

## PROGRAMA

### Objetivos generales

- Entender al diseño como producto cultural, en su dimensión discursiva.
- Manejar los grandes paradigmas de análisis: semiología, semiótica y análisis del discurso.
- Comprender el rol de la subjetividad y del contexto social en el análisis semiológico.
- Generar el desarrollo de un discurso crítico y una mirada analítica enfocados al análisis del diseño.

### Objetivos específicos

- Reconocer las diferentes nociones de "signo" y su relación con el diseño.
- Problematizar la conexión histórica que se ha generado entre imagen, verdad y realidad.
- Analizar los diferentes géneros discursivos y su relación con el diseño.
- Entender al diseño como espacio de construcción de identidades y relaciones de poder.
- Relacionar los marcos teóricos estudiados con la experiencia del alumno, en cuanto productor, consumidor y observador del diseño gráfico.

### Contenidos

#### Unidad 1: La semiología estructuralista. El mensaje publicitario.

-Pasaje del análisis lingüístico a la semiología. El signo saussureano: significado y significante. Nociones de denotación y connotación. El mito como sistema semiológico segundo. Lenguaje-objeto y metalenguaje. Forma y sentido. Naturaleza y cultura. El carácter cultural de la significación. La naturalización de la ideología. El mensaje publicitario: relaciones palabra/imagen. Funciones del mensaje lingüístico. La "lectura" de la imagen.

#### Unidad 2: La semiótica peirciana. Semiótica de la fotografía.

-La concepción triádica del signo y su diferencia con el paradigma estructuralista. El interpretante y la semiosis infinita. Relación entre el signo y su objeto: ícono, índice y símbolo.  
-Polémica acerca del iconismo en la fotografía. La foto como ícono: ¿mensaje sin código? La foto como símbolo: la semejanza como relación aprendida (Eco) Expectativa de verdad y reglas de transformación. La foto como índice: huella de lo real (Dubois). Capacidad de atestiguamiento, designación y singularidad. Relaciones entre fotografía, verdad y realidad.

#### Unidad 3: Análisis del discurso. Enunciación y género.

-La enunciación. Diferencias entre el discurso lingüístico y el discurso visual. Lenguajes con código débil y código fuerte. El problema de la unidad mínima y de la doble articulación. Diferencias entre lenguaje visual y verbal. Pasaje de la noción de signo a la noción de texto.  
-Los géneros discursivos y su diferencia con los estilos. Características temáticas, retóricas enunciativas. Fenómenos metadiscursivos. El género en distintos soportes, medios y lenguajes. Género, estilo y diseño. El antigénero.

#### Unidad 4: Semiología del consumo.

-El diseño y la lógica de la distinción. Elecciones y estéticas de clase. Luchas por la apropiación de bienes/ signos distintivos. El valor por la diferencia, en el sentido saussureano. La búsqueda de la diferencia en el espacio de los estilos. El estilo "cool" y el diseño.

---

UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES  
FACULTAD DE ARQUITECTURA, DISEÑO Y URBANISMO  
CARRERA DE DISEÑO GRAFICO

Asignatura: Semiología  
Cátedra: Fiorini  
Curso: Cuatrimestral

Año: 2005  
Carga horaria: Martes de 19-23

---

-El objeto de consumo. El consumo como lógica de las significaciones. Diferencia entre función y valor. Del valor simbólico al valor/signo. Orden de los signos y orden social. El sistema de los objetos. La marca como valor/signo: identidad opositiva.

### Unidad 5: El estatuto semiótico de la imagen de síntesis

- El análisis de la imagen digital y sus diferencias con la imagen analógica. El proceso de construcción autorreferencial: la pérdida del referente. Cambios en la relación entre el sujeto y el objeto de la visión. El estatuto semiótico de la imagen producida electrónicamente. Crisis de la noción de índice.

### BIBLIOGRAFIA

- BARTHES, Roland. "El mensaje publicitario" y "Retórica de la imagen", en *Lo obvio y lo obtuso*. Barcelona, Paidós, 1986.
- BARTHES, Roland. "El mito, hoy" y "El vino y la leche", en *Mitologías*. Madrid, Siglo Veintiuno, 1980.
- BAUDRILLARD, Jean. "El objeto de consumo", en *Crítica a la economía política del signo*. Madrid, Siglo Veintiuno, 1974.
- BOURDIEU, Pierre. "Lógica de la distinción", en *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*. Madrid, Taurus, 1988.
- COLOMBO, Fausto. "El ícono ético", en *Videoculturas de fin de siglo*. Madrid, Cátedra, 1990.
- DUBOIS, Philippe. "De la verosimilitud al index" y "El acto fotográfico", en *El acto fotográfico*. De la representación a la recepción. Barcelona, Paidós, 1986.
- DUBOIS, Philippe. "Máquinas de imágenes: una cuestión de línea general", en *Video, cine, Godard*. Buenos Aires, Libros del Rojas, 2001.
- ECO, Umberto. "Semiología de los mensajes visuales", en *Análisis de las imágenes*. Barcelona, Editorial Buenos Aires, 1970.
- ECO, Umberto. "T.V.: la transparencia perdida", en *La estrategia de la ilusión*. Buenos Aires, Lumen, 1992.
- GONZALEZ REQUENA, Jesús. "El discurso televisivo", en *El discurso televisivo. Espectáculo de la posmodernidad*. Madrid, Cátedra, 1992.
- KLEIN, Naomi. "El mercado joven y el marketing del estilo cool", en *No logo*. Buenos Aires, Paidós, 2001.
- SONTAG, SUSAN. "La imaginación del desastre" y "Notas sobre lo camp", en *Contra la interpretación*. Buenos Aires, Alfaguara, 1996.
- STEIMBERG, Oscar. "Texto y contexto del género", en *Semiótica de los medios masivos*. Buenos Aires, Atuel, 1998.
- VERON, Eliseo. "Cuando leer es hacer: la enunciación en la prensa gráfica", en *Fragmentos de un tejido*. Buenos Aires, Gedisa, 2004.

### Bibliografía complementaria

- BARTHES, Roland. *La cámara lúcida. Notas sobre la fotografía*. Barcelona, Paidós, 1982.
- BENVENISTE, Emile. "Semiología de la lengua", en *Problemas de Lingüística General*. México, Siglo Veintiuno, 1971.
- DUBOIS, PHILIPPE. "Máquinas de imágenes: una cuestión de línea general", en *Video, Cine, Godard*, Buenos Aires, Libros del Rojas, 2001
- FIORINI, Daniela y SCHILMAN, Leticia. "Apuntes sobre el sentido de la imagen". Apunte de cátedra.
- JOLY, Martine. "La imagen bajo sospecha", en *La imagen fija*. Buenos Aires, La Marca, 2003.
- RENAUD, Alain. "Comprender la imagen hoy", en *Videoculturas de fin de siglo*. Madrid, Cátedra, 1996.

---

**UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES  
FACULTAD DE ARQUITECTURA, DISEÑO Y URBANISMO  
CARRERA DE DISEÑO GRAFICO**

**Asignatura:** Semiología  
**Cátedra:** Fiorini  
**Curso:** Cuatrimestral

**Año:** 2005  
**Carga horaria:** Martes de 19-23

---

### **Pautas de evaluación**

Los requisitos para aprobar la  **cursada**  consisten en:

- La realización de un parcial presencial, individual y escrito, acerca de los contenidos totales de las unidades 1 y 2.
- La realización de una serie de trabajos prácticos de análisis, en forma grupal, integrando y revisando los contenidos teóricos de cada unidad del programa.

La materia tiene  **examen final**  obligatorio. En esta instancia el alumno presenta un trabajo de análisis escrito, integrando los contenidos de la cursada. También es examinado en un coloquio acerca de los problemas teóricos vistos en el cuatrimestre.

### **Reglamento de cátedra**

- Total de asistencia requerida: 75% del total de las clases. Mas de 3 faltas seguidas implicarán la pérdida de la regularidad (salvo que el alumno presente un certificado o comprobante).
- Los trabajos prácticos serán entregados en la fecha estipulada por la cátedra. También se exigirá la entrega de la totalidad de los trabajos prácticos pedidos por la cátedra, como requisito para mantener la regularidad.

### **Listado de docentes**

Titular: Daniela Fiorini. Licenciada en Ciencias de la Comunicación.  
Jefa de Trabajos Prácticos: Paula Socolovsky. Diseñadora Gráfica.

### **GUIA DE TRABAJOS PRACTICOS**

TP n°1: Análisis de una serie de imágenes , en base a las nociones barthesianas de connotación y denotación.

TP n°2: Análisis de una serie de fotografías, poniendo en juego la noción barthesiana de mito.

TP n°3: Análisis de una serie de fotografías, poniendo en juego las nociones peircianas de ícono, índice y símbolo. Confrontación de posturas teóricas acerca del estatuto semiótico de la imagen.

TP n°5: Análisis de una serie de imágenes, analizando el contrato de lectura puesto en juego.

TP n°6: Análisis de una serie de textos e imágenes, analizando sus características de género: retóricas, temáticas y estilísticas.

TP n°7: Análisis de la construcción de identidades y de la noción de estilo, a partir de conjuntos de objetos.

TP Final: El objetivo de este trabajo es integrar todo lo aprendido durante la cursada.

-Pautas: Analizar un género particular dentro del diseño gráfico contemporáneo argentino. Buscar marcas de género en objetos de diseño, analizando características retóricas, temáticas y enunciativas. Fundamentar la historicidad del género, analizando subgéneros y macrogéneros. Analizar estilos, lenguajes y metalenguajes. Definir el contrato de lectura, las instancias de producción y de reconocimiento.

-Implementación: Trabajo monográfico escrito, acompañado de un corpus de imágenes.

Extensión: mínimo de 10 páginas.

Entrega de carpeta tamaño A4.