

Comunicación

TITULAR.

Dra. María del Valle Ledesma

ADJUNTO Y JEFES DE TRABAJOS PRÁCTICOS

Lic. Paula Siganevich, Lic. Mabel López, Arq. Gustavo López, Arq. Cristina Lacarpia

EQUIPO DOCENTE:

DG Laura Arroyo, DG Sofía Le Conte, Lic Marcela Lonchuk, Mg Nicolás Pinkus, Lic Elvia Rosolia, Raul Meligeni,

Condiciones generales

La condición de alumno regular, se adquiere cumplimentando los siguientes requisitos:

Un mínimo del 75 % de asistencia (obligatoria a clases teóricas y prácticas).

Aprobar, al final de la cursada, el trabajo práctico pertinente para cada nivel.

Aprobar un examen parcial.

La materia se aprueba mediante examen final en las fechas y horarios dispuestos por la Facultad

NIVEL I

Fundamentos:

El programa de Comunicación I plantea los elementos básicos de los procesos de atribución y producción de significación a través de un conjunto de nociones semióticas aplicadas a la comprensión y análisis de textos visuales. La segunda parte está orientada a explicar a través de los conceptos anteriores las características de la actividad de la disciplina y a discutir algunas creencias sobre el diseño gráfico y fundamentalmente sobre el lugar del aspecto comunicacional en la disciplina.

Este planteo responde a los objetivos generales:

- Incluir el concepto de comunicación visual en diseño gráfico en el contexto general de la disciplina
- Considerar la comunicación como un campo complejo que excede los planteos de eficacia y claridad.
- Incorporar conceptos semióticos útiles para la producción y el análisis de los objetos de Diseño gráfico.

Tal como dice Bachelard, los saberes previos de los que se parte al organizar un campo del conocimiento, pueden convertirse en obstáculo epistemológico para avanzar en el desarrollo teórico. Consideramos que estos 'mitos' fuertemente arraigados en el imaginario de estudiantes, profesionales y público se constituyen en saberes cerrados que impiden el desarrollo del pensamiento innovador.

Propósitos

Que el alumno entienda la realidad como construcción cultural

Que el alumno se cuestione explícitamente sus saberes previos

Que conciba la comunicación como proceso semiótico

Que aplique conceptos semióticas al análisis de los textos visuales

Acercarlo a la noción del diseñador gráfico como operador cultural

Que comprenda y desarrolle su rol de receptor crítico.

Contenidos

Unidad N° I

Comunicación y significación. Abordaje semiótico de la comunicación. Sistema verbal y gráfico. El signo como constructor de la realidad. Del sistema al mensaje. Esquema clásico de la comunicación. Límites y crítica al esquema. Su reformulación. Códigos: percepción, cognitivo y de reconocimiento

Unidad N° II

Del mensaje al enunciado. Enunciado. Carácter responsivo del enunciado. Géneros discursivos. Intertextualidad. Diferentes modos de intertextualidad. La cita, la parodia y la sátira.

Unidad N° III

Denotación y Connotación. Connotación por plano de la Expresión connotación por plano del contenido. Los procedimientos de connotación de la imagen.

Figuras retóricas o tropos: desvío respecto a la norma y a la analogía visual dificultad para precisar la norma. Signo icónico, grado cero general y particular, grado percibido y grado concebido. Repertorio de figuras retóricas.

Unidad N° IV

La semiosis como proceso Complejidad del proceso semiótico y su dinamismo. Signo peirceano Primeridad, Segundidad y Terceridad Aspectos triádicos del signo. Icono, Índice y símbolo.

La descomposición de la tríada: Los nueve signos de Peirce. La tríada peirceanas: la interpretación según el paradigma de Eco.

Unidad N° V

Aplicación de los conceptos semióticos al análisis de la comunicación en Diseño Gráfico. Relación entre la Comunicación y la Estética. Claridad y eficacia comunicacional. Grados de control sobre los textos de diseño. El diseño como constructor del imaginario. Las "Voces" del diseño

NIVEL II

Fundamentos

El programa tiene dos partes claramente diferenciadas: en la primera, se propone analizar las condiciones de interpretabilidad de los textos de diseño gráfico, profundizando las cuestiones trabajadas en el curso anterior. Estas condiciones de interpretación dependen de las condiciones de producción y de recepción. En este sentido, el programa se interesa por conocer cómo se generan las condiciones por las cuales las piezas son interpretadas de determinadas maneras en relación con el momento e intención con que han sido producidas y la consideración que se ha tenido (de manera consciente o no) de las condiciones en que se produce la recepción. Estas cuestiones teóricas desarrolladas desde una perspectiva semiótica general (con los aportes de la lingüística y la teoría de la argumentación) aportan a la consideración polémica de las 'creencias previas' del diseñador: la claridad, la eficacia y la oposición arte/comunicación .

La segunda parte del programa proporciona lecturas críticas para aproximarse a los fenómenos contemporáneos de conformación de la opinión pública, campo en el que se desarrolla gran parte de la práctica del diseñador.

Propósitos

**UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES
FACULTAD DE ARQUITECTURA, DISEÑO Y URBANISMO
CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO**

Asignatura : COMUNICACIÓN I - II

Año académico: 2007

Cátedra : Dra. MARÍA DEL VALLE LEDESMA

Que el alumno comprenda las condiciones de interpretabilidad de un texto
que aplique nociones semióticas al análisis de los textos
que reconozca las relaciones entre opinión y discursividad
que comprenda las argumentaciones retóricas como construcciones discursivas
contribuir a la formación de un operador cultural responsable

CONTENIDOS

UNIDAD 1

Diseño Gráfico: ¿ Actividad artística? ¿Actividad comunicacional?
Interpretación y códigos. Concepto de códigos: espacios de entendimiento y diferencia. Códigos, imagen y cultura. La cuestión de la semejanza y la codificación. Imagen y convención. El realismo y la perspectiva

UNIDAD 2

¿El Diseño Gráfico transmite un mensaje consciente del comitente y del diseñador?
Códigos, competencias e interpretación. El texto visual: cohesión y coherencia. Reglas de lectura. Texto e intertextualidad. Copia, parodia, sátira, cita. Géneros discursivos. Hibridación de géneros. La hiperimagen

UNIDAD 3

¿El Diseño Gráfico transmite un mensaje consciente del comitente y del diseñador?
La dimensión enunciativa. El aparato formal de la enunciación planteado para la lingüística. Discurso y relato. Enunciación visual. Problemas y posibilidades. El punto de vista del espectador: la interpelación como modalidad discursiva. Espacio: enunciaciones y punto de vista. El tiempo en la imagen

UNIDAD 4

¿Comunicación clara es igual a comunicación eficaz?
El eje de la persuasión. La lógica argumentativa. Conformación de los argumentos. Presunciones, doxa. Encadenamiento de los argumentos. Argumentos analíticos y sintéticos. La abducción como preeminencia del índice. Impacto visual y concepto de seducción. Figuras retóricas y extrañamiento.

UNIDAD 5

Conformación de la opinión pública. Opinión pública como modo de verosimilitud. Opiniones personales y opiniones institucionalmente autorizadas. Los medios de comunicación y la opinión pública. Lugar del diseñador en la problemática. El diseñador como operador cultural. Ética del diseño

Asignatura : COMUNICACIÓN I - II

Año académico: 2007

Cátedra : Dra. MARÍA DEL VALLE LEDESMA

BIBLIOGRAFIA DE LA CATEDRA

- AICHER, Otl. 1991. *El mundo como proyecto* (Barcelona: Gustavo Gili) Traducción española por Joaquín Chamorro Mielke.
- ALESSANDRIA, Jorge. 1996. *Imagen y metaimagen* (Buenos Aires: Oficina de Publicaciones del CBC).
Panofsky, E. *La perspectiva como forma simbólica*, Barcelona, Tusquets, 1983.
- ARFUCH, Leonor, María LEDESMA y Norberto CHAVEZ. 1997. *Diseño y comunicación. Teoría y enfoques críticos* (Buenos Aires: Paidós).
- BAJTIN, M. (1982) *El problema de los géneros discursivos* en *Estética de la creación verbal*, México, Siglo XXI
- BARTHES, Roland. 1973. *Elementos de semiología*, (Madrid: A. Corazón).
- . 1982. *L'obvie et l'obtus. Essais critiques III* (Paris: 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).
- . 1988. *Mitologías*, (México: Siglo veintiuno editores, (7ma. ed.)
- . 1992. *Lo obvio y lo obtuso. Imágenes, gestos, voces*, 2da ed. (Barcelona: Paidós)
- Benjamin, W. "La obra de arte en su reproductibilidad técnica" en *Discursos Interrumpidos I*, Madrid, Taurus, 1992.
- Benjamin, W. *Sobre el programa de la filosofía futura y otros ensayos*, Caracas, Monte Avila Editores, 1970
- Benveniste, E. "El aparato formal de la enunciación" en *Problemas de lingüística general*, T. II, México, Siglo XXI, varias edic.
- BOMSIEPE, Gui. 1992. *El Diseño de la periferia (debates y experiencias)*, Barcelona, Ed. G. G.
- Breton, : *La utopía de la comunicación*, Buenos Aires, Nueva Visión, 2000.
- BÜRDEK, Bernhard E. 1994 *Diseño, Historia, Teoría y practica*, Barcelona, Ed. G. G.
- CORTES ROCCA, Paola, y Mabel LOPEZ. 1995. *Fotografía* (Buenos Aires: Ars).
- Debordes, G. *La sociedad del espectáculo*, Buenos Aires, Norma, 1999.
- ECO, Umberto.
1968. *Apocalípticos e Integrados*, Barcelona, Ed. Lumen.
1975. *Tratado de Semiótica General*, Barcelona, Ed. Lumen , 1977.
1979. *Lector in fábula*, Barcelona, Ed. Lumen, 2º ed. 1987.
1988. *De los espejos y otros Ensayos*, Barcelona, Ed. Lumen.
- ECO, U. Y SEBEOK, Thomas A.
1989. *El Signo de los Tres*, Barcelona, Ed. Lumen.
- GAUTHIER, Guy.
1992. *Veinte lecciones sobre la imagen y el sentido*, Madrid, Ed. Cátedra.
- GRUPO μ (F. Edeline, J. M. Klinkenberg y P. Minguet).
1993. *Tratado del signo visual. Para una retórica de la imagen*. Madrid, Cátedra.
- GOMBRICH, E. H. HOCHBERG, J. Y BLACK, M.
1970. *Arte, Percepción y Realidad*, Barcelona, Ed. Paidós Ib., 11º 1973
- Gombrich, E., 'La imagen visual: su lugar en la comunicación', en *La imagen y el ojo*, Madrid, Alianza, 1991.

**UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES
FACULTAD DE ARQUITECTURA, DISEÑO Y URBANISMO
CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO**

Asignatura : COMUNICACIÓN I - II

Año académico: 2007

Cátedra : Dra. MARÍA DEL VALLE LEDESMA

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).

GUBERN, Roman. 1992. *La mirada opulenta. Exploración de la iconosfera contemporánea* (México: Gili). Capítulo 4: "Esplendor y miseria del cartel".

----- 1974. *La imagen y la cultura de Masas*, Barcelona, Ed. Bruquera

HABERMAS, Jurgen (1991) *Historia y crítica de la opinión pública* (Barcelona: G Gilli)

JAKOBSON, Roman.

1976. *Ensayos de lingüística general*, Barcelona: Seix Barral.

Jameson, Fredric y Žižek, Slavoj, *Estudios culturales. Reflexiones sobre el multiculturalismo*, Buenos Aires, Paidós, 1998

LEDESMA, M 2003 *Diseño gráfico una voz pública* (Buenos Aires: Argonauta)

LEDESMA, M 2003 *El diseño de información* en *Tipográfica*, n° 59, Buenos Aires

LEDESMA, M LOPEZ, M (comp) 2002 *Comunicación para diseñadores* (Buenos Aires: FADU)

LIPOVETSKY, Gilles. 1987. *L'empire de l'éphémère. La mode et son destin dans les sociétés modernes* (París: Gallimard). Trad. española por Felipe Hernández y Carmen López, *El imperio de lo efímero. La moda y su destino en las sociedades modernas* (Barcelona: Anagrama, 1990). Capítulos: "Un encanto llamado diseño" y "La publicidad saca las uñas".

LLOVET, Jordi.

1979 *Ideología y metodología del diseño*, Barcelona: G.G.

MEGGS, Philip. 1983. *A history of graphic design*. Versión española, *Historia del diseño gráfico* (México: Trillas, 1991). Capítulos 14, 19 y 22.

MOLES, Abraham. s.d. *L'affiche dans la société urbaine* (París: Dunod). Trad. española por Marcelo Sztrum, *El afiche en la sociedad urbana* (Buenos Aires: Paidós, s.d.).

PEIRCE Charles S.

1987. *La Ciencia de la Semiótica*, Buenos Aires, Ed. Nueva Visión.

1987. *Obra lógico-Semiótica*, Madrid, Ed. Taurus.

Panofsky, E. *La perspectiva como forma simbólica*, Barcelona, Tusquets, 1983.

SATUÉ, Enric. 1988. *El diseño gráfico. Desde los orígenes a nuestros días* (Madrid: Alianza). Capítulo 9: "El diseño gráfico al servicio de la propaganda política".

SAUSSURE, Ferdinand de

1970 *Curso de lingüística general*, Buenos Aires: Losada, (8va. Ed.).

SCHAFFER, Jean Marie.

La imagen precaria, Madrid: Cátedra, 1991

SCHNAITH, Nelly. 1987. "Los códigos de la percepción del saber y de la representación en una cultura visual", *Tipográfica 4*.

VV. AA.

1989. *Videoculturas de Fin de Siglo*, Madrid, Ed. Cátedra.

VILCHES, Lorenzo. 1991. *La lectura de la imagen. Prensa, cine, televisión* (México: Paidós).

VIRILIO, Paul. 1989. *La machine de vision* (París: Galilée). Trad. española por Mariano Antolín Rato, *La máquina de visión* (Madrid: Cátedra, 1989).

Zunzunegui, Santos.

1989. *Pensar la imagen*, Madrid: Cátedra, 1989.