

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE MORENO**

**PROGRAMA ASIGNATURA: SEMIÓTICA APLICADA AL DISEÑO II (240037)**

**Carrera:** DISEÑO de INDUMENTARIA (Plan de estudios aprobado por Resolución UNM-CS N°953/22 y su modificatoria UNM-CS N°1043/23)<sup>1</sup>

**Carrera:** Diseño INDUSTRIAL (Plan de estudios aprobado por Resolución UNM-CS N°952/22 y su modificatoria UNM-CS N° 1.042/23)<sup>2</sup>

**Carrera:** DISEÑO en COMUNICACIÓN VISUAL (Plan de estudios aprobado por Resolución UNM-CS N°954/22 y su modificatoria UNM-CS N° 1.044/23)<sup>3</sup>

**Carrera:** DISEÑO MULTIMEDIAL (Plan de estudios aprobado por Resolución UNM-CS N°955/22 y su modificatoria UNM-R N° 51/23)<sup>4</sup>

**Área:** Lingüística y Semiótica

**Trayecto Curricular:** Ciclo de formación inicial.

**Período:** 2° Cuatrimestre – Año 3

**Modalidades:** Presencial o Semipresencial

**Carga Horaria:** 48 (cuarenta y ocho) horas con un máximo de 24 (veinticuatro) horas virtuales.

**Vigencia:** a partir del 2do Cuatrimestre 2025

**Clases:** 16 (dieciséis)

**Régimen:** regularidad o libre

**Responsable de la asignatura:** DI Ceciaga, Mercedes

**Programa elaborado por:** DI Ceciaga, Mercedes

**Fundamentación:**

La asignatura *Semiótica aplicada al diseño 2* propone profundizar los conocimientos adquiridos en *Semiótica aplicada al diseño 1*, abordando de manera más compleja y contextualizada los procesos de significación en los discursos del diseño. En esta segunda etapa formativa, el foco se desplaza desde los fundamentos estructurales del signo hacia el análisis discursivo, los procesos de producción de sentido en relación con el contexto sociocultural, y el estudio de los mecanismos de connotación, retórica visual y recontextualización.

El diseño no sólo comunica a través de signos aislados, sino que construye discursos que circulan, se interpretan y se resignifican en diversos contextos. Por eso, esta asignatura pone énfasis en las teorías de los discursos (Verón, Barthes, Foucault), los procesos de articulación ideológica en los productos de diseño, y la dimensión enunciativa de los mensajes visuales y objetuales. Estas herramientas permiten analizar cómo los productos de diseño —desde un envase o una campaña visual hasta un dispositivo interactivo o una prenda de indumentaria— no sólo informan, sino que también construyen mundos posibles, posiciones sociales y valores.

En coherencia con el enfoque situado que atraviesa la formación en diseño en esta

---

<sup>1</sup> Reconocimiento oficial y validez nacional del título otorgado por RESOL-2024-989-APN-SE#MCH

<sup>2</sup> Reconocimiento oficial y validez nacional del título otorgado por RESOL-2025-51-APN-SE#MCH

<sup>3</sup> Reconocimiento oficial y validez nacional del título aprobado por Resolución ME N° 2833/23

<sup>4</sup> Reconocimiento oficial y validez nacional otorgado por Resolución SE – MCH N°544/2024

universidad, la materia asume una perspectiva crítica latinoamericana que contempla las tensiones entre hegemonía y subalterinidad, las lógicas del consumo y la producción local, los cruces culturales y las prácticas cotidianas como espacios de producción de sentido. Este posicionamiento permite problematizar los discursos del diseño en relación con los territorios, las memorias, las desigualdades y las formas de vida que coexisten en el entramado social argentino.

Asimismo, el análisis semiótico se articula con la práctica proyectual, brindando herramientas para diseñar con conciencia crítica de los sentidos que se construyen, de los públicos a los que se interpela y de los efectos culturales y sociales que los discursos del diseño pueden generar. La materia alienta a las/os estudiantes a reconocer las operaciones retóricas presentes en los lenguajes del diseño (metáforas, metonimias, hipérboles, antítesis, entre otras), así como los procesos de traducción y resignificación que atraviesan las materialidades visuales y objetuales.

La asignatura *Semiótica aplicada al diseño 2* completa así, una trayectoria formativa que comienza con el reconocimiento de los signos y sus estructuras, y se proyecta hacia una comprensión crítica y situada de los discursos que el diseño produce y transforma en un entramado cultural en constante disputa.

