

UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES
FACULTAD DE ARQUITECTURA DISEÑO Y URBANISMO
CARRERA DE DISEÑO GRAFICO

Asignatura: SOCIOLOGIA
Cátedra: BAGGIANI

AÑO ACADEMICO
CUATRIMESTRAL OPTATIVA

The seal of the University of Buenos Aires is a large, faint, circular watermark in the background. It features a central figure of a seated woman, likely a personification of Wisdom or Truth, holding a book. The text "UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES" is arched across the top, and "ARGENTINA" is arched across the bottom. The Latin motto "VIRTVS PRO VERBIS" is also visible at the bottom.

Programa de SOCIOLOGIA

Cátedra: BAGGIANI

CARRERA DE DISEÑO GRAFICO

FADU/UBA

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

Asignatura: SOCIOLOGIA
Cátedra: BAGGIANI

AÑO ACADÉMICO
CUATRIMESTRAL OPTATIVA

PROPUESTA DE LA CATEDRA

Diseño gráfico y sociedad

El Diseño Gráfico (DG) – como actividad muy recientemente elevada al reconocimiento académico– en la búsqueda de su identidad epistemológica y profesional, se ve frecuentemente investida por una multiplicidad de objetivos, atributos y funciones que no siempre le corresponden.

Existe, sin embargo, una característica nuclear del DG que, implícita o explícitamente, es reconocida por todos aquellos que lo practican y por los autores que, desde las más diversas posturas teóricas e ideológicas, reflexionan sobre esta disciplina: la actividad y sus productos están fuertemente involucrados en lo social y son, sin duda, innumerables los niveles de análisis, en el seno tanto del DG como de la Sociología, a través de los cuales puede descubrirse la articulación que las vincula.

Es así que, en *Diseño gráfico ¿arte o ciencia social?* – un título que es, de por sí, todo un manifiesto– Jorge Frascara nos dice:

Comencemos por una definición de trabajo del Diseño Gráfico: Es la actividad que organiza las comunicaciones visuales en la sociedad. Se interesa en la eficiencia de la comunicación, en la tecnología usada para su implementación y en el impacto social que ejerce, en otras palabras, en la responsabilidad social. [...] La responsabilidad social en el Diseño Gráfico tiene que ver con: a. El impacto que toda comunicación visual tiene en la comunidad. b. el impacto que toda comunicación visual tiene en el ambiente visual. c. La necesidad de que las comunicaciones relacionadas con la seguridad de la comunidad se realicen apropiadamente(2).

Si el DG es una disciplina eminentemente social, también deberán serlo tanto las operaciones propias de su proceso productivo, como sus productos.

En *La metáfora social*, Alain Mons describe esto al abordar la imagen de marca, una producción y un producto que son paradigmáticos para el DG:

La marca de las imágenes ha subyugado progresivamente a todos los dominios de la sociedad. Lo que comúnmente se denomina imagen de marca depende de operaciones de visibilidad que recorren los múltiples campos sociales. [...] No hay que olvidar que si bien las imágenes de marca son representaciones de lo social, también lo contienen, están saturadas de lo social. El artificio no es sólo una pura representación, sino también un continente que acumula la carga social (en el sentido eléctrico del término). [...] Son productos síntomas de una distinción social, diría P. Bourdieu. Ahora bien, las metáforas de marca, puestas de relieve por el soporte iconográfico publicitario, influyen mucho más allá de la referencia al producto: se derraman en el conjunto del mundo de la comunicación y constituyen los signos de la legitimidad social. (3)

Por su parte, Norberto Chaves, al describir los fenómenos que explican el auge del diseño de imagen corporativa, afirma que la comprensión fundada del fenómeno debe indagar los condicionantes provenientes de la sociedad que, operando invisibles por debajo de la comunicación social, van marcando el itinerario de sus cambios y desarrollos; y define como variable estructurante de ese proceso comunicacional, el desplazamiento de los centros estratégicos del desarrollo y del control de las sociedades, desde la esfera de la producción hacia las de la distribución y del cambio.(4)

Daniel Prieto Castillo, en *Diseño y Comunicación*, hace un análisis en el que señala algunos de los condicionantes sociales del DG:

UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES
FACULTAD DE ARQUITECTURA DISEÑO Y URBANISMO
CARRERA DE DISEÑO GRAFICO

Asignatura: SOCIOLOGIA
Cátedra: BAGGIANI

AÑO ACADEMICO
CUATRIMESTRAL OPTATIVA

Cuando hablamos de comunicación gráfica no podemos caer en la ingenuidad de pensar en un todo homogéneo que llamaríamos "mensajes". La división social del trabajo, las relaciones sociales vigentes, se manifiestan claramente en ellos. Los temas seleccionados, el tratamiento que se les da, las técnicas de impresión y el papel [...] siempre presuponen un tipo de público, un tipo de destinatario que está presente para el diseñador, lo sepa o no, tenga o no conciencia de ello.(5)

