



**Universidad Nacional de las Artes  
Área Transdepartamental de Crítica de Artes  
Maestría en Crítica y Difusión de las Artes**

**TALLER DE PRODUCCIÓN**

PROGRAMA

**Presentación**

El Taller de Producción supone un ejercicio intenso de las instancias teóricas y prácticas puestas en acción durante la cursada de la Maestría en Crítica y Difusión de las Artes. Propone enfrentar a los maestrandos con las tareas y saberes que se juegan en la crítica y la difusión de las artes.

El trabajo individual recorrerá los siguientes pasos:

- Realizar una primera definición de un proyecto de publicación impresa
- Explorar el escenario donde se inserta ese proyecto
- Planificar la estrategia del proyecto
- Generar pautas para arquitectura y organización general, diagramación, imágenes, tapa y textos verbales
- Producir algunos textos centrales para el proyecto: índice, prólogo o presentación, un capítulo, apartado o sección

**Objetivos**

El objetivo general de este taller es:

- Generar capacidades de planificación y coordinación orientadas a la realización de un producto comunicacional sobre arte, contemplando diferentes públicos: expertos, simples fruidores, artistas, críticos, galeristas, periodistas y otros.

**Objetivos operativos y funcionales**

- Comprender:
  - Las posibilidades y límites de todo proceso de planificación de la comunicación
  - Los diferentes niveles que se ponen en juego en la consistencia de una propuesta comunicacional en el campo del arte

- La complejidad propia de la construcción de la identidad estilística en la articulación de diferentes voces, géneros incluidos y soportes
- El ejercicio argumentativo que supone el desarrollo de un proyecto
- Desarrollar competencias vinculadas con:
  - El desarrollo de secuencias lógicas de abordaje de problemáticas de comunicación sobre productos artísticos
  - La identificación de actores relevantes y el análisis de escenarios comunicacionales
  - La elaboración de un plan de acción que contemple diferentes herramientas y públicos
  - Las prácticas de producción argumentativa en espacios compartidos con otras disciplinas, profesiones y oficios
  - La transposición de una propuesta comunicacional a diferentes soportes

## Contenidos

La actividad del taller será de carácter transversal en relación con el conjunto de los seminarios y talleres de la carrera. Por lo tanto, para la realización del trabajo final se utilizará como bibliografía la de todos los seminarios anteriores cursados y la específica del Taller de Producción (que trabaja sobre diferentes problemáticas típicas del ejercicio de planificación).

Los contenidos del trabajo estarán basados en los siguientes módulos:

A) Proposición de proyecto. Se deberá trabajar sobre un proyecto de publicación impresa, que haga referencia a una serie de obras o a una serie de artistas contemporáneos, dentro de cualquier lenguaje artístico. Una publicación con una única edición (no una publicación periódica) que asuma una perspectiva crítica o de difusión. Perfil de destinatarios, formato, color, calidad de papel y tamaño son libres. Puede incluir artículos críticos, ensayos, crónicas, entrevistas, análisis de obra, biografías, infografías o diferentes tratamientos de la imagen.

Además del título, se adosará una explicación, de no menos de 25 líneas, donde consten el objetivo general del proyecto y las razones por las cuales se cree que es conveniente este tipo de proyecto.

B) Informe de escenario. Un análisis que contemple:

- En una mirada diacrónica, en qué historia (personal o institucional) se inserta el proyecto.
- En una mirada sincrónica, con qué otras posibilidades “compite” (en términos, por ejemplo, de la atención o el tiempo de sus posibles públicos).

C) Estrategia. Se deberá definir cuál es la estrategia del proyecto. Implica: justificar la elección de esa serie específica y proponer una mirada singular.



D) Pautas que concreten esa estrategia en:

- Estructura, géneros incluidos
- Diagramación
- Imágenes
- Tapa

E) Textos a producir:

- Título
- Texto de presentación

En función de cada proyecto:

- Índice
- Prólogo o presentación
- Capítulo, apartado o sección

La elección de un lenguaje cinematógrafo, pintura, escultura, televisión, teatro, danza o cualquier otro, habilitará la consulta a los profesores de esa especialidad del Área Transdepartamental de Crítica de Arte.

