



Facultad de Arquitectura,
Diseño y Urbanismo
UDELAR

SEMIÓTICA



Facultad de Arquitectura,
Diseño y Urbanismo
UDELAR

Carrera: Licenciatura en Diseño Industrial

Plan: 2013

Ciclo: Ciclo de Inicio

Área: Área Teórico-Methodológica

Perfil: No corresponde

Nombre de la unidad curricular: Semiótica

Tipo de unidad curricular: Curso

Año de la carrera: Primer año

Organización temporal: Semestral

Semestre: Primer semestre



Docente responsable: D.I. Livia Marsiglia (Gr. 3)

Equipo docente: Lic. Carina Infantozzi (Gr. 2), Analía Corcino (Gr. 1), Patricia Larrosa (Gr. 1), Lic. D.I. Analaura Antunez (Gr. 1), Lic. Martin González (Gr. 1).

Régimen de cursado: Presencial

Régimen de asistencia y aprobación: Se aprueba el curso a través de asistencia obligatoria y promedio con nota mínima según reglamentación en ambos casos. No hay examen libre.

Créditos: 4

Horas totales: 60

Horas aula: 30 (2hrs. semanales)

Año de edición del programa: 2013

Conocimientos previos recomendados: -

Objetivos:

Desarrollar la sensibilidad y el conocimiento del estudiante en referencia al entorno humano en tanto construcción socio-cultural en vistas a una práctica del diseño capaz de intervenir de forma creativa, consciente y crítica en la cultura contemporánea.

Introducir al estudiante en el abordaje de la dimensión significacional de los productos de diseño.

Estimular el posicionamiento del estudiante frente a su entorno como futuro



diseñador, poniendo énfasis en el desplazamiento de su inicial condición social de partícipe-observador de la cultura a una posterior condición de interpretador-productor de la misma.

Contenidos:

Eje temático 1: Semiótica y diseño. La productividad humana como condición antropológica. El rol de la significación en la construcción de la habitabilidad cultural. Las bases del proceso de producción de la cultura: de la señal al signo.

Eje temático 2: Los productos de diseño como signos. Diferencia entre señal y signo. Un modelo singular de signo: la díada sígnica. Sistemas semióticos y lenguajes expresivos; distinción entre lenguaje, lengua y código. La “lengua” de los productos de diseño.

Eje temático 3: El diseño como estrategia comunicacional. El signo como tríada y la enunciación como modelo estratégico de comunicación. Diferencias entre enunciador, enunciado y enunciatario.

Eje temático 4: El producto de diseño como enunciado. La importancia del sintagma y sus niveles de significado. Los sintagmas creativos: las figuras poéticas como estrategias semióticas de producción de sentido.

Metodología de enseñanza: El curso se desarrollará a partir de la alternancia y confluencia de modalidades de trabajo analíticas y magistrales; también se contempla la posibilidad de realizar pequeños ejercicios prácticos, tanto domiciliarios como realizados en clase, con el objetivo de ilustrar, profundizar y problematizar los temas presentados.

Formas de evaluación: Se aprueba con la realización de trabajos escritos (parciales y ejercicios en aula y domiciliarios) cuyo promedio accede a la nota mínima

estipulada reglamentariamente, en tal caso se exonera el examen.

Bibliografía básica:

ANDACHT, Fernando. Entre signos de asombro. Montevideo: Trilce, 1993, 200 p.

BAUDRILLARD, Jean. El sistema de los objetos. México: Siglo XXI, 1985, 229 p.

BENSE, Max; WALTER, Elisabeth. La Semiótica: Guía alfabética. Barcelona: Anagrama, 1975, 211 p.

CROCI, Paula; VITALE, Alejandra. Los cuerpos dóciles. Argentina: La Marca Editora, 2000, 201 p.

DONDIS, D.A. La sintaxis de la imagen. Introducción al alfabeto visual. Barcelona: GG, 1976, 212 p.

DUCROT, Oswald; TODOROV, Tzvetan. Diccionario enciclopédico de las ciencias del lenguaje. México: Siglo XXI, 1994, 421 p.

ECO, Umberto. La estructura ausente. Barcelona: Lumen, 1994, 446 p.

ESTÉ, Aquiles. Cultura replicante. El orden semiocentrista. Barcelona: Gedisa, 1997, 221 p.

FILINICH, María Isabel. Enunciación. Buenos Aires: EUDEBA, 1998, 116 p.

FLUSSER, Vilém. Filosofía del diseño. España: Síntesis, 2002, 171 p.

GARAVELLI MORTARA, Bice. Manual de Retórica. Madrid: Cátedra, 1991, 396 p.

GRANDI, Roberto. Texto y contexto en los medios de comunicación. Barcelona: Bosch, 1995, 364 p.

HALL, SEAN. Esto significa esto. Esto significa aquello. Semiótica: guía de los signos y sus significados. Barcelona: Blume, 2007, 176 p.

LÁZARO CARRETER, Fernando. Diccionario de términos filológicos. Madrid:Gredos, 1968, 443 p.

LEDESMA, María; LÓPEZ, Mabel. Comunicación para diseñadores. Buenos Aires: Ediciones FADU, 2004, 138 p.

MARAFIOTI, Roberto. Recorridos semiológicos. Buenos Aires: EUDEBA, 1998, 279 p.

MOLINÉ, MARCAL. La fuerza de la publicidad. Madrid: McGraw Hill, 2000, 444 p.

MOUNIN, George. Saussure: presentación y textos. Barcelona: Anagrama, 1969, 159 p.

RESTREPO, Mariluz. SER - SIGNO – INTERPRETANTE: Filosofía de la Representación de Charles S. Peirce. Santafé de Bogotá: Significantes de Papel,



1993, 235 p.

SALTZMAN, Andrea. El cuerpo diseñado. Sobre la forma en el proyecto de la vestimenta. Buenos Aires: Paidós, 2004, 174 p.

SAUSSURE, Ferdinand de. Curso de lingüística general. Madrid, Alianza, 1983, 377 p.

SHKLOVSKY, Victor (1997) "El arte como artificio". En: TODOROV, Tzvetan (comp). Teoría de la literatura de los formalistas rusos. México: Siglo XXI, pp. 55-70.

VAN ONCK, Andries. Design. El sentido de las formas de los productos. Montevideo: Centro de Diseño Industrial/Centro Análisis Sociales Progetti, 1996, 217 p.

VÁZQUEZ, Susana. "Capacidad de comunicar de los objetos". Director: Daniell Flain. Grado. [Tesis]. Centro de Diseño Industrial, MEC, Montevideo, 2006, 73 p.

VITALE, Alejandra. El estudio de los signos. Buenos Aires: Eudeba, 2003, 111 p.

ZECCHETTO, Victorino. La danza de los signos. Buenos Aires: La Crujía, 2010, 360 p.