

**Universidad Nacional de La Plata**

**Facultad de Artes**

**Departamento de Diseño Industrial**

- 1) **Denominación asignatura:** Produccion de la Forma
- 2) **Ciclo Lectivo:** 2024
- 3) **Plantel docente:** Sergio A. Serrichio (titular) Federico Urbaneja (JTP) Amalia Deluchi (ayudante de 1°)
- 4) **Modalidad** anual
- 5) **Sistema de promoción** directa-indirecta
- 6) **Carga horaria semanal** 4 hs
- 7) **Fundamentación de la materia**

La idea fundante de la propuesta pedagógica se centra en el concepto de producción cultural de formas, entendiendo a las formas como formas producidas, a través de un sistema productivo de los discursos sociales que instala, en sus condiciones de producción, sus marcas.

El conocimiento científico y su historia conciernen a la producción de una cosa muy particular: el sentido. Ahora bien, el sentido sólo existe en sus manifestaciones materiales, en las materias significantes que contiene las marcas que permiten localizarlo

- 8) **Objetivos** General: **Indagar** en las variables de las relaciones forma-prestación, forma-comunicación, sistematicidad, y en la regulación de las variables. **Profundizar** los conocimientos con respecto a los elementos extra-textuales de las condiciones de producción: los modos en que se producen formas a la vez productivas.

Particulares: **Analizar** un objeto de diseño, y comprenderlo como emergente de un determinado contexto real, y **reconocer** los factores que intervienen en el proceso de la comunicación a partir de un método de análisis del fenómeno.

**Comprender** los objetos de diseño más allá de su función primaria entendiéndolos como portadores de mensajes. **Descubrir** que estos mensajes, constituyen otras funciones del objeto de diseño y por lo tanto transmiten otros sentidos.

**Identificar** con claridad los elementos de significación y evocación de un objeto, reconociendo los rasgos de Pertenencia y Pertinencia. Construcción de conjuntos sistémicos a partir de topologías formales.

## **Contenidos UNIDAD 1**“NOCIONES BASICAS SOBRE LA RELACION ENTRE DISEÑO Y SEMIOLOGIA”

### CONTENIDOS DE LA UNIDAD TEMATICA

Introducción a los conceptos de “Habla y Lengua” y su relación con los objetos. Información y comunicación inscripta en los objetos. Convenciones sociales y códigos.

Nociones básicas de significante, significado, signo. Particularidades del signo: señal, símbolo e ícono. Denotación y Connotación. Usos de los signos: informativo, incitativo, sistemático.

Factores que posibilitan la comunicación: emisor-canal-receptor. Semiología y diseño. Condiciones de producción de producción, condiciones de reconocimiento. Teoría de la discursividad. El discurso social. Concepto de marca u huella. Diseño y discurso.

Definiciones elementales en el proceso de comunicación: el código, la codificación, la decodificación, la complejidad, la complejidad estructural, la complejidad funcional, el medio, la información, la comunicación, la legibilidad la inteligibilidad, ruido, redundancia, desgaste, novedad, obsolescencia, la noción de feed-back.

Factores que intervienen en el análisis del mensaje de los objetos: el contexto, social, histórico y tecnológico. La empresa: estrategias colectivas e individuales, análisis de algunos casos. El diseñador y su rol. El producto: conducta proyectiva, nociones de homología y analogía. El receptor: modelo de conducta del consumidor. Factores culturales, sociales, personales, psicológicos, sociológicos.

## **UNIDAD 2**“LOS OBJETOS, EL MENSAJE Y SUS FUNCIONES

### CONTENIDOS DE LA UNIDAD TEMATICA

Análisis crítico sobre productos de diseño hoy. Algunas definiciones sobre el diseño.

Dimensiones del lenguaje de los objetos: Dimensión Sintáctica, Dimensión Semántica, Dimensión Pragmática. Monosemia y Polisemia.

Clasificaciones de las funciones del mensaje: El mensaje denotativo, referencial, El mensaje emotivo expresivo, El mensaje conativo, implicativo o conminatorio, El mensaje poético o autorreferencial, El mensaje fático, El mensaje Metalingüístico.

Objeto y función: Las funciones estético formales, Las funciones indicativas,

Las funciones simbólicas.

Relación entre forma y función: El Estilismo, El Formalismo, El Funcionalismo.

### UNIDAD 3 "SIGNIFICACIÓN Y EVOCACION"

#### CONTENIDOS DE LA UNIDAD TEMATICA

Significación y evocación, diferencias entre ambos conceptos. La intención de evocar. Objeto de diseño, objeto de arte. Campo de libertad estética, campo de dispersión en un objeto de diseño.

