



## PROGRAMA ANALÍTICO

### 1. DATOS GENERALES DE LA ACTIVIDAD CURRICULAR

**ASIGNATURA:** *Comunicación 2, Cátedra Ledesma*

---

- Plan de estudios: *Carrera de Diseño Gráfico*
- Carga horaria total: *60 horas*
- Carga horaria semanal: *4 horas*
- Duración del dictado: *cuatrimestral*
- Turnos: *noche*
- Tipo de promoción: *con examen final*

### UBICACIÓN EN EL PLAN DE ESTUDIOS

---

CICLO SUPERIOR DE GRADO (CSG)      NIVEL 2

### 2. OBJETIVOS

La asignatura Comunicación 2 en la carrera de Diseño Gráfico asume propósitos tanto relacionados con la instancia de producción como de reconocimiento de obras de diseño. En tanto comunicación estratégica, el Diseño Gráfico planifica efectos que cubren determinada problemática. La desnaturalización de la mirada, la deconstrucción y el análisis permite mostrar cuántos de esos efectos planificados se manifiestan y cuáles son las ideas que, aun ocultas a los ojos del diseñador, modifican o influyen en la interpretabilidad.

*Consideramos al diseñador un operador cultural, comunicador, analista y crítico de la sociedad contemporánea y, al diseño, una práctica social e histórica. Y que la enseñanza del diseño en la universidad pública no puede desconocer su papel como agente crítico de transformación social y de liberación respecto de posiciones hegemónicas. Teniendo en cuenta estos principios, y articulando las problemáticas, la asignatura Comunicación 2 se propone:*

- Promover en los estudiantes una actitud reflexiva, para comprender la envergadura del diseño en la comunicación visual contemporánea y su valor estratégico en nuestro país en particular.
- Brindar herramientas conceptuales (teóricas y prácticas) propias de la retórica enunciativa, que favorezcan el análisis crítico de su propio quehacer, como productores de piezas gráficas en un marco social y cultural concreto.
- Proponer marcos analíticos para el análisis comparativo de producciones gráficas persuasivas, reconociendo estrategias retóricas diferenciadas y sus posibles efectos de sentido.
- Reflexionar sobre la cultura visual en la que el estudiante-diseñador se halla inmerso, favoreciendo la toma de distancia respecto de las autorrepresentaciones, estereotipos, imaginarios y valores que lo sujetan.
- Propiciar situaciones de enseñanza que involucren casos reales, donde sea posible transferir conocimientos hacia la comunidad.
- Concebir al diseñador como un operador cultural, explorando y habilitando redefiniciones de su propia identidad en cambiantes y complejos escenarios sociales.
- Favorecer la creatividad, iniciativa y autonomía estudiantil en relación con su propio aprendizaje y con la continuidad de su formación futura.



### 3. CONTENIDOS

#### Unidad Temática 1:

##### **La retórica: introducción**

La persuasión: orígenes de la máquina retórica. Función y vigencia de esta técnica en la sociedad contemporánea. Partes de la retórica relevantes en la comunicación gráfica: *qué decir* (inventio) y *cómo decir* (elocutio). Persuasión y Diseño Gráfico.

#### Unidad Temática 2:

##### **Argumentación retórica: ¿qué argumentos seleccionar?**

Los objetos del acuerdo y la construcción del verosímil. Lugares vacíos y llenos. Presunciones, valores, doxa. La lógica argumentativa. Conformación y encadenamiento de los argumentos. Géneros retóricos. Modalidades del decir-exhibir la argumentación en una propuesta gráfica. Análisis de casos de diseño, seleccionados del libro *Retóricas del Diseño Social*.

#### Unidad Temática 3

##### **Operaciones retóricas: ¿cómo hacer visibles los argumentos?**

Ruptura y transgresión para provocar impacto visual. La elocutio: tropos o figuras retóricas semánticas y sintácticas. Operaciones retóricas: supresión, adjunción, sustitución, construcción, permutación. Principales figuras retóricas en piezas gráficas. Extrañamiento, desautomatización de la percepción y seducción para potenciar argumentos persuasivos. Articulación de argumentos y figuras en el análisis de casos concretos. Análisis de casos de diseño, seleccionados del libro *Retóricas del Diseño Social*.