### **Modalidad de trabajo**

Durante las clases el equipo docente expondrá problemáticas teóricas y prácticas ligadas a la cuestión de la difusión y crítica del arte. También trabajará casos representativos de momentos específicos del trabajo de planificación y producción y explicará los niveles y conceptos requeridos en el trabajo práctico. A partir de allí, y con mayor presencia en la clase a medida que avanza la cursada, se trabajará de manera presencial sobre los casos presentados por cada maestrando. Para ello se requerirá periódicamente la entrega de avances mediante la plataforma virtual.

## Bibliografía específica de referencia

### Sobre discursividad y planificación en comunicación:

- Sennet, Richard (2009): "Pericia. El experto sociable y el antisocial" y "El rostro de Jano de la obsesión. Historia de dos casas" en *El Artesano*. Barcelona: Anagrama.
- Steimberg, Oscar (2013) "Crear/investigar: fatalidad de una retórica de conflicto", "Utopías periodísticas argentinas: el uno, el otro y el espejo" y "Proposiciones sobre el género" en *Semióticas*. Buenos Aires: Eterna Cadencia Editora.
- Steimberg, Oscar (2017): "Prólogo" en *Historia gráfica del Di Tella*. Buenos Aires: Capital intelectual.
- Verón, Eliseo (1999) "Primera parte: Libros en el espacio" de *Esto no es un libro*. Barcelona: Gedisa.
- Traversa, Oscar (1984): "Los tres estados del filme" en *Cine: el significante negado*. Buenos Aires: Hachette.

### Sobre argumentación:

- Barthes, Roland (1990): "La red" de *La aventura semiológica*. Barcelona: Paidós.
- Bremond, Claude (1982): "El rol del influenciador" de AA.VV.: *Investigaciones retóricas II*. Barcelona: Ediciones Buenos Aires.

### Sobre gestión de la comunicación:

- Chaves, Norberto y Belluccia, Raúl (2003): "3.1. Los errores de gestión", "4.4 La redacción del programa de diseño", "4.5. La selección del servicio de diseño", "4.6 Evaluación de las propuestas de diseño", "4.7 El control de la implementación" de *La Marca Corporativa*. Buenos Aires: Paidós.

## Bibliografía complementaria

- Schlosser, Julius (1976): "Vasari" de *La literatura artística*, (trad. cast.). Madrid: Cátedra. [1ra edición 1924]
- Taine, Hipólito (1945): "Introducción" de *Historia de la literatura inglesa*, (trad. cast.). Buenos Aires: Editorial Americalee. [1ra edición 1864]
- Wölfflin, Heinrich (1971): "Introducción" y "Estilos individuales, nacionales y de época" de *Conceptos fundamentales de la Historia del Arte*, (trad. cast.). Madrid: Espasa-Calpe. [1ra edición 1915]
- Gombrich, Ernst H. (2000): "Norma y forma. Las categorías estilísticas de la historia del arte y sus orígenes en los ideales renacentistas" en *Norma y forma. Estudios sobre el arte del Renacimiento*, 1, (trad. cast.). Madrid: Debate.



## **Evaluación**

Dentro de las posibilidades del alumnado, se tratará de terminar el trabajo simultáneamente con el fin del curso.

Régimen de aprobación con nota final de cuatro a diez.

Los criterios que rigen la evaluación son:

- Capacidad de formular el proceso de planificación en términos de una secuencia lógica
- Capacidad de detección de las problemáticas más relevantes en el escenario donde se inserta el proyecto y de los márgenes de incertidumbre y riesgo que presenta
- Capacidad de aplicación de las herramientas de análisis adquiridas en la carrera
- Consistencia lógica entre las observaciones formuladas en el diagnóstico y la estrategia formulada en la planificación
- Despliegue de estrategias argumentativas

## **Docentes**

Sergio Ramos

Maria Alejandra Alonso