



Provincia de Buenos Aires
Dirección General de Cultura y Educación
Dirección de Educación Artística
Escuela de Arte de Luján

Tecnicatura en Diseño Gráfico
P.R.N° 13253/99

Proyecto 2019
Sociología de la comunicación – 3° año
(Vinculaciones contextuales)

Profesora Simone Claudia

Funciones de la cátedra

La Cátedra es un espacio abierto y reflexivo para el debate plural y democrático destinado a tratar las categorías de análisis y conceptos claves para conocer cuál es la función de los medios en la construcción de la identidad social y cómo funcionan los mecanismos que dichos medios utilizan en este proceso.

Se intenta ofrecer a los estudiantes, una serie de claves que permitan comprender la importancia de la comunicación social y la influencia que los medios tienen en la configuración de las sociedades modernas, vinculando todos los contenidos con el ejercicio profesional.

Su función es la de capacitar en el conocimiento del discurso comunicativo mediante la incorporación del análisis sociológico en las producciones gráficas utilizando los recursos de los medios tradicionales y los de los nuevos medios interactivos.

Esta asignatura ofrece conocimientos teóricos prácticos que permiten la comprensión y la reflexión de la realidad social, cultural y de la comunicación partiendo de un tratamiento panorámico, mediante el cual es posible demarcar el campo específico de fenómenos sociales, analizar su variada problemática y asimilar los conceptos y la terminología correspondiente. Por otra parte, se pretende situar la sociología y la comunicación en el marco de las ciencias sociales y su especificidad con relación al diseño.

Fundamentación Teórica

La Sociología es una disciplina fundamental para la comprensión de la sociedad contemporánea, cada vez más dinámica y compleja.

Al ser una ciencia multifacética, entrega muy buenas herramientas a los profesionales para comprender y explicar las diversas realidades a las que ellos se ven enfrentados en sus respectivos campos de desempeño profesional.

Uno de los ámbitos privilegiados de estudio de la Sociología es la comunicación humana, tanto desde el punto de vista teórico, como en la realización de investigación de campo.

Esta asignatura al proponerse mostrar los distintos paradigmas existentes dentro de la Sociología que estudian sistemáticamente el fenómeno de la comunicación humana, particularmente en nuestra sociedad contemporánea, se convierte en una materia de gran importancia dado que la comunicación es el área que da razón de ser al diseño gráfico y representa el origen y el objetivo de todo trabajo.

Dichos contenidos aportan al profesional del diseño elementos que contribuyen a la formación del criterio que le permite ser capaz de poner en una perspectiva correcta y justa la realidad social y la acción comunicativa buscada teniendo en cuenta que los estudios sobre la comunicación son la base a partir de la cual se desprenden las teorías de efectos e

influencias de los medios en la sociedad.

En ese sentido la asignatura permitirá a los estudiantes conocer la naturaleza humana de la comunicación y su trascendencia para la vida social, de tal manera que en el momento de desarrollar el componente práctico de su carrera tengan los elementos conceptuales suficientes para fundamentar su actuar.

Así, a través de la misma se construye una relación permanente entre teoría y práctica dando consistencia interna al ejercicio profesional.

Teniendo en cuenta que toda imagen diseñada, colocada en el espacio público comunica un espectro impredecible de mensajes, además de transmitir el mensaje específico que la ha generado, ésta contribuye también a la construcción de la cultura, promoviendo modelos de pensamiento y conducta que influyen en la manera en que la gente se relaciona tanto con los mensajes, como con las cosas y con las otras personas. "Los colores, las formas, las calidades de superficie, las características de la luz, la escala, la direccionalidad, y todo lo que sabemos respecto de la historia de un objeto, mas la historia personal de nuestras experiencias directas, contextualizan a nuestra percepción, la cargan de significado generando una respuesta compleja que integra conocimientos, sentimientos y valores".

El diseño, entendido como un sistema comunicativo en un contexto sociocultural determinado, con un lenguaje propio, no está al margen de los cambios producidos en la sociedad por los medios y emplea la revolución tecnológica del siglo XX según aspectos tecnológicos (selección del medio para la transmisión del mensaje), democráticos y de consumo (noción de "un arte para todos").

La posibilidad de utilizar los medios impulsa al diseñador a replantearse una nueva relación entre el objeto de diseño y su recepción por parte del público, ya que se modifica el modo de transmitir el mensaje y también su lenguaje.

Los profesionales del mañana tienen necesidad de adquirir un nivel de formación elevado para estar listos y ser capaces de adaptarse a los cambios futuros explotando todas sus posibilidades.

Expectativas de Logro

- Concebir el Diseño Gráfico como un factor emergente de nuestra sociedad y de nuestra evolución y cultura, considerando consecuentemente las interrelaciones existentes.
- Estructurar un enfoque metodológico teórico-práctico integrador, que posibilite una concepción abarcativa de las diversas problemáticas de la comunicación visual en tanto actividad proyectual, vinculándolo con las otras áreas y disciplinas del diseño de la comunicación.

- Considerar los múltiples y diversos factores condicionantes -económicos, sociales, culturales, históricos- que convergen en el desarrollo del proceso proyectual.
- Establecer un diálogo permanente y dinámico con el alumnado tendiente al enriquecimiento constante de la disciplina y al cultivo en el estudiante de una conciencia crítica y reflexiva.

Propósitos del Docente

- Contribuir a la apertura y solidez de criterio del alumno, a partir de la discusión y la investigación de todas las fases del conocimiento relacionadas con el campo de la Sociología y la Comunicación, en tanto marco conceptual en que la disciplina se inserta.
- Contribuir a la formación de un perfil de estudiante con inteligencia visual y espacial, reflexión crítica, sensibilidad, creatividad e imaginación, capacidad analítica y sentido estético.

Encuadre Metodológico

Este proyecto será implementado mediante la modalidad de Aula Taller, a modo de organizar la enseñanza mediante el “aprender haciendo”, como construcción del aprendizaje, responde a una planificación anual del trabajo del aula, que es coherente y se desprende del proyecto curricular institucional.

Se propicia la participación de los alumnos, el trabajo grupal y el intercambio de ideas como medio para la adquisición de procedimientos y el desarrollo de actitudes esperadas, orientados por un docente asumiendo un papel creativo.

La Cátedra es un espacio abierto y reflexivo para el debate plural y democrático sobre el estudio de la Sociología y la Comunicación como herramienta para el análisis social crítico. El proyecto tiene el propósito inicial de “hacer algo”, de ahí que se plantee la realización de una producción final.

Los trabajos se presentarán con un grado de complejidad creciente y relacionados con problemáticas reales de Diseño que facilitarán, junto a la exposición y análisis de los contenidos por parte del docente, la realización de dicho trabajo final.

Unidad I *Introducción a la Sociología*

La sociología: surgimiento y características. Orígenes. La sociología como estudio de las relaciones sociales - Teorías sociológicas clásicas y contemporáneas.

Integración y cultura - Cultura y sociedad - El proceso de socialización - Clases sociales, estratificación y movilidad social – Las instituciones sociales - Los grupos sociales – Poder y dominación en la sociedad - La socialización del conocimiento, el placer, la educación o la cultura. Cambio social y nuevas perspectivas sociológicas.

Unidad II *Sociedad y comunicación*

Origen y desarrollo de la sociología de la comunicación - La comunicación humana, social y visual – La sociedad de masas y la cultura de masas - El diseño como comunicación social - Opinión pública y medios de comunicación Los efectos de los medios - La relación entre tecnología y sociedad - Los medios de comunicación y su impacto social - La Mass Communication Research – Autores y teorías - Teoría crítica: la Escuela de Frankfurt - El estructuralismo y la perspectiva interpretativa.

