

CARRERA DE DISEÑO GRAFICO (F.A.D.U./UBA).
MATERIA: COMUNICACION I.
ARFUCH.

Objetivos y presentación de la materia.

La materia propone una perspectiva multidisciplinaria, cuyas corrientes principales son : paradigmas lingüísticos, como el de Saussure, en relación a un pensamiento sobre el sistema del diseño, paradigmas semióticos, como el de Peirce, en relación con distinciones signíficas, de virtualidad significativa, estudios de la enunciación, en relación con los usos y practicas de la comunicacion y los problemas de la recepción, enfoques estéticos, que puedan articular una reflexión sobre las relaciones entre arte y diseño.

Estos paradigmas, sus cruces y derivaciones, no aparecen operando en el vacío, como puras tecnologías instrumentales, sino en un horizonte cultural atravesado por marcas.

Históricas, donde los procesos culturales son pensables también desde la propia experiencia. En este sentido, son relevantes textos de pensadores contemporáneos, desde el campo del diseño o exteriores a él pero que puedan ser sugerentes para un análisis crítico del diseño y su pregnancia en la cotidianidad-imaginarios, valores, practicas sociales, comportamientos.

Desde esta perspectiva nuestros objetivos son:

- a) Complejizar la idea de "comunicación" señalando los múltiples registros en que articulándola a nuevos paradigmas, problemizando la cuestión del sentido.
- b) Dotar a los estudiantes de ciertos instrumentos aptos para la dimensión comunicacional de su practica de diseñadores.
- c) Desarrollar una visión analítico- crítica, no solo a nivel de productos del diseño, de lo gráfico, sino más amplia, integrando factores socio-culturales.

PROGRAMA.

Unidad 1: El diseño como practica cultural

El diseño gráfico en la relación con las nuevas formas que adopta la comunicación contemporánea y los fenómenos de la globalización mundial.

Bibliografía Obligatoria.

Barthes. R. "La cocina del sentido" en La aventura semiología. Barcelona, Paidós Comunicación. 1992.

Arfuch. L., Chaves, N. y Del Valle Ledesma, M. Diseño y Comunicación. Teorías y enfoques críticos. Bs. As. Paidós, 1997. Selección de textos.

Bibliografía complementaria:

Chaves, N. La imagen corporativa. G. Gilli. 1988.

Shakespeare. R. "Montreal '91: sastrería o estrella". Tipografía 15.

Baggiani, F. "La función social del diseño". Tipografica 16.
Kerbrat- Orecchioni, K. La enunciación. Cap. Y. Bs As. Hachette Univ.1986.
Arfuch. L. El diseño como trama cultural, en Documento de trabajo 1. oct 1994,
FADU.

Unidad 2: Signo y significación.

Aportes de teorías del lenguaje que permiten pensar la relación entre
diseño y el mundo social.

- *Paradigmas fundantes
- * Las nociones de sistema y valor en Saussure.
- * Las concepciones y naturaleza del signo.

Bibliografía Obligatoria:

Saussure. F. Selección de textos. Cuadernillo realizado por Hernan Diaz. 1995.
Peirce, Ch. S. " El signo en Peirce". Cuadernillo de la Catedra de S etimología
de Elvira Arnoux.

(*)

Bibliografía Complementaria

Benveniste, E. Capitulo 6 y 15 en problemas de lingüística General. México,
SigloXXI. 1987.
Culler, J. La poética estructuralista. CapI. Barcelona, Anagrama, 1978.

Unidad 3: Enfoques Comunicacionales.

- *Una introducción a la noción de discurso y géneros discursivos.
- *Los conceptos de representación, significación y discursividad.
- *Enunciado y enunciación.

Bibliografía Obligatoria:

Benveniste, E. "El aparato formal de la enunciación" en problemas de lingüística
general. México, Siglo XXI, 1987.
Bajtin, M. "El problema de lo géneros discursivos" en Estética de la creación
verbal. México, Siglo XXI. 1995.
Arfuch, L. Diseño y comunicacion. Teorías y enfoques críticos. Bs As Paidos 1997
Selección de Textos.

Bibliografía Complementaria:

Arfuch. L. . La entrevista, una invención dialogica (Primera parte). Bs. As. Paidos
1995.
Descombes. V. Lo mismo y lo otro. Cap III. Madris, Catedra. 1982.
Vilches. L. "La representación en las imágenes" en La lectura de la imagen.
Barcelona, Paidos 1986.

Unidad 4: Imagen y metáfora

- * La imagen como texto
- * Figura retórica.
- * A apropiación de los productos culturales.

Bibliografía Obligatoria:

Lakoff y Johnson, Metáforas de la vida cotidiana. Cap 1 al 8. Madrid, 1986.
Barthes R. "El mensaje publicitario" en La aventura semiológica. Bs.As. Planeta, 1994.
Debray, R, "El estado seductor. Las revoluciones mediológicas del poder. Cap. 1. Bs. As., Manantial, 1995

Bibliografía Complementaria:

Unidad 5: De la utopía de las vanguardias a la MTV.

El legado de las vanguardias y su (des) naturalización más mediática en la sociedad contemporánea.

- * La poética y el formalismo
- * Las vanguardias, Bauhaus y el legado político.
- * Las formas de percepción y la técnica.
- * Articularemos de un modo crítico el tema de la publicidad, el mercado y la inserción del diseñador en el sistema productivo.

Bibliografía Obligatoria:

Shklovski, V. "El arte como oficio" en teoría de la literatura de los formalistas rusos. México, S XXI.1991.
Tarabukin, N "Dell caballete a la maquina" en el ultimo cuadro..
Manifiestos: Bretón, A. "Primer manifiesto surrealista"
Malevich, K. "Manifiesto Supremista"
Gropius, W. "Manifiesto de la Bauhaus"
Berman, M "La modernidad:ayer, hoy y mañana" en todo lo sólido se desvanece en el aire. Bs. As., Siglo XXI. 1989.
Benjamin, W. "La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica" en Discursos InterrumpidosI. Madrid, Taurus. 1982.
Sarlo, B. CapII "Zapping", Cap IV " Valores y mercado" en Escenas de la vida Posmoderna, Buenos Aires Ariel, 1994.

Bibliografía Complementaria:

Todorov, T. " El lenguaje poético" en Critica de la critica. Barcelona. Paidós

1991 Barcelona, Colección Punto y línea, G.G. 1977.

Mukarovsky, "Funcion, norma y valor estéticos como hechos sociales" en Escritos de estética y semiótica del arte. Barcelona, Gustavo Gilli. 1977.

Restany, P, La otra cara del arte. Buenos Aires, Rosembreg- Rita. 1982.

Maldonado, T. Lo real y lo Virtual. Cap.I Madrid, Gedisa, 1995.

