



## **DEPARTAMENTO DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES**

### **CARRERA DE RELACIONES PÚBLICAS**

**Programa de la Asignatura: SEMIÓTICA**

**1º Y 2º Cuatrimestre de 2012**

**Prof. Adjunto: LIC. LETICIA ROLANDO**

**Carga Horaria: 4 HORAS SEMANALES. CURSADO: CUATRIMESTRAL**

#### **1) Fundamentación**

La materia Semiótica que se dicta para alumnos de la carrera de relaciones Públicas supone el conocimiento y reconocimiento de los modos de construcción de significación de los discursos en general y, en particular, de los institucionales tal como los medios de comunicación pública. El objetivo es el de iniciar al estudiante en el análisis de los lenguajes y géneros que constituyen el material de trabajo del operador o el investigador de la comunicación contemporánea.

A partir de estos supuestos es que se propone el estudio de los fenómenos discursivos desde la metodología semiótica y del análisis del discurso. Estas orientaciones resultan de una confluencia de distintas perspectivas teóricas (la lingüística, la filosofía, la pragmática, la etnografía del habla, el estudio de las ideologías, el psicoanálisis, la nueva retórica, etc.) que, a lo largo de la segunda mitad del siglo XX, sobre todo en Europa, Estados Unidos y también América Latina, van consolidándose como importantes herramientas analíticas de las prácticas discursivas y los fenómenos comunicacionales masivos.

Dado que los estudios semióticos abordan los modos de producción de significación en discursos verbales, icónicos, etc. o los que combinan distintas materias significantes, la materia Semiótica se centrará tanto en el análisis de los discursos verbales como en aquellos que combinan lo icónico y lo verbal como la publicidad.

Como es notorio, la construcción de sentido que entraña toda comunicación se expresa a través de discursos que, según sus propias regularidades y mecanismos de

estructuración, pueden ser recortados en diferentes clasificaciones. Así reconocemos un discurso periodístico, un discurso científico, un discurso publicitario, un discurso pedagógico, etc. que dependen de cada esfera de actividad social e institucional.

En el campo disciplinar de la semiótica, los conceptos de signo y discurso son polémicos y conflictivos. En el caso del discurso, optamos por la definición que señala que un discurso supone ciertas regularidades, contextualización y subjetivización, es decir que supone la construcción de un sujeto de enunciación y unas condiciones de producción determinadas. Pero, además del estudio de los fenómenos estructurantes de cada discurso, importa también dar cuenta de los mecanismos a partir de los cuales un sujeto se apropia de una lengua, la organiza, se sitúa en un lugar ideológico determinado y posibilita el desencadenamiento de diversos sentidos.

La relación entre la definición de discurso propuesta y la noción de enunciación es importante porque marca las relaciones discursivas en términos de efectos sobre los sujetos. Los discursos se instalan en la sociedad, vertebran y condicionan las relaciones sociales. De aquí surge otro gran tema que se refiere a los modos de producción y circulación de los discursos, especialmente los de los medios masivos. Esto implica estudiar las significaciones en función del proyecto que se formula el locutor cuando construye un discurso y, al mismo tiempo los efectos, supuestos o reales, que se tienen sobre quienes reciben e interpretan los discursos, ya sea que se los ubique como público, opinión pública, auditorio, destinatarios o cualquier otro concepto afín.

En el presente cuