

Eliseo Verón

1) Buscar ejemplos de fotografías de distintos tipos según el texto “De la imagen semiológica a las discursividades” relacionado siempre a las cuestiones de géneros.

Fotografía testimonial



Se trata de una foto de reportaje tomada “en vivo”, es decir , es la captación del instante ; otra de sus características es ser espontánea cautivando el acontecimiento del cual se habla en el texto que acompañe a la foto . Para ejemplificar este tipo de fotografía usamos el momento en que los padres de Lucía (asesinada) , con caras de angustia , piden justicia del caso y justicia por todas las víctimas de violencia machista.

La pose



En oposición a la fotografía testimonial , nos encontramos con la pose , la cual es un regalo del personaje fotografiado al fotógrafo (y al lector). Es una imagen producida .

Elegimos esta imagen ya que vemos a Thelma Fardin (actriz argentina , que denunció una violación por parte de un actor y también es una de las caras visibles de la luchas feministas) posando para la nota que se le realizó , pierde lo espontáneo de la foto ya que es una situación recreada .

Retórica de las pasiones



Son las fotografías instantáneas del rostro de la figura política . Tomamos esta fotografía de Eva Duarte de Perón , una de las primeras mujeres en llegar una dirigencia política y donde vemos a través de su expresión su fortaleza y convicción a la hora de dar el discurso .

Fotografía Categorial

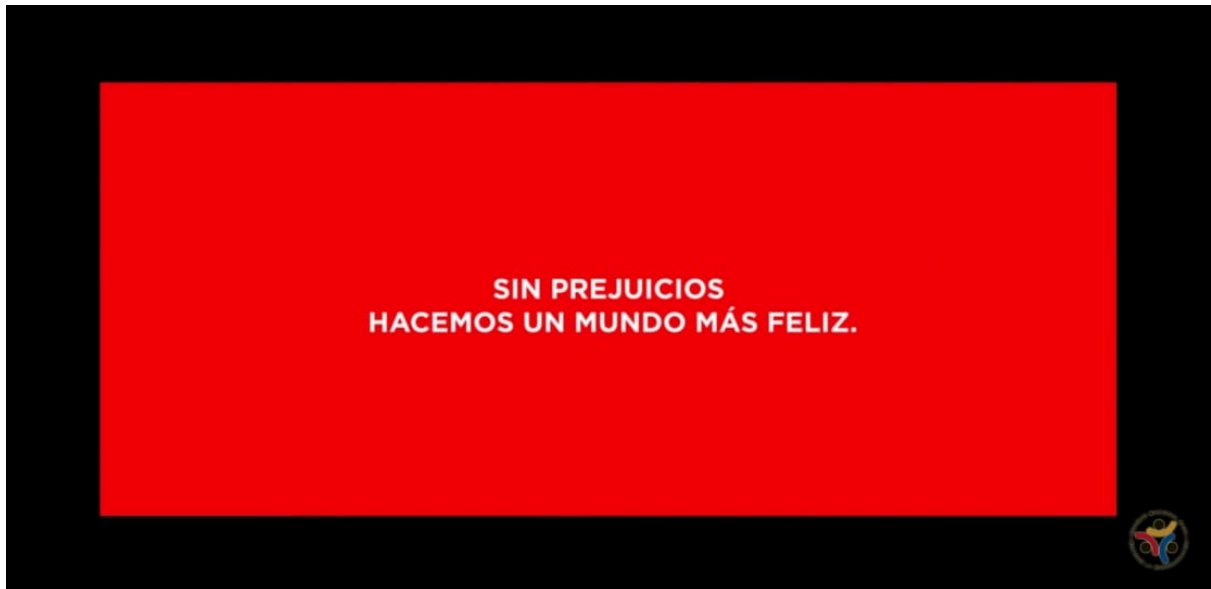


la Foto cumple la función de soporte a través del cual el lector se orienta con el tema de la nota .En estas imágenes El tiempo , “ el haber estado allí” no es condicional sino que los temas o los problemas tratados en los notas , artículos , etc permanecen siempre .

https://elpais.com/internacional/2018/06/28/actualidad/1530191680_934093.html

Semiosis Social

2) Buscar ejemplos y explicar la teoría de la semiosis social en base a un ejemplo publicitario. BUSCAR IMÁGENES FIJAS O VIDEOS PARA EJEMPLIFICAR.



https://www.youtube.com/watch?v=LRs-nd_8oA0&t=64s

Discurso publicitario : en la campaña que lanzó coca cola podemos observar que decidieron hacer una prueba en base a los prejuicios invitando a personas de distinta edad a mirar unas series de imágenes de personas y decir lo que piensan en cuanto a su aspecto . Coca cola quiso mostrar la realidad sobre esas personas de la fotografía y así poder concientizar sobre derribar los prejuicios o las calificaciones que realizamos a las personas que no conocemos .

Para ejemplificar la teoría de la semiosis de Verón elegimos la publicidad de Coca cola, la cual es un **discurso social** ya que funciona dentro de la sociedad produciendo un **sentido** y ésta está compuesta por un video y texto escrito.

Mediante el **proceso de producción**, que se manifiesta a través de marcas o huellas, en el caso de esta publicidad se puede encontrar que ha dejado **huellas** al utilizar la problemática de los prejuicios sociales que existen

hace tantos años en nuestra sociedad, un huella social, también se puede observar una huella de producción en cada parte del video, donde citan a diferentes personas para mostrarles imágenes de otras.

Todo discurso es parte de una red significativa infinita que necesita de la presencia de otros discursos para su producción, con diversos patrones que componen esta pieza publicitaria para lograr tomar conciencia en lo que provoca un prejuicio hacia otra persona sin conocerla.

Según el **contrato de lectura**, es decir la relación, vínculo o nexo que establece la lectura entre el lector y el discurso del soporte, se establecen dos niveles:

El **nivel de enunciado**: "el contenido"(lo que se dice) y -El **nivel de enunciación**: "modalidades expresar el contenido"

En el caso de esta publicidad el enunciado sería el mensaje lingüístico "sin prejuicios hacemos un mundo más feliz"; "Abrite a los demás" y su enunciación sería en este caso un contrato con la finalidad de empatizar con el lector para hacerle tomar conciencia sobre no hacer prejuicios sobre otras personas sin conocerlas antes.

- Señalar con qué OTROS DISCURSOS está emparentada la pieza elegida.

Otros discursos que están emparentadas con la publicidad de coca cola son los que quisieron proponer otras marcas ,como es el caso de sprite, y organizaciones , unicef , con la intención de transmitir el mismo mensaje de concientización .



(sprite) <https://youtu.be/grTymcMHHyE>



3) Ubicarla en la grilla del texto, Estrategias

Consideramos que la publicidad de Coca cola tiene que ser ubicada en el casillero 3.2 ya que la empresa tiene una relación de fidelidad muy fuerte con su target, y mediante sus campañas publicitarias busca enviar mensaje y en este caso es el hecho de tomar conciencia antes de prejuzgar al otro.

	Calificación	Factualización	Legislación
Cualidades	<u>1.1</u>	<u>2.1</u>	<u>3.1</u>
Hechos	<u>1.2</u>	<u>2.2</u>	3.2
Reglas	<u>1.3</u>	<u>2.3</u>	<u>3.3</u>