



UNIVERSIDAD de COSTA RICA
Sede de Occidente
Filosofía, Artes y Letras
Comunicaciones I
AP-1303

Horas teóricas: 3
Trabajo Grupal: 2
Créditos: 1
Ciclo: I 2008
Profesor: Lic. Juan Bautista Ramírez Rodríguez.
E-mail: juambaus2002@yahoo.com
TEL: 813.01.89

Descripción del curso.

En este curso se revisan las acciones teóricas orientadas a 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 organizó 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 o audiencias.

Durante los últimos treinta años, la aplicación de los esquemas lingüísticos derivados de las corrientes estructuralistas y post-estructuralistas, 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 el 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 de 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 torno 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 un código preestablecidos), capaces de estructurar un lenguaje particular compuestos de: imágenes sonidos y la palabra.

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 el proceso comunicativo.

2. Distinguir las dimensiones socio-culturales, político-económicas e ideológicas del enunciado artístico y los nexos que tienen como semiosis que concisiono su creación (conceptos de genotexto y fenotexto).

3. Reconocer el dialogismo de los productos metalingüísticos (reacciones 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 sus nexos 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 significado.

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: sincronisidad y Diaconisidad. La escisión del signo. Sintagma y paradigma. Lingüística y semiológica.

f) presencia de estructuras mítico/arqueticas en producción artística y los subsecuentes procesos de comunicación.

g) dialogismo cultural.

Segunda Parte

Los lenguajes desde el punto de vista semiótico:

- a) Artes graficas (concepto general).
- b) Arquitectura.
- c) Texto literario.
- d) Fotografía.
- e) Publicidad.
- f) Cine y video.
- g) Discurso publicitario.
- h) Cultura y elite Vrs cultura popular.
- i) Discurso dialogico cultural.
- j) El fenómeno de la red. (En este punto el estudiante deberá presentar una propuesta analítica de Punto elegido y presentarlo a los estudiantes, luego de ser discutido en conjunto y en la 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 y de la carrera elegida y del grupo en general. Se contara con material audiovisual y escrito que el/la estudiante estará en obligación de discutir en clase.

Evaluación

En el curso se tomara muy en cuenta la participación del estudiante en clase y dentro del subgrupo, en primera instancia el estudiante deberá realizar una breve lectura analítica de un texto literario o algún elemento cultural aplicándose a los temas estudiados a la primera parte del curso todo trabajo poseerá una nota de exposición de trabajo en clase. El trabajo final se centrara en la segunda parte del curso, el mismo, obligatoriamente debe de 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

Proyecto	15%
Investigación	15%
Parcial I	30%
Producto final audiovisual	20%
Defensa del proyecto final	10%
Participación grupal	10%

Bibliografía

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

Berger, Peter y Thomas Luckman. *La Construcción Social de la Realidad*, Buenos Aires, Edit. Amorrortu. 1989

Bill Nichols, *La representación de la realidad*. Paidós. Barcelona, 1997

Caamaño. MR. Y otros, *Conocimiento y comunicación*. Editorial Montesinos. Barcelos, 1989

Casasus, José M. *Teoría de la Imagen*. Editorial Grammont. Lausanne, 1973.

Colombo, Eduardo y otros. *El imaginario social*. Editorial Norman Comunidad. Montevideo, 1993

Davis, Flora. *La Comunicación No Verbal*. Editorial Alianza. Madrid, 1995

Eco, U. *Tratado de Semiótica General*. Barcelona: Lumen, 1977

Escamilla, Jose Antonio. *Publicidad y Vida Cotidiana*. Numero 6, Año 2 febrero-marzo 1997 en www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/anteriores/n6/publi.html

Gabrio Zapelli, *Guión, escritura activa*. Editorial de la Universidad de Costa Rica, San José, 2002

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

Lotean, 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, Raimundo. Signos, cuerpos. La clasificación de los signos en Ch. S. Peirce. En Razon y Palabra n 21 febrero abril 2001 en:
www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/anteriores/n21/21_rmier.html

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

Moles, A. A. El Afiche en la Sociedad Urbana. Editorial Paidos Buenos Aires. 1975

Peninou, E. semiótica de la publicidad. Editorial Gustavo Gili. Barcelona, 1976

Rojas Jose. ¿Cuan virtual es la realidad virtual,...y la "No Virtual"? (evocaciones sobre imágenes, realidades, comunicación, cultura, arte, y lo virtual)

En razos y palabra n36 diciembre-enero 2003 en

www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/anteriores/n36/jrojas.html#jb

Rotta, Silvio. *Codigos Humanos para Comprender*. En razón y Palabra n 26 abril-mayo 2002 en:

www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/anteriores/n26/scriott.html

Ritzer, George. Teoría Sociológica Contemporánea. Mexico, Editorial, McGraw Hill. 1993

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

Serguei M. Eisenstein, *El sentido del cine*
Argentina Editores S.A. Buenos Aires, 1974