La incumbencia de la materia Sociología en la Carrera de Diseño Gráfico

El reconocimiento del carácter eminentemente social del Diseño Gráfico –tanto por parte de quienes lo practican como de quienes teorizan sobre él– es unánime. La articulación y el grado de interpenetración conceptual que alcanzan ambas disciplinas, aparecen con claridad si se considera que el campo delimitado por la práctica del DG ocupa, en gran parte, el mismo espacio epistemológico que constituye el objeto la Sociología: todos los productos en los cuales se corporiza el DG, *son representaciones de lo social, lo contienen y están saturados de él.*(3)

Esta Cátedra de Sociología considera como función social del Diseño Gráfico la de generar los espacios en los cuales el comitente –que es el actor/emisor insoslayable en el proceso comunicacional y discursivo orquestado por el Diseñador– plasma la voluntad de institucionalidad que, en última instancia, sustenta la eficacia de sus mensajes.

Por tal motivo enfocamos la materia como una **Sociología de las instituciones**, no sólo en tanto éstas son componentes esenciales de la estructura social, sino, principalmente, porque el discurso configurado y legitimado por el DG es siempre e inevitablemente un discurso institucional.

Pero no sólo en la configuración y legitimación del discurso institucional es donde el DG juega un rol fundamental, sino, también, en la propia configuración y legitimación de las instituciones. Estos aspectos son los que determinan la articulación básica entre la Sociedad y el Diseño Gráfico.

UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES
FACULTAD DE ARQUITECTURA DISEÑO Y URBANISMO
CARRERA DE DISEÑO GRAFICO

Asignatura: SOCIOLOGIA
Cátedra: BAGGIANI

AÑO ACADEMICO
CUATRIMESTRAL OPTATIVA

OBJETIVOS

El programa que se estructura a partir de los conceptos expuestos, busca que el alumno tenga la oportunidad de aproximarse a las nociones sociológicas relevantes para su quehacer, en un proceso de ida y vuelta entre ambas disciplinas que le resulta, de alguna manera, natural, por tratarse, muchas veces, de paradigmas compartidos.

Objetivo general

En el trazado del Programa de la materia *Sociología*, para la Carrera de Diseño Gráfico, se ha puesto especial énfasis en configurar una articulación específica –no genérica– entre ambas disciplinas.

La currícula de la materia, toma en consideración algunos de los problemas de carácter teórico y epistemológico que son objeto de debate en el ámbito académico del Diseño Gráfico./

Consideramos al Diseño Gráfico como una actividad destinada a generar productos gráficos, para ser reproducidos en escala industrial con un objetivo explícito predeterminado, pero cuya función simbólica implícita es la de otorgar identidad y, por lo tanto, "realidad" y legitimidad a las instituciones. Esta función emblemática es su función social.

Introducir al alumno en la conceptualización y comprensión del Diseño Gráfico en tanto disciplina que, cualquiera sea su aplicación específica o particular, genera espacios de institucionalidad, dentro de los cuales juegan su rol tanto el emisor como el destinatario de cada mensaje, lo cual le otorga una relevancia predominantemente social.

Contenidos del programa

1. Sociología y Diseño Gráfico

- La Sociología como disciplina: su objeto de estudio.
- La sociedad como sistema. Los paradigmas sociológicos como modelos.
- El objeto del Diseño Gráfico: distintos enfoques y definiciones.
- Relaciones existentes y potenciales entre el DG y la Sociología. Espacios epistemológicos compartidos.

2. Cultura y ambiente

- Naturaleza y cultura. Procesos de socialización: el "otro" significativo y el "otro" generalizado.
- Cultura y ambiente. Cultura mediática y ambiente mediático.

La realidad construida. La metáfora social.

- El DG como generador de "realidad".

3. El universo institucional

- Diversos enfoques sobre el concepto de institución. El concepto de rol.
- El proceso de institucionalización: simbolización, objetivación, tipificación y legitimación.
- Las producciones humanas "opacas". En que consiste la institucionalidad.

UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES
FACULTAD DE ARQUITECTURA DISEÑO Y URBANISMO
CARRERA DE DISEÑO GRAFICO

Asignatura: SOCIOLOGIA
Cátedra: BAGGIANI

AÑO ACADEMICO
CUATRIMESTRAL OPTATIVA

4. El DG como generador de institucionalidad

- Institución y representación institucional.
- El DG como generador de legitimidad. Lenguajes, morfología, y legitimidad: los niveles de legitimación y los universos simbólicos.