#### Unidad Temática 4:

##### **Ethos retórico enunciativo: ¿cómo construir un clima emocional favorable?**

El papel de las emociones en la argumentación. La vía psicológica: ethos del emisor y pathos del receptor. La enunciación pasional: tono, carácter y corporalidad. Escenas enunciativas, escenografías construidas en el universo visual. Función del ethos como garante de la argumentación: ethos prediscursivo y ethos como construcción discursiva. El juicio emocional. La empatía en la comunicación: su valor persuasivo. Las figuras retóricas como mediadoras entre argumentos y pasiones, entre el logos y el pathos. Análisis de casos de diseño, seleccionados del libro *Retóricas del Diseño Social*.

#### **Modalidad de Enseñanza:**

Cada encuentro consta de dos momentos diferenciados en sus espacios y estrategias didácticas.

El espacio de la clase teórica es motivador. La Profesora Titular expone los lineamientos teóricos y bibliográficos de cada unidad temática. Moviliza el interés de los estudiantes mediante la ejemplificación y el análisis de casos, que se exponen y discuten en presentaciones orales con apoyo gráfico y audiovisual.

Cada unidad se completa con el análisis de casos compilados en la bibliografía, en donde la puesta en práctica de las teorías y conceptos retórico comunicacionales, acercan las teorías a las prácticas reales, en situaciones concretas y actuales de interés público (campañas gubernamentales, institucionales, de movimientos sociales, etc.).

En los trabajos prácticos los estudiantes se agrupan en comisiones coordinadas por un par docente (novato y experto). Cada comisión recorre los contenidos teóricos de la asignatura anclándolos en el trabajo sobre una temática asignada (por ejemplo: alimentación, discriminación, problemática de género, identidades sociales o políticas, etc.).

Construyen un corpus colaborativo de piezas de diseño, que se sube y comparte en sitio web de la cátedra <http://www.comunicacionledesma.com.ar/comunidad/> (en el foro cerrado de cada comisión) para facilitar el acceso al material y agilizar la discusión. Realizan debates sobre ese tema, analizan las distintas estrategias retóricas



comparativamente, valorando los diferentes modos de construcción de mensajes persuasivos. Analizan los textos de la bibliografía y la aplicabilidad de los conceptos teóricos en el análisis del corpus. Cada estudiante elabora de modo individual y en grupo conclusiones de cada actividad.

Se prevé una jornada con participación de invitados, (en esta oportunidad sobre el tema Diseño Social), que favorece la interacción de los estudiantes con actores sociales relevantes.

La asignatura tiene una progresión temática espiralada. Cada unidad recicla información de modo recursivo e integrador, asegurando al final del curso la construcción coherente de un andamiaje conceptual articulado.

## Modalidad de Evaluación:

Aprobación de cursado: *asistencia y aprobación de 2 exámenes parciales.*

Aprobación de final: *examen final integrador de la asignatura.*

## Bibliografía

- **Bibliografía Básica:** disponible en formato digital en <http://www.comunicacionledesma.com.ar>

