articulación de argumentos y figuras en el análisis de casos concretos.

4. Ethos retórico enunciativo: ¿cómo construir un clima emocional favorable?

El papel de las emociones en la argumentación. La vía psicológica: ethos del emisor y pathos del receptor. La enunciación pasional: tono, carácter y corporalidad. Escenas enunciativas, escenografías construidas en el universo visual. Función del ethos como garante de la argumentación: ethos prediscursivo y ethos como construcción discursiva. El juicio emocional. La empatía en la

Secretaría Académica

Pabellón III, Ciudad Universitaria.
C1428EGA, CABA. Argentina.

54.11.4789.6386
planificacionarq@fadu.uba.ar
fadu.uba.ar





comunicación: su valor persuasivo. Las figuras retóricas como mediadoras entre argumentos y pasiones.

5. Función social del diseño. Persuasión en acción

Diseño y sociedad. El diseñador como mediador o como operador cultural. Distintas posiciones en relación con la actuación del diseñador en la sociedad. Lectura crítica de referentes contemporáneos que encarnan o exponen marcos y alcances del Diseño en relación con lo social. Algunas definiciones y cruces del Diseño en relación con el mercado y con los usuarios: Diseño Social, Diseño con responsabilidad social, Diseño como práctica social, Diseño para la inclusión social.

Modalidad de Enseñanza:

Cada encuentro consta dos momentos diferenciados en sus espacios y estrategias.

El espacio de la clase teórica es motivador, la Prof. Titular expone los lineamientos de cada unidad temática. Moviliza el interés de los estudiantes mediante el análisis de casos concretos.

En los trabajos prácticos los estudiantes se agrupan en comisiones coordinadas por un par docente (novato y experto). Cada comisión recorre los contenidos teóricos de la asignatura anclándolos en el trabajo sobre una temática asignada (por ejemplo: alimentación, discriminación, problemática de género, etc). Construyen un corpus colaborativo de piezas de diseño que se sube a un sitio web (Facebook o grupo Google) para facilitar el acceso al material y agilizar la discusión. Realizan debates sobre ese tema, analizan las distintas estrategias retóricas comparativamente, valorando los diferentes modos de construcción de mensajes persuasivos. Analizan los textos de la bibliografía y la aplicabilidad de los conceptos teóricos en el análisis del corpus. Cada estudiante elabora de modo individual y en grupo conclusiones de cada actividad.

Se prevé una jornada con participación de invitados, (en esta oportunidad sobre el tema Diseño Social), que favorece la interacción de los estudiantes con actores sociales relevantes.

La asignatura tiene una progresión temática espiralada. Cada unidad recicla información de modo recursivo e integrador, asegurando al final del curso la construcción coherente de un andamiaje conceptual articulado.

Modalidad de Evaluación:

- Aprobación de cursado: asistencia y aprobación de 2 exámenes parciales.
- Aprobación de final: examen final integrador de la asignatura.

Secretaría Académica

Pabellón III, Ciudad Universitaria.
C1428EGA, CABA, Argentina.
54.11.4789.6386
planificacionarq@fadu.uba.ar
fadu.uba.ar





Bibliografía:

□ Bibliografía Básica:

Módulo 1. Función persuasiva del Diseño Gráfico (unidades 1 a 4)

