



PROGRAMA ANALÍTICO

1. DATOS GENERALES DE LA ACTIVIDAD CURRICULAR

ASIGNATURA: Análisis del Discurso Visual

Cátedra: Fiorini

- Plan de estudios: DG18
- Carga horaria total: 60 hs
- Carga horaria semanal: 4hs
- Duración del dictado: 1er y 2do cuatrimestre
- Turno: Noche
- Tipo de promoción: Directa

UBICACIÓN EN EL PLAN DE ESTUDIOS

CICLO SUPERIOR DE GRADO (GSG)

AÑO: 5

2. OBJETIVOS

- Comprender la importancia de la dimensión discursiva del diseño, como producto social y cultural.
- Conocer las bases y fundamentos teóricos de la metodología de análisis del discurso en su aplicación a enunciados visuales, audiovisuales, objetuales o transmediales.
- Construir una articulación teoría-práctica que permita a los/as alumno/as producir una interpretación crítica del diseño y la cultura visual.
- Reflexionar sobre las perspectivas teóricas estudiadas a través de un análisis interdisciplinar del diseño,

3. CONTENIDOS

Unidad Temática 1: El Análisis del Discurso como metodología

Tema, objetos y herramientas. Diferencias entre signo y discurso. La lectura social y cultural de las imágenes. Rasgos del discurso: contexto, orientación, acción, normas, interdiscurso. Pertinencia de la aplicación del análisis del discurso en enunciados visuales, audiovisuales, objetuales y transmediales.



Unidad Temática 2: La dimensión ideológica del discurso

Mitologías del diseño. La construcción de lo "real". El mito como sistema semiológico segundo. Forma y sentido. Retórica e ideología. El carácter cultural de la significación y su "naturalización". Estereotipos, clichés y formas cristalizadas en los enunciados visuales. Reproducción de sentido e innovación en el diseño.

Unidad Temática 3: Géneros discursivos en el diseño.

Los géneros discursivos y su diferencia con los estilos. Características temáticas, retóricas y enunciativas. Contexto, lugar, momento y soporte del género (análisis sincrónico). Fenómenos metadiscursivos asociados al género. El género en distintos soportes, medios y lenguajes. Transposiciones, hibridaciones y fronteras de los géneros. Concepto de antigénero. Géneros P y Géneros L. Géneros en el diseño argentino contemporáneo.

Unidad Temática 4: Figuras de la enunciación

El enunciador y el destinatario como entidades discursivas. Diferencias entre enunciación y enunciado. Dispositivos de enunciación y estrategias discursivas. Estrategias de opacidad y transparencia. Modelos del diseñador: objetividad / neutralidad y subjetividad / autoría en el diseño. Figuras del receptor, destinatario, usuario y prosumidor. La dinámica diseño / uso en la comunicación visual, audiovisual, objetual.

Unidad Temática 5: Los discursos transmedia

Nuevos enunciadores, prosumidores y dispositivos de enunciación en la discursividad transmedial. Interdiscursividad y polifonía en el diseño. Efectos de sentido: entrar en fase y desfase. Del polo de la producción al polo de la circulación y el reconocimiento del discurso. Medios, mediaciones e hipermediaciones. Paradigmas de la eComunicación. La retórica mutimedial: convergencia comunicativa



4) Modalidad de Enseñanza:

Análisis del Discurso Visual es una materia electiva y optativa (según el Plan de Estudios de las distintas carreras de FADU, UBA). Es una materia teórica de promoción directa y cursado cuatrimestral. Se dicta los días martes en el horario de 19 a 23.

-En el dictado de clases teóricas, basadas en los contenidos del programa, se plantean problemas conceptuales concernientes a la bibliografía. En las teóricas se analizan casos concretos vinculados al diseño.

-En los Trabajos Prácticos de análisis del discurso propuestos por la cátedra, se ponen en juego los contenidos de las teóricas, en base a la lectura de la bibliografía. Se realizan TP obligatorios en forma grupal y escrita, al principio clase a clase y luego en un Trabajo Final integrador de todas las unidades temáticas.

El Trabajo Práctico Final se centra en un análisis de los discursos tomando como objeto de estudio al diseño contemporáneo. Se realiza una investigación, con aportes bibliográficos para construir un objeto de estudio focalizado, una hipótesis sobre el mismo y una metodología de análisis. También se proponen herramientas de trabajo sobre la escritura académica.

5. Modalidad de Evaluación:

-Examen parcial individual presencial

-Aprobación de Trabajos Prácticos grupales, acerca de los contenidos de las unidades 1 y 2 del programa.

-Aprobación de Trabajo Práctico escrito de análisis (Trabajo Final), en forma grupal, integrando y revisando los contenidos teóricos del todo el programa. Aprobación de coloquio oral de análisis y comentario del trabajo, donde participan todos los integrantes del grupo.

6. Bibliografía básica:

AMOSSY, Ruth y HERSCHBERG, Pierrot. "Historia de las nociones", "Estereotipos y análisis del discurso", en *Estereotipos y clichés*

BARTHES, Roland. "El mito, hoy", "El vino y la leche", "Publicidad de la profundidad", en *Mitologías*. Madrid, Siglo Veintiuno, 1980.

FIORINI, Daniela y SOCOLOVSKY, Paula. "Mitos argentinos: Semiótica e identidad cultural", en *Society Magazine*, New York, Springer, Enero de 2014.



FIORINI, Daniela y SOCOLOVSKY, Paula. "Clarín vs. Barcelona: lecturas cómplices e irónicas", en Libro de Actas de IV Congreso Internacional de Semiótica, Septiembre de 2014.

MAINGUENAU, Dominique. "Enunciado y contexto", "Diversas competencias", "Discurso, enunciado y texto" y "Tipos y géneros discursivos" *Análisis de textos de comunicación*. Buenos Aires, Nueva Visión, 2009.

SCOLARI, Carlos. "El modelo semio-cognitivo de la interacción", en *Hacer clic. Hacia una sociosemiótica de las interacciones digitales*. Barcelona, Gedisa, 2004.

SCOLARI, Carlos (2009) "De los nuevos medios a las hipermediaciones", en *Hipermediaciones, Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*, Barcelona, Gedisa.

SCOLARI, Carlos (2013) "¿Qué son las narrativas transmedia?" y "Contenidos generados por los usuarios", en *Narrativas transmedia. Cuando todos los medios cuentan*. Barcelona, Deusto.

SONTAG, SUSAN. "La imaginación del desastre" y "Notas sobre lo camp", en *Contra la interpretación*. Buenos Aires, Alfaguara, 1996.

STEIMBERG, Oscar *Semióticas. "Proposiciones sobre el género", en Las semióticas de los géneros, de los estilos, de la transposición*. Buenos Aires, Eterna cadencia, 2013.

VERON, Eliseo. "Cuando leer es hacer: la enunciación en la prensa gráfica", "Prensa gráfica y teoría de los discursos sociales: producción, recepción, regulación", y "El discurso publicitario o los misterios de la recepción", en *Fragmentos de un tejido*. Buenos Aires, Gedisa, 2004.

VERON, Eliseo. "Mercado y estrategias enunciativas", "Entidades discursivas" y "Espacios enunciativos y apropiativos", en *Esto no es un libro*. Buenos Aires, Gedisa, 1999.

Bibliografía Complementaria:

ANGENOT, Marc (2010) "Funciones del discurso social", en *El discurso social. Los límites históricos de lo decible y lo pensable*. Buenos Aires, Siglo Veintiuno.

ECO, Umberto. "El lector modelo", en *Lector in fabula. La cooperación interpretativa en el texto narrativo*. Lumen, Barcelona, 1999.

ECO, Umberto (1994) "Proemio" y "Acerca del vestido", en *Signo*, Barcelona, Labor, 1994.

FILINICH, María Isabel (2012). "El sujeto de la enunciación", en *Enunciación*, Buenos Aires, Eudeba.

FIORINI, Daniela y SCHILMAN, Leticia. "Apuntes sobre el sentido de la imagen", en *Visualidades sin fin*, Arfuch, L. y Devalle, V. (comp.), Buenos Aires, Prometeo, 2009.

JOLY, Martine, "Imágenes de la publicidad", en *Introducción al análisis de la imagen*, Buenos Aires, La Marca, 1999.



UBA, FADU.

Universidad de Buenos Aires Facultad de Arquitectura
Diseño y Urbanismo

VERÓN, Eliseo. "La palabra adversativa", en *El discurso político. Lenguajes y acontecimientos*. Buenos Aires, Hachette, 1987.

VERON, Eliseo. "La semiosis social", en *La semiosis social. Fragmentos de una teoría de la discursividad*. Buenos Aires, Gedisa, 1988.

ZECCHETTO, Victorino (coord.) *Seis semiólogos en busca del lector*. Buenos Aires, La Crujía, 2005.