Unidad III *El proceso comunicacional*

Modelos: De la semiótica a la pragmática - Bases psicosociales de la comunicación: El proceso de percepción, actitudes y valores - Opinión pública y medios de comunicación - Paradigmas del Diseño - La construcción de estereotipos - Información y nuevas tecnologías - Estudio de casos: Los procesos de opinión pública en los medios - Técnicas para análisis del contenido de los medios - La opinión pública en el siglo XX. Las aportaciones de Jürgen Habermas, Noelle-Neumann y Niklas Luhmann

Unidad IV *La comunicación Gráfica*

La comunicación gráfica en el tiempo - Sociedad y comunicación publicitaria - El rol de la publicidad - Medios y sistemas - Criterios de planificación de estrategias - Segmentación del mercado - Público - Semiótica de los mensajes publicitarios - Retórica - El objeto publicitario - Estrategias - Aviso, campaña, institucional y de producto – Análisis de las estructuras publicitarias - Vía pública, cine, radio y TV - Repercusiones sociales de las nuevas tecnologías y la comunicación - La publicidad en Internet.

Unidad V *El diseño social*

Acerca del diseño Social – Proyectos de diseño social, análisis y elaboración de proyectos.

Recursos

Los contenidos a trabajar serán abordados de manera teórico – práctica mediante la exposición oral del profesor, quien además utilizará todo aquel material didáctico que el contenido trabajado requiera, como ser: Computadoras, reproducciones, video, libros, apuntes, gráficos, cd`s, proyector y pantalla, etc.

El docente tendrá a cargo el facilitar los apuntes teóricos que los alumnos requieran para su fichaje, como así también todo material bibliográfico utilizado.

Presupuesto del tiempo

El proyecto se desarrollará a lo largo de todo el año lectivo 2019, con una carga horaria de 2 (dos) módulos semanales. Se destinará el tiempo correspondiente al 1º cuatrimestre al desarrollo de las unidades I y II y en el 2º cuatrimestre estará destinado a las unidades III y IV y V.

Se establecen dos parciales, uno en el mes de Julio y el otro en Noviembre, aquí deberán presentarse los trabajos correspondientes.

Bibliografía

Del Docente

Balle, F.; Emery, G. Los nuevos medios de comunicación masiva, México: Fondo de cultura económica, 1993.

de Moragas, M (comp.). Sociología de la Comunicación de Masas – Edit. Gustavo Gili, 1985.

Casasus, J.M. Teoría de la imagen. Barcelona - Salvat, 1973 (Biblioteca Salvat de Grandes Temas, 29)

Eco, U.. Apocalípticos e integrados ante la cultura de masas. Barcelona - Lumen, 1975.

Knapp, R. La comunicación no verbal. Barcelona - Paidós, 1982.

McLuhan, M. El medio es el mensaje. Buenos Aires - Paidós, 1972.

Wolf, M. Teorías de la comunicación de masas. Barcelona - Paidós, 1992.

Berlo, D. K. El proceso de la comunicación. Buenos Aires - El Ateneo, 1973.

Gubern, R. La imagen en la cultura de masas. Barcelona - Bruguera, 1981.

McLuhan, M. La comprensión de los medios como extensiones del hombre. México - Diana, 1973.

Steinberg, O. Semiótica de los medios masivos. Buenos Aires - Atuel, 1993.
Paradedá, Daniel. Sociología. Buenos Aires - Editorial Maipue., 2007.
Bernhard Badura, Introducción a la sociología de la comunicación – Ariel Editora S.A., 1979
Muller – Brockmann, Josef , Historia de la Comunicación Visual – Editorial Gustavo Gili. España, 2006
Thomas O`guinn, Chris T. Allen – Richard Semenik , Publicidad y comunicación Integral de Marca – Edit. Thompson Internacional, España, 2006.
Perez Ruiz, Miguel Angel, Fundamentos de las estructuras de la publicidad – Síntesis Editorial, 1998.
Discurso de la publicidad, Antologías - Editorial Colihue, 1997.
Aparici, Roberto y García Matilla, Agustín. Lectura de Imágenes – Editorial De La Torre, Madrid, 1998.
Gonzalez Ruiz, Guillermo. Estudio de Diseño, Emecé editores, Argentina, 1994.
Berger, Peter y Luckman, Thomas, “La Construcción Social de la Realidad” Amorrortu Editorers, Buenos Aires, 2003.

Del Alumno

El alumno se manejará con apuntes preparados por el docente los cuales de desprenderán de su bibliografía. Dichos apuntes contarán con los datos correspondientes a título de libro, autor, editorial, fecha, etc.

Articulación con la práctica y experiencia laboral

La inserción de profesionales de la comunicación visual ha evolucionado en los últimos años y la participación de estos dentro de organismos públicos y privados se manifiesta como una constante.

Las variables responden a la incorporación de diseñadores en agencias de publicidad, editoriales, empresas de servicios y empresas medianas o grandes donde existe un área de diseño propia y específica.

Como aporte a la práctica, se orienta el aprendizaje a la resolución de problemáticas reales vinculadas con la disciplina. De acuerdo al perfil del egresado, este deberá adquirir competencias que le permitan insertarse en el mercado y mantenerse actualizado, es por ello que los casos de análisis e investigación estarán vinculados a la actualidad del mundo del diseño de comunicación y es así que, las actividades se orientan con el objetivo de enriquecer la práctica profesional.

Como pautas generales de evaluación se plantea:

- Actitud creativa consiente, interés y experimentación,
- Recurso de utilización de conocimientos previos, participación y propuestas,
- Criterios y estrategias, integración de la información.

La evaluación se hará en forma constante, cualitativa y cuantitativamente.

Finalizado cada cuatrimestre, se evaluará en forma numérica, dicha nota se desprenderá del promedio de notas de los trabajos prácticos presentados en el transcurso del mismo; ambas notas (1° y 2° cuatrimestre), será promediada con la calificación del proyecto de integración o proyecto final, la misma será la nota final de la materia.

Obteniendo una nota de 7 (siete) o más de 7 (siete) en cada cuatrimestre permitirá acreditar el espacio sin examen final (promoción) y si se obtuviera de 4 (cuatro) a 7 (siete) deberán rendir examen final.

Se tendrán en cuenta en dicha evaluación, tanto los contenidos como los procedimientos y las actitudes de cada alumno en las distintas actividades.

Para la evaluar se utilizará el sistema de calificación decimal de 1 (uno) a 10 (diez) puntos.

Para acreditar el espacio el alumno deberá obtener una calificación de 7 (siete) o más puntos la cual le permitirá promocionar la materia.

Se deberá cumplir además con el 80% de asistencias.

El docente realizará una devolución a cada alumno, de los resultados obtenidos en las evaluaciones, especificando logros, dificultades y errores en un plazo no mayor a los diez días, a partir de la fecha de evaluación.

El alumno que desaprobe un cuatrimestre, podrá recuperar por única vez, en la fecha estipulada para tal fin. Aquel alumno que desaprobe los dos cuatrimestres deberá recurrar el espacio.

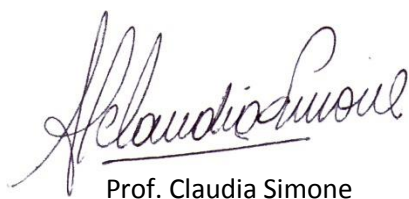
Es condición para aprobar el espacio, aprobar la cursada, aprobar el espacio curricular que conste como requisito para la cursada en las correlatividades de los Diseños Curriculares, aprobación de un exámen final si no hubiere promocionado la materia, ante una comisión evaluadora constituida por tres profesores y presidida por el profesor del espacio. Esta evaluación será calificada en escala numérica de 1 (uno) a 10 (diez) puntos. La nota de aprobación será de 4 (cuatro) o más puntos sin centésimos.

La evaluación cuantitativa responderá a la normativa vigente para el Nivel Superior de la Provincia de Buenos Aires, Resolución 4043/09: Régimen Académico y al Plan de Evaluación Institucional.

Exámenes en condición de alumno libre

Una vez realizada la inscripción para rendir en dicha condición, para acceder al examen final, el alumno deberá solicitar la propuesta pedagógica, la cual rendirá en su totalidad, más un trabajo práctico que solicitará al docente entre los meses de agosto / septiembre, dentro de ese plazo el docente le dará las pautas de su realización.

El examen constará de una parte escrita y luego de aprobar la misma, una parte oral sumada a la presentación del trabajo solicitado.



Prof. Claudia Simone