- AMOSSY, Ruth. 2000. "El *pathos* o el rol de las emociones en la argumentación" en *L'argumentation dans le discours* (París: Nathan).
- . 2000. "Entre logos y pathos: las figuras" en *L'argumentation dans la langue* (París: Nathan).
- . 2002. "Nueva retórica y lingüística del discurso", en Koren, R. y Amossy, R. *Après Perelman. Quelles politiques pour les nouvelles rhétoriques? L'argumentation dans les sciences du langage*, (París: L'Harmattan)
- BARTHES, Roland. 1970. La retórica antigua. en *Recherches rhétoriques, Communications 16*. Traducción castellana, *Investigaciones retóricas* (Buenos Aires: Tiempo Contemporáneo, 1972).
- CHARAUDEAU, Patrick y Dominique MAINGUENEAU. 2005. "Ethos" y "Pathos" en *Diccionario de Análisis del Discurso* (Buenos Aires: Amorrortu).
- COLLASIUS, Daniel. 1990. "Sobre la abducción" (Buenos Aires: Documento de Cátedra).
- DAGATTI, Mariano. 2011. "La noción de ethos y el estudio de la dimensión corpóreo-gestual", cap. 1, *Tesis de Maestría en Análisis del Discurso*, UBA.
- LEDESMA, María. 2009. "Argumentación retórica" en LEDESMA, María, y Mabel LÓPEZ. *Comunicación para diseñadores* (Buenos Aires: Ed. FADU y Nobuko).
- LÓPEZ, Gustavo. 2014. "Colores primarios. Aproximación a los modos del decir en la comunicación visual".
- MAINGUENEAU, Dominique. 2009. "La escena de enunciación" y "El ethos" en *Análisis de textos de comunicación* (Buenos Aires: Nueva Visión).
- PERELMAN CH y L. OLBRECHTS-TYTECA. 1989. *Tratado de la Argumentación. La nueva retórica*. Parte III, pág. 117 a 290. Traducción española de Julia Sevilla Muñoz (Madrid: Gredos).

Módulo 2. Función social del Diseño Gráfico (unidad 5)

- BARRERA JURADO, Gloria S. 2004. "Diseño con responsabilidad social" en *¿Qué es diseño hoy?, Primer Encuentro Nacional de Investigación en Diseño*, Universidad Icesi, 2004.
- BONSIEPE, Gui. 2004. *Diseño | Globalización | Autonomía* (La Plata: Nodal).
- CARRAS, R. 2009. *GAC. Pensamientos, prácticas, acciones* (Buenos Aires, Tinta limón), pág. 5 a 21.
- CHAVES, Norberto. "Contra la profesión, crítica al tecnocratismo en el diseño", *Revista Tipográfica*, N° 29, pág. 30-33.
- DURÁN PRIETO, J. y M. SANTÁNGELO, 2008. "Lo alternativo de lo alternativo. Diseño y performance", en *Piquete de Ojo. Visualidades de la crisis 2001-*

Secretaría Académica

Pabellón III, Ciudad Universitaria.
C1428EGA, CABA. Argentina.
54.11.4789.6386
planificacionarq@fadu.uba.ar
fadu.uba.ar





2003, María Ledesma y Paula Siganevich, comps. (Buenos Aires: FADU/Nobuko).

FRASCARA, Jorge. 1997. *Diseño Gráfico para la gente. Comunicación de masa y cambio social* (Buenos Aires: Infinito, 2000), selección.

GIONO, Lucas. 2011. "Un enfoque necesario y posible" en *Diseñar la inclusión. Incluir al Diseño* (Buenos Aires: Ediciones Azzurras).

PAPANÉK, Víctor. 1975. "Edugrafología: los mitos del diseño y el diseño de los mitos en *Fundamentos del diseño gráfico*", Bierut, M. y colab (eds), (Buenos Aires: Infinito, 2001), pág. 302-307.

PARÍS CLAVEL, G. "El diseño cobra sentido realmente si persigue un objetivo social", *Revista Tipográfica*, N° 33, pág. 16-23.

□ Bibliografía Complementaria:

AICHER, Otl. 1991. *El mundo como proyecto* (Barcelona: Gustavo Gili) Traducción española por Joaquín Chamorro Mielke.

----. 1993. "El ojo del huracán" en *Revista Tipográfica* N° 20, pág. 12-15.

ALESSANDRIA, Jorge. 1996. *Imagen y metaimagen* (Buenos Aires: Oficina de Publicaciones del CBC).

ARFUCH, Leonor, María LEDESMA y Norberto CHAVEZ. 1997. *Diseño y comunicación. Teoría y enfoques críticos* (Buenos Aires: Paidós).

