



PROGRAMA ANALÍTICO

1. DATOS GENERALES DE LA ACTIVIDAD CURRICULAR

ASIGNATURA: Comunicación y Crítica (cát. Levis)

- Plan de estudios: Diseño de Indumentaria y Diseño Textil
- Carga horaria total: 45 hs
- Carga horaria semanal: 3 hs
- Duración del dictado: 3 hs
- Turnos: 10 a 13hs
- Tipo de promoción: Examen final

UBICACIÓN EN EL PLAN DE ESTUDIOS

CICLO SUPERIOR DE GRADO (CSG) NIVEL 4

2. 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.
- Problematicar 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 en su relación con el diseño de indumentaria y textil
- 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 de indumentaria y textil
- Establecer las relaciones que se establecen entre la innovación tecnológica, las propuestas comerciales, las políticas públicas y los imaginarios y usos sociales de los medios

3. CONTENIDOS

Unidad Temática 1:

- Introducción a la comunicación. Nociones básicas
- Lenguajes (verbal, no verbal, visual) Cuerpo y percepción sensoria



- Modelos y teorías. Información y comunicación
- Medios de comunicación de masas. Aproximaciones teóricas
- Convergencia digital: nuevos medios y sociedad.

Unidad temática 2:

- Diseño y Comunicación. El signo. Herramientas de producción de sentido.
- Semiosis Social. Intertextualidades en el diseño de indumentaria y textil.
- El sistema de la moda. Valor simbólico y valor signo.
- El vestido escrito y fotografiado. Relación texto-imagen en la retórica visual.
- La moda en el discurso mediático. Difusión y crítica

Unidad temática 3:

- Los criterios estéticos como construcciones culturales. Lo bello y lo feo, lo bueno y lo malo.
- Cánones de belleza y moda: el mito de belleza . La construcción de subjetividades
- Imaginarios (tecnología, arte y moda). La institucionalización del diseño de indumentaria
- El ideal "fashion". Tendencias, diseño y moda. Una cuestión de gustos: el Glamour y lo kitsch
- Indumentaria y marcas de género. El usuario de indumentaria: emisor de mensajes.

Unidad temática 4:

- Publicidad y acciones de comunicación.
- Nuevos medios y moda. El lector crítico: De las redes sociales a las blogs sobre moda.
- La investigación en diseño.
- Técnicas para la escritura del texto crítico

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.

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 la comunicación y el diseño.

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:



a) Instancia **Teórica:**

- Aprobación con cuatro (4) o más de cuatro (4) de un examen parcial escrito y presencial

b) Instancia **Práctica**

- Aprobación de dos breves trabajos prácticos sobre contenidos de la cursada. (40% de la nota de prácticos)
- Creación y aprobación de una bitácora personal dedicada a realizar un registro y análisis de situaciones vinculadas con la indumentaria y el textil en la vida cotidiana, en las redes sociales y en los medios masivos de comunicación

Aprobación de final:

- Examen oral

Bibliografía:

- Barthes, Roland: "El vestido escrito" y "La relación de sentido" en *El sistema de la moda y otros escritos*. Buenos Aires, Paidós, 2008
- Berger, John: *Modos de ver*, cap.7. Barcelona: Paidós 2000
- Bounoux, Daniel: *Introducción a las ciencias de la comunicación*, caps. 1 y 2. Buenos Aires: Nueva Visión, 1999 Buenos Aires: Nueva Visión, 1999
- Dorfles, Gillo: *Falsificaciones y fetiches. La adulteración en el arte y la sociedad*, Introducción y caps.1, 6, 7 y 10. Sequitur, Madrid, 2010
- Erner, Guillaume: "La fábrica de tendencias" y cap.7:" La moda para convertirse en uno mismo.¿Qué marca la moda? en *Víctimas de la moda*, 2ª parte. Barcelona Gustavo Gilli, 2016 (2005)
- 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*. La Crujía. 2ª Edic.ampl. 2009
- Mattelart, Armand y Michelle: *Historia de las teorías de la comunicación*. Barcelona; Paidós, 1ª edic.1997.
- Saulquin, Susana: "El cuerpo como metáfora" en *Designis*, nº 1, Gedisa / FELS, 2001.
- Saulquin, Susana: "Estrategias de la imagen" e "Imagen, política y poder" en *Política de las apariencias*, Buenos Aires, Paidós, 2014.
- Schulman, Arthur: "Comunicación no verbal" en Williams R. (ed) [Historia de la Comunicación, vol.1](#), Bosch, Barcelona, 1992.
- Soley-Beltrán, Patricia: *Divinas. Modelos, poder y mentiras*. Barcelona: Anagrama, 2015 caps. 2, 4 y 5
- Squicciarino, Nicola: *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
- Wolf, Noamí: "El mito de la belleza" y "Cultura" en *El mito de la belleza* Barcelona: Emecé, 1991
- Williams, Raymond: "Tecnologías de la comunicación e instituciones sociales" en Williams, R. (de) *Historia de la comunicación*, vol.2. Barcelona: Bosch 1992.