Principales estilos y movimientos estéticos: Art Nouvea, Art Deco, Racionalista Funcionalista, Styling, PopArt, Nuevo Diseño. Características y cualidades de los mismos.

Concepto de rubro. Rasgos de reconocimiento de rubro. Atributos visuales de la forma. Noción de pertenencia y pertinencia. Relaciones formales de vinculación e inclusión.

Definición de conjunto sistémico. Aspectos funcionales, formales, organizativos y visuales en un sistema: complementariedad formal, funcional, leyes de organización, coherencia en las terminaciones superficiales. Clasificación de los sistemas de productos.

- 9) Metodología de trabajo** La modalidad de la cursada es la del "taller". En el mismo se encuentra la correcta relación tiempo-espacio para la convivencia, la reflexión y la conceptualización; resulta "el lugar" para la participación y el autoaprendizaje. Por cierto, se supera la idea simple del taller como lugar para aprender haciendo: es ámbito también para el pensamiento, la experiencia reflexiva, el intercambio de ideas, la problematización, la investigación, el descubrimiento y la cooperación. El taller, en síntesis, puede convertirse en el lugar del vínculo, la participación, la comunicación y por ende, lugar de producción social de objetos, hechos y conocimientos.

La asistencia a las clases es obligatoria durante todo el ciclo lectivo y las horas de taller son tiempo de trabajo específico del alumno, no un espacio de mera corrección de trabajos ya realizados. Dentro de las mismas se dictan clases teóricas generales y particulares, y se realizarán presentaciones periódicas del trabajo realizado por el alumno.

Los ejercicios serán grupales y/o individuales, según los temas y objetivos.

El desarrollo se realizará en hojas formato A3. El mismo se deberá entregar al finalizar el trabajo práctico, siendo parte fundamental de la calificación final.

Previamente a la entrega final se realizará una preentrega obligatoria, una presentación de un borrador diagramado y con la información que se presentará en la entrega. La modalidad de ésta consistirá en una exposición oral con soporte gráfico del alumno o grupo.

- 10) Modo de evaluación** Se realizarán cuatro trabajos prácticos anuales, todos con su respectivo recuperatorio.

Solo se podrán recuperar los trabajos entregados.

Se evalúan dos parciales con sus respectivos recuperatorios, y de ser necesario evaluaciones rápidas sobre bibliografía y temas complementarios, además de los conceptos dados en clase.

La evaluación se define en relación a los objetivos básicos de la materia, y a los objetivos específicos de cada ejercitación, que son enunciados expresamente por los docentes en cada caso.

Nota final 4 o 5 promoción indirecta incluye examen final con los contenidos de la materia más la bibliografía obligatoria.

Nota final 6 o más promoción directa.

75 % de asistencia a clase

### 11) Bibliografía

Seissemiólogos en busca de un lector, edición ciccusla crujía, edición

1999. Capítulo Roland Barthes,

Apuntes de Semiótica y diseño; Rutilo García Pereyra

“Teoría y Práctica del Diseño Industrial”; Gui Bonsiepe

“Los Objetos” A. Moles, J. Baudrillard, P. Boudon, H. Van Lier, E. Wahl, V. Morin

Arte y Percepción Visual - Rudolf Arnheim –

Color – P. Zelansky y M. Pat Fisher – Ed. Tursen - 2001

Medios de Representación – 2ª edición - Alvarez / Urdain – Ed. Alsina – 2000.

Principios del diseño en color. W. Wong, G.G

Diseño, Historia y práctica del Diseño Industrial -Bernhad E. Burdek -1994-G.G.

Diseño Industrial T. I-II- Danielle Quarante-CEAC

Semiótica del producto - C. Negrini, Rostan y T. Fornari, Menoni -1992 -U.A.M

Diseño del siglo XX - CH. y P. Fiell - 2001 - Taschen

Introducción al análisis de la imagen - Martine Joly - 1993 - La Marca

Cultura social del producto - Medrano Chiapponi - 2005- Ediciones Infinito

Del objeto a la interfase - G. Bonsiepe - 1993 - Ediciones Infinito

### 12) Contacto [producciondelaforma@gmail.com](mailto:producciondelaforma@gmail.com) / [lg.produccion.forma/](http://lg.produccion.forma/) <https://aulaswebgrado.ead.unlp.edu.ar/course/view.php?id=3398>

Departamento  
de Diseño Industrial

FACULTAD  
**DE ARTES**



UNIVERSIDAD  
NACIONAL  
DE LA PLATA