BARTHES, Roland. 1982. *L'obvie et l'obtus. Essais critiques III* (París: Editions du Seuil). Trad. española por C. Fernández Medrano, *Lo obvio y lo obtuso. Imágenes, gestos, voces*, 2da ed. (Barcelona: Paidós, 1992). Capítulo: "Retórica de la imagen".

----. 1982. *Investigaciones retóricas I. La antigua retórica* (Buenos Aires: Serie Comunicaciones).

BELLUCCIA, Raúl. 1999. "Patologías gráficas" en *Revista Tipográfica* N° 42.

CHAVES, Norberto: 2004. "El diseño: ni arte ni parte" en *Arte ¿ ? Diseño. Nueve capítulos en una polémica que viene de lejos*, Calvera, Anna (ed.), pág. 119 a 138, (Barcelona: Gustavo Gili).

FERNÁNDEZ, Silvia. 1996. "La comunicación, un factor secundario" en *Revista Tipográfica* N° 28, pág. 30-40.

FONTANA, Rubén. 2004. "Reflexiones sobre la compleja relación entre el arte y el diseño" en *Arte ¿ ? Diseño. Nueve capítulos en una polémica que viene de lejos*, Calvera, Anna (ed.), pág. 75 a 85, (Barcelona: Gustavo Gili).

GLASER, Milton. 2004. "El diseño y la ambigüedad" en *Revista Tipográfica* N° 63, pág. 28-31.

GREIMAS, Algirdas Julien, y Joseph COURTES. 1979. *Semiotique. Dictionnaire raisonné de la théorie du langage* (París: Hachette). Versión española por E. Ballón Aguirre y H. Campodónico Carrión, *Semiótica. Diccionario razonado de la teoría del lenguaje* (Madrid: Gredos, 1982).

GROUPE μ (F. Edeline, J. M. Klinkenberg y P. Minguet). 1992. *Traité du signe visuel. Pour une rhétorique de l'image* (París: Éditions du Seuil). Trad. española por Manuel Talens Carmona, *Tratado del signo visual. Para una retórica de la imagen* (Madrid: Cátedra, 1993).

Secretaría Académica

Pabellón III, Ciudad Universitaria.
C1428EGA, CABA. Argentina.

54.11.4789.6386
planificacionarq@fadu.uba.ar
fadu.uba.ar





UBA, FADU.

Universidad de Buenos Aires Facultad de Arquitectura
Diseño y Urbanismo

- GUBERN, Roman. 1992. *La mirada opulenta. Exploración de la iconosfera contemporánea* (México: Gili). Capítulo 4: "Esplendor y miseria del cartel".
- LEDESMA, María. 2003. "Diseño y Comunicación" en *El Diseño Gráfico, una voz pública* (Buenos Aires: Argonauta).
- MOLES, Abraham. s.d. *L'affiche dans la societe urbaine* (Paris: Dunod). Trad. española por Marcelo Sztrum, *El afiche en la sociedad urbana* (Buenos Aires: Paidós, s.d.).
- MUNARI, Bruno. 2004. "Artista y Designer" en *Arte ¿ ? Diseño. Nueve capítulos en una polémica que viene de lejos*, Calvera, Anna (ed.), pág. 31 a 55, (Barcelona: Gustavo Gili).
- REALE, Claudia, y Alejandra VITALE. 1995. *La argumentación. Selección, adaptación y comentarios* (Buenos Aires: Ars).
- SONTAG, Susan. 1970. "El afiche: publicidad, arte, instrumento político, mercancía" en *Fundamentos del Diseño*, pág. 239-265 (Buenos Aires: Ediciones Infinito).
- VILCHES, Lorenzo. 1991. *La lectura de la imagen. Prensa, cine, televisión* (México: Paidós).

Secretaría Académica

Pabellón III, Ciudad Universitaria.
C1428EGA, CABA. Argentina.

54.11.4789.6386
planificacionarq@fadu.uba.ar
fadu.uba.ar