### Módulo 1. Función persuasiva del Diseño Gráfico

- AMOSSY, Ruth. 2000. "El *pathos* o el rol de las emociones en la argumentación" en *L'argumentation dans le discours* (París: Nathan).
- . 2000. "Entre logos y pathos: las figuras" en *L'argumentation dans la langue* (París: Nathan).
- . 2002. "Nueva retórica y lingüística del discurso", en Koren, R. y Amossy, R. *Après Perelman. Quelles politiques pour les nouvelles rhétoriques? L'argumentation dans les sciences du langage*, (París: L'Harmattan)
- BARTHES, Roland. 1970. La retórica antigua. en *Recherches rhétoriques, Communications 16*. Traducción castellana, *Investigaciones retóricas* (Buenos Aires: Tiempo Contemporáneo, 1972).
- CHARAUDEAU, Patrick y Dominique MAINGUENEAU. 2005. "Ethos" y "Pathos" en *Diccionario de Análisis del Discurso* (Buenos Aires: Amorrortu).
- COLLASIUS, Daniel. 1990. "Sobre la abducción" (Buenos Aires: Documento de Cátedra).
- DAGATTI, Mariano. 2011. "La noción de ethos y el estudio de la dimensión cóporo-gestual", cap. 1, *Tesis de Maestría en Análisis del Discurso*, UBA.
- LEDESMA, María. 2009. "Argumentación retórica" en LEDESMA, María, y Mabel LÓPEZ. *Comunicación para diseñadores* (Buenos Aires: Ed. FADU y Nobuko).
- LEDESMA, María. 2018. "Diseño Social o el pasaje de la proyectualidad objetual a la proyectualidad situacional" en *Retóricas del Diseño Social*, Ledesma María y Mabel López (comp.) Buenos Aires, Wolkowicz editores, 2018.
- LÓPEZ, Gustavo. 2014. "Colores primarios. Aproximación a los modos del decir en la comunicación visual" (mimeo).
- LÓPEZ, Mabel Amanda. 2018. "Sobre el uso de la técnica retórica al servicio de la persuasión social" en *Retóricas del Diseño Social*, Ledesma María y Mabel López (comp.) Buenos Aires, Wolkowicz editores, 2018.
- MAINGUENEAU, Dominique. 2009. "La escena de enunciación" y "El ethos" en *Análisis de textos de comunicación* (Buenos Aires: Nueva Visión).
- MAINGUENEAU, Dominique. 2010. "El enunciador encarnado. La problemática del Ethos", en revista *Versión 24*, UAM-X, México, 2010, pp. 203-225.
- PERELMAN CH. y L. OLBRECHTS-TYTECA. 1989. *Tratado de la Argumentación. La nueva retórica*. Parte III, pág. 117 a 290. Traducción española de Julia Sevilla Muñoz (Madrid: Gredos).

**Módulo 2. Casos de análisis** correspondientes a cada unidad temática. Los artículos seleccionados se detallan en el siguiente listado y están compilados en el libro:

- LEDESMA, María y LÓPEZ, Mabel (comp.). 2018. **Retóricas del Diseño Social** (Buenos Aires, Wolkowicz editores).



- CÁNEPA, Alejandro y Nadia MENOTTI. 2018. *Guiso Gráfico en el Garrahan. Arquitectura de una acción de diseño social*.
- ESEIZA, Emiliano y Óscar MARTIN. 2018. *Análisis retórico de los niveles de sexismo en la publicidad argentina*.
- KRATJE, Julia. Y DAGATTI, Mariano. 2018. *Estrategias visuales. La gráfica política en las elecciones legislativas (2011-2015)*.
- Le COMTE, Sofía y Nadia MENOTTI. 2018. *Lo útil, lo inútil, lo virtuoso y lo defectuoso. De qué se persuade en campañas públicas*.
- MAILLO PUENTE. Lucía y Erica PARRA. 2018. *Ideas e identidades en la prevención y asistencia del consumo problemático de drogas*.
- NIETO, María Laura. 2018. *Mujer Colonizada, Metáfora argumentativa y polémica en una formación social*.
- ROGNOLI ARANGO, Martín. 2018. *Un ethos bipolar. Wall-E- Una película infantil que desnuda problemáticas sociales*.
- ROVELLA del Río, Belén. 2018. *Tekhné Rhetoriké. Una visualización de la argumentación*.
- SANTÁNGELO, Miguel. 2018. *Retórica encarnada. Estudio comparativo del ethos retórico de campañas sobre la legalización del aborto*