### **Objetivos Generales:**

- Reconocer a los objetos de diseño como emergentes culturales y, por lo tanto, portadores de un discurso y analizar las características formales que permiten identificar los diferentes discursos.
- Investigar, observar y analizar las producciones de diseño considerándolos como testimonio de un contexto/tiempo.
- Identificar y redefinir los valores estéticos e ideológicos que transforman a los productos de diseño en un testimonio social, capaz de describir las características económicas y culturales de una época.

### **Contenidos mínimos:**

Teoría y análisis de los mensajes. Concepto de discurso. Semiosis social. Instancias de producción y reconocimiento. Teoría de la discursividad. Recursos al servicio de la significación. Estudios de los discursos implícitos en un objeto de diseño. Concepto de discurso predominante. Posproducción. Reutilización de aspectos formales/culturales, recontextualización. Retórica y diseño. Elementos de la semiótica aplicada al diseño. Código y género. Materialidad e inmaterialidad.

### **Programa:**

#### *Unidad 1: Del signo al discurso*

Teoría de los mensajes y teoría del discurso: diferencias y relaciones. Concepto de discurso: regularidades, materialidad y efectos de sentido. De la semiosis a la semiosis social: múltiples niveles de producción de sentido. Producción y reconocimiento: el diseño como discurso en situación. Introducción al concepto de enunciación en el campo del diseño.

#### *Unidad 2: Discurso visual y materialidad del diseño*

El diseño como práctica discursiva: artefactos, imágenes, interfaces y cuerpos como portadores de sentido. Estudios de los discursos implícitos en objetos de diseño. Géneros discursivos visuales: continuidades y rupturas en los modos de decir visualmente. Materialidad e inmaterialidad en el diseño: soporte, textura, color, interactividad, atmósfera. El código como contrato cultural y técnico en los objetos de

diseño.

### *Unidad 3: Retórica visual y recursos de significación*

La retórica aplicada al diseño: metáfora, metonimia, sinécdoque, analogía. Operaciones de sentido en diseño: exageración, inversión, yuxtaposición, desplazamiento. La imagen como argumento: ethos, pathos y logos en comunicación visual. Recursos al servicio de la significación: ritmo, repetición, contraste, saturación, desvío. Función conativa y estética en los discursos visuales y objetuales.

### *Unidad 4: Recontextualización y circulación discursiva*

Reutilización de recursos formales y culturales: cita, remix, montaje. Posproducción y diseño: resignificación de lo existente. Recontextualización: traslado de discursos entre géneros, soportes y públicos. Discurso predominante, hegemonía y disputas de sentido en el diseño. Casos aplicados: análisis de productos, campañas o entornos donde se reconfiguran sentidos.

### *Bibliografía*

- ABRIL, G. (2003). La imagen: un discurso visual. En *Cultura visual: de la semiótica a la política*. Barcelona: Paidós.
- BARTHES, R. (1986). Retórica de la imagen. En *Lo obvio y lo obtuso*. Barcelona: Paidós.
- BOURRIAUD, N. (2004). Postproducción: la cultura como escenario: modos en que el arte reprograma el mundo contemporáneo. Buenos Aires: Adriana Hidalgo Editora.
- ECO, U. (1973). Tratado de semiótica general. Barcelona: Lumen.
- FRAENZA, F., & PERIÉ, A. (2011). El diseño. Del sentido a la acción. Buenos Aires: Nobuko.
- LEDESMA, M. C. (2014). Diseño y producción de sentido. Aportes desde la semiótica de la cultura. Buenos Aires: Editorial de la Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo (FADU-UBA).
- MANOVICH, L. (2005). El lenguaje de los nuevos medios de comunicación: la imagen en la era digital. Barcelona: Paidós.
- PEIRCE, C. S. (1998). La ciencia de la semiótica. En *Obras filosóficas* (Vol. 2). México: Fondo de Cultura Económica.
- SAUSSURE, F. de. (2000). Curso de lingüística general (C. Bally & A. Sechehaye, Eds.). Buenos Aires: Losada.
- SEXE, N. (2006). Diseño.com. Del discurso al proyecto. Buenos Aires: Ediciones FADU-UBA.
- VERÓN, E. (1987). La semiosis social: fragmentos de una teoría de la discursividad. Buenos Aires: Gedisa.

### **Objetivos de aprendizaje:**

- Abordar el estudio del discurso visual y material como forma de organización del sentido en los productos de diseño.
- Comprender e identificar los elementos que intervienen en la construcción discursiva de los objetos de diseño en sus dimensiones culturales, sociales y comunicativas.
- Profundizar en teorías semióticas contemporáneas, especialmente aquellas centradas en los procesos de enunciación, circulación y reconocimiento de los discursos visuales.
- Analizar la recontextualización, la resignificación y el montaje como estrategias

semióticas en la producción y lectura de piezas de diseño.

- Aplicar herramientas retóricas y discursivas al análisis y desarrollo de proyectos de diseño específicos, reconociendo operaciones como la metáfora, la metonimia y el contraste.
- Explorar la dimensión social e ideológica de los mensajes diseñados, entendiendo cómo los productos de diseño participan en la construcción de sentidos colectivos.
- Analizar el concepto de discurso y su aplicación al campo del diseño en tanto forma de organización del sentido.
- Reconocer y aplicar herramientas de la teoría de la discursividad para interpretar mensajes visuales, textuales y objetuales.
- Comprender la semiosis como un proceso social y cultural, atendiendo a las instancias de producción y reconocimiento de sentido.
- Identificar discursos predominantes, implícitos y emergentes en los objetos y prácticas del diseño contemporáneo.
- Estudiar mecanismos de resignificación a partir de la posproducción, reutilización y recontextualización de materiales visuales y formales.
- Explorar el uso de recursos retóricos en los proyectos de diseño, entendiendo su capacidad para construir sentidos complejos.
- Incorporar nociones de código, género y materialidad como dimensiones constitutivas del análisis semiótico aplicado al diseño.

### **Metodología de trabajo:**

El taller es el modo en que construimos conocimiento las/os diseñadoras/es. El taller habla de un espacio físico, pero también delimita una orientación pedagógica. Esta orientación pedagógica busca enfatizar la maleabilidad, esa capacidad que debemos desarrollar en el diseño de tejer redes conceptuales en función de gestionar situaciones que integran al mismo dentro de nuestra cultura material. Entendemos que esta modalidad debe permear a todas las materias que se desarrollan dentro de la currícula y por ello las Semióticas están planteadas bajo esta mirada.

La propuesta es trabajar los contenidos semióticos como abordajes que alimenten y construyan la práctica proyectual. Es en esta dualidad entre lo tradicionalmente teórico y la idea “constructiva” de lo proyectual, dónde radica la gran potencia del formato taller para este tipo de asignaturas.

En este sentido, el trabajo del/la estudiante no es auditado por el/la docente, sino, surge o se revela, a través del intercambio entre docentes y estudiantes, nuevas reflexiones e inquietudes. Se favorece las correcciones participativas, buscando desarrollar la autonomía del/la estudiante a partir de observar y opinar sobre el trabajo de sus compañeros/as. Las técnicas de trabajo grupal son esenciales, ya que, de la interacción entre estudiantes surgen inestimables aprendizajes.

Se propone, en las clases presenciales, trabajos prácticos, individuales y grupales, y esquicios. A esto se suma, en modalidad virtual a través del aula virtual del campus de la UNM, ya sea en forma sincrónica o asincrónica, clases teóricas, material bibliográfico de distintos/as autores/as, que alimentan cada uno de los temas/problemas que se llevan adelante.

Por otra parte, se propone un trabajo colaborativo y colectivo, teniendo como tarea el desarrollo de los trabajos prácticos y la elaboración y reflexión sobre los contenidos de cada unidad temática.

**Evaluación y aprobación:**

Para evaluar los procesos de aprendizaje, se tiene en cuenta la actitud y aptitud del/la estudiante, o sea, el compromiso con su propio aprendizaje y con las propuestas, como también, la asistencia, la participación en clase y el comportamiento proactivo en los procesos grupales. Como también la capacidad de incorporar los contenidos del curso, que se verifica en el parcial y en los trabajos prácticos.

Por otra parte, se tendrá en cuenta el resultado de los proyectos desarrollados que respondan a los objetivos específicos de cada Unidad Temática, evolucionando en profundidad de los juicios críticos, capacidad de observación y análisis y concreción.

Para la aprobación de la asignatura, se adoptan las siguientes modalidades:

– **Por promoción directa**

Para la aprobación de la asignatura por el Sistema de Promoción al finalizar el Curso Lectivo, la/el alumna/o deberá contar con los siguientes requisitos:

- a . Asistencia 75 % (setenta y cinco por ciento) clases presenciales.
- b . Aprobación 100 % (cien por ciento) de los Trabajos Prácticos (TPs), del examen parcial y el TP integrador con calificación 7 (siete) o superior.

– **Con examen final, como alumno regular**

Cuando el/la alumno/a cumpla con los requisitos a y b, pero apruebe el/los parcial/es y el TP integrador con calificación igual o mayor que 4 (cuatro) y menor que 7 (siete) podrá aprobar la asignatura mediante un examen final de acuerdo con la normativa de la UNM.

– **Por examen libre**

De acuerdo con normativa vigente.