Bibliografía básica

Arfuch, L., Chaves N. y Ledesma M.: Diseño y comunicación. Teorías y enfoques críticos. Paidós Editorial, 1997.

Baggiani Franco: La función social del diseño. Revista Tipográfica N° 16. Buenos Aires 1992

Berger, Peter L, Luckmann Thomas: La construcción social de la realidad. Amorrortu Ed. Buenos Aires, 1972

Castoriadis, Cornelius: La institución imaginaria de la sociedad. Tusquets Ed. Buenos Aires, 1993

Chaves, Norberto: La imagen corporativa. Ed. Gustavo Gilli. Barcelona 1988

Frascara, Jorge: Diseño gráfico y comunicación. Ed. Infinito. Buenos Aires 1989

Gallopin, Gilberto C.: El concepto de ambiente humano. Revista Ambiente N° 13. La Plata 1982

Gerth H: Wright Mills C. Carácter y estructura social. Paidós. Buenos Aires 1985

Lechner, Norbert. Por un análisis político de la información. Revista Crítica & Utopía. Buenos Aires 1982

Mons, Alain: La metáfora social. Ed. Nueva Visión. Buenos Aires 1994

Prieto Castillo, Daniel: Diseño y Comunicación. Universidad Autónoma Metropolitana. México DF 1987

Ricard, André: ¿Diseño por que?. Ed. Gustavo Gilli; Barcelona 1982

Fichas de la cátedra

Bibliografía complementaria

Bell, Daniel: Las contradicciones culturales del capitalismo. Alianza Editorial. Madrid 1987

Cazeneuve, Jean: La sociedad de la ubicuidad. Ed. Gustavo Gilli; Barcelona 1986

Eco Umberto: La estrategia de la ilusión. Ed. Lumen/de la Flor; Buenos Aires, 1987

Gonzalez Ruiz, Guillermo: Estudio de diseño. Emecé Editores, 1994.

Habermas Jürgen: Teoría de la acción comunicativa. Taurus. Avellaneda 1989

Lipovetzky,....: La era del vacío. De.....

Maldonado, Tomás: Lo real y lo virtual. Gedisa Editorial, Barcelona 1994.

Maturana R. Humberto; Varela G. Francisco: El árbol del conocimiento. Editorial Universitaria. Santiago de Chile 1986

Mead, George H. Espíritu, persona y sociedad. Paidós. Buenos Aires 1975

Virilio, Paul: El arte del motor. Aceleración y realidad virtual. Manantial Editorial, 1993.

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

Asignatura: SOCIOLOGIA
Cátedra: BAGGIANI

AÑO ACADÉMICO
CUATRIMESTRAL OPTATIVA

Watzlawick, Paul; Beavin JH; Jackson DD. Teoría de la comunicación humana. Ed. Tiempo Contemporáneo, 1971

Watzlawick, Paul. ¿Es real la realidad? Herder. Barcelona 1979

Wilden, Anthony. Sistema y estructura. Alianza Ed. Madrid 1978

TRABAJOS PRACTICOS

La Cátedra desarrolla sus actividades prácticas a fin de encuadrarlas en un marco más específico de docencia/investigación.

Considerando que el espacio urbano público constituye una dimensión física privilegiada en la cual se conjugan –de un modo real y no meramente metafórico– manifestaciones sociales –cuyo análisis es propio de la disciplina Sociología– y un ámbito excepcional de despliegue del Diseño Gráfico.

Es voluntad de la Cátedra elaborar y, desarrollar un proyecto de investigación acerca del Diseño Gráfico en los espacios públicos, que, además de satisfacer objetivos específicos, permita articular la Carrera de Diseño Gráfico con algunas de las investigaciones FADU/UBA, que se realizan sobre la temática de los espacios públicos.

Este Proyecto adquiere sentido a partir de la hipótesis de que las expresiones del DG varían tanto en sus aspectos morfológicos y semánticos como en el contenido y la orientación de sus mensajes según el encuadre legal, económico o cultural dentro del cual ciertos espacios se instituyen como públicos.

Guía de Trabajos Prácticos

A lo largo del cuatrimestre el alumno debe "reconocer" en profundidad determinados ámbitos de la Ciudad de Buenos Aires, especialmente significativos por la relevancia institucional de sus espacios públicos y privados.

Sobre la base de tal reconocimiento, debe elaborar un "producto gráfico" en el que se conjugue y exprese la articulación entre los contenidos teóricos de la materia con las conclusiones del reconocimiento efectuado.

Lic. Francisco Baggiani
Profesor Titular