## • Bibliografía Complementaria

- AICHER, Otl. 1991. *El mundo como proyecto* (Barcelona: Gustavo Gili) Traducción española por Joaquín Chamorro Mielke.
- . 1993. "El ojo del huracán" en Revista Tipográfica N° 20, pág. 12-15.
- ALESSANDRIA, Jorge. 1996. *Imagen y metaimagen* (Buenos Aires: Oficina de Publicaciones del CBC).
- ARFUCH, Leonor, María LEDESMA y Norberto CHAVEZ. 1997. *Diseño y comunicación. Teoría y enfoques críticos* (Buenos Aires: Paidós).
- BARTHES, Roland. 1982. *L'obvie et l'obtus. Essais critiques III* (París: Editions du Seuil), Trad. española por C. Fernández Medrano, *Lo obvio y lo obtuso. Imágenes, gestos, voces*, 2da ed. (Barcelona: Paidós, 1992). Capítulo: "Retórica de la imagen".
- . 1982. *Investigaciones retóricas I. La antigua retórica* (Buenos Aires: Serie Comunicaciones).
- BELLUCCIA, Raúl. 1999. "Patologías gráficas" en Revista Tipográfica N° 42.
- CHAVES, Norberto: 2004. "El diseño: ni arte ni parte" en *Arte ¿ ? Diseño. Nueve capítulos en una polémica que viene de lejos*, Calvera, Anna (ed.), pág. 119 a 138, (Barcelona: Gustavo Gili).
- FERNÁNDEZ, Silvia. 1996. "La comunicación, un factor secundario" en Revista Tipográfica N° 28, pág. 30-40.
- FONTANA, Rubén. 2004. "Reflexiones sobre la compleja relación entre el arte y el diseño" en *Arte ¿ ? Diseño. Nueve capítulos en una polémica que viene de lejos*, Calvera, Anna (ed.), pág. 75 a 85, (Barcelona: Gustavo Gili).
- GLASER, Milton. 2004. "El diseño y la ambigüedad" en Revista Tipográfica N° 63, pág. 28-31.
- GREIMAS, Algirdas Julien, y Joseph COURTES. 1979. *Sémiotique. Dictionnaire raisonné de la théorie du langage* (París: Hachette). Versión española por E. Ballón Aguirre y H. Campodónico Carrión, *Semiótica. Diccionario razonado de la teoría del lenguaje* (Madrid: Gredos, 1982).
- GROUPE μ (F. Edeline, J. M. Klinenberg y P. Minguet). 1992. *Traité du signe visuel. Pour une rhétorique de l'image* (París: Éditions du Seuil). Trad. española por Manuel Talens Carmona, *Tratado del signo visual. Para una retórica de la imagen* (Madrid: Cátedra, 1993).
- GUBERN, Roman. 1992. *La mirada opulenta. Exploración de la iconosfera contemporánea* (México: Gili). Capítulo 4: "Esplendor y miseria del cartel".
- LEDESMA, María. 2003. "Diseño y Comunicación" en *El Diseño Gráfico, una voz pública* (Buenos Aires: Argonauta).
- MOLES, Abraham. s.d. *L'affiche dans la société urbaine* (Paris: Dunod). Trad. española por Marcelo Sztrum, *El afiche en la sociedad urbana* (Buenos Aires: Paidós, s.d.).
- MUNARI, Bruno. 2004. "Artista y Designer" en *Arte ¿ ? Diseño. Nueve capítulos en una polémica que viene de lejos*, Calvera, Anna (ed.), pág. 31 a 55, (Barcelona: Gustavo Gili).
- REALE, Claudia, y Alejandra VITALE. 1995. *La argumentación. Selección, adaptación y comentarios* (Buenos Aires: Ars).
- SONTAG, Susan. 1970. "El afiche: publicidad, arte, instrumento político, mercancía" en *Fundamentos del Diseño*, pág. 239-265 (Buenos Aires: Ediciones Infinito).
- VILCHES, Lorenzo. 1991. *La lectura de la imagen. Prensa, cine, televisión* (México: Paidós).



**UBA, FADU.**

Universidad  
de Buenos Aires

Facultad de Arquitectura  
Diseño y Urbanismo

