

UNIVERSIDAD DE COSTA RICA
Sede de Occidente
Departamento de Filosofía Artes y Letras
Programa del curso : AP- 1303
I ciclo 2004

Comunicaciones 1

Profesor: M.A. Herbert Zamora
Créditos: 1
Horario: M 8.50 am a 11.50m.

PRESENTACIÓN

En este curso se revisan las acciones teóricas orientadas al reconocimiento de los fenómenos de la significación de la producción visual.

La comunicación ha existido como forma específica de interacción social desde que el hombre se ha organizado en comunidad y ha generado una conciencia de su ser colectivo. La comunicación humana es la producción de información: que produce mensajes, que genera flujos, los difunde y distribuye entre diferentes receptores, públicos y audiencias.

Durante los últimos treinta años, la aplicación de los esquemas lingüísticos derivados de las corrientes estructuralistas y postestructuralistas, han extendido su radio de acción al campo de las artes visuales.

El hecho estético visual depende cada vez más de un proceso comunicativo, que lo constituye en un lenguaje complejo, compuesto de signos, códigos y mensajes. Este fenómeno, ha conducido a definir al arte visual como una estructura lingüística que se traduce mediante el término de los metalenguajes. Muy en particular, esta concepción de lectura de la imagen y la palabra se torna en una herramienta imprescindible para todo profesional en las artes gráficas y con ellas la plástica en general.

En este sentido, el presente curso pretende reconocer y diferenciar el conjunto de las relaciones presentes en el fenómeno de la comunicación en general, con el fin de convertirlas en aplicables al discurso gráfico-visual. Ello contemplará una introducción en tomo a las diversas propuestas de análisis que consideran a las artes como un sistema codificado de signos culturales (fenómenos culturales que se encuentran organizados en sistemas de acuerdo con unos códigos preestablecidos), capaces de estructurar un lenguaje particular compuesto de: Imágenes, sonidos y la palabras.

OBJETIVO GENERAL

Introducir al estudiante en las teorías y discursos que conforman los textos visuales y escritos como un corpus transmisor de mensajes compuestos por: Signos , iconos y símbolos.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Identificar la función de los sistemas semióticos presentes en todo proceso comunicativo

2. Distinguir las dimensiones socio-culturales, político-económicas e ideológicas del enunciado artístico y los nexos que este tiene con la semiosis que condicionó su creación (conceptos de genotexto y fenotexto)
3. Reconocer el dialogismo de los productos metalingüísticos (relaciones entre intertextualidad e interdiscursividad)
4. Distinguir los recursos comunicativos en que se sustenta el estilo de cualquier proceso artístico y de comunicación.

CONTENIDOS

Introducción

Definición y delimitación teórica de la historia del lenguaje visual y su nexo con los procesos de comunicación.

PRIMERA PARTE

Reconocimiento razonado de la diversa terminología presente en el fenómeno de la comunicación: ideología, cultura, signo, símbolo, estructura, texto, etc.

- a) La comunicación
- b) Forma, contenido y significación.
- c) Producción artística e ideología
- d) Género y comunicación
- e) Semiótica: Ch. S. Peirce: Icono, índice, símbolo. primariedad, secundariedad, terciariedad. lógica y semiótica.
F. de Saussure: Sincronicidad y diacronicidad. La escisión del signo. Sintagma y paradigma. Lingüística y semiología
- f) Presencia de estructuras mítico/arquetípicas en producción artística y los subsecuentes procesos de comunicación.
- g) Dialogismos culturales

SEGUNDA PARTE

Los lenguajes desde el punto de vista semiótico:

- a) Artes Gráficas (concepto general)
- b) Arquitectura
- c) Texto Literario
- d) Fotografía
- e) Publicidad
- f) Cine, Video
- g) Discurso Publicitario
- h) Cultura y élite vrs cultura popular
- i) Discurso Dialógico Cultural
- j) El fenómeno de la red

(En este punto el estudiante deberá presentar una propuesta analítica del punto elegido y presentarlo a los estudiantes, luego de ser discutido en conjunto en clase con el profesor)

METODOLOGÍA

Tendrá un carácter eminentemente magistral, sin embargo la participación de los y las estudiantes es clave para el aprovechamiento académico. del curso en beneficio de la carrera elegida y del grupo en general. Se contará; con materia! audiovisual y escrito que el o la estudiante está en la obligación de analizar y discutir en clase.

EVALUACIÓN En el curso se tomará muy en cuenta la asistencia y participación en las clases. En primera instancia el estudiante deberá realizar una breve lectura analítica de un texto literario o algún elemento cultural aplicándose los temas estudiados en la primera parte del curso. Todo trabajo poseerá una nota de exposición de trabajo en clase. El trabajo final se centrará en la segunda parte del curso, el mismo obligatoriamente debe poseer la siguiente estructura: producción, análisis y exposición. Estas exposiciones finales se fundamentan en una (re) lectura de todo lo estudiado en el curso, mediante la representación de las diversas y posibles lecturas multidisciplinarias que un mismo producto o tema puede ofrecer:

Asistencia y Participación	25 % (12.5 % cada una)
Trabajo de análisis	30 % (20% análisis, 10 % presentación)
Proyecto final (Producción)	45%

BIBLIOGRAFÍA

Amoretti, María. *Diccionario de Términos Asociados en Teoría Literaria*. San José, S Editorial Universidad de Costa Rica, 1992

Berger, Peter y Thomas Luckmann. *La construcción social de la realidad*, Buenos Aires, Edit. Amorrortu. 1989

Caamaño.MR. y otros *Conocimiento y comunicación*. Editorial Montesinos. Barcelona 1989

Casasús, José M. *Teoría de la imagen*. Editorial Grammont. Lausanne ,1973

Colombo, Eduardo y otros . *El imaginario social*. Edit. Nordam Comunidad. Montevideo,1993

Davis, Flora. *La comunicación no verbal*. Editorial Alianza. Madrid.1995

Eco, U. . *Tratado de semiótica general*. Barcelona: Lumen 1977

Escamilla José Antonio *Publicidad y Vida Cotidiana*. Número 6, Año 2, febrero-marzo 1997 en :
<http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/anteriores/n6/publi.htm>

Garroni G. *Proyecto de semiótica* Editorial Eduardo Gili, Barcelona 1975

Lotman, Y.M. *Estructura del Texto Artístico*, Editorial Istmo, Madrid. 1978

Manzini, Ezio. *Artefactos*. Editorial Celeste, Madrid.1992

Magariños, Juan. *El signo*. Editorial Hachette, Buenos Aires:1983.

Mier, Raymundo *Signos, Cuerpos. La Clasificación de los Signos en Ch. S. Peirce* En *Razón y palabra* n21 febrero abril 2001 en:
<http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/anteriores/n21/21rmier.html>

MibBeleck, Reinold *La fotografía del siglo XX*. Editorial Tashen.Madrid.2001

Moles, A.A. *El afiche en la sociedad urbana* . Editorial Paidós. Buenos Aires. 1975

Péninou E.. *Semiótica de la publicidad*. Editorial Gustavo Gili. Barcelona1976

Rojas, José. *¿Cuán Virtual Es La "Realidad Virtual", ...Y La "No-Virtual"?* (*Evocaciones sobre imágenes, realidades, comunicación, cultura, arte y lo virtual*) En *Razón y palabra* n36 diciembre -enero 2003en:
<http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/anteriores/n36/jrojas.html#lb>

Rotta, Silvio. *Códigos humanos para comprender* En *Razón y palabra* n26 abril mayo 2002 en:
<http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/anteriores/n26/sriott.html>

Ritzer, George *Teoría Sociológica Contemporánea*, México, Edit. McGraw Hill. 1993

Saussure, Ferdinand *Curso de Linguística General*.Editorial Losada.. Buenos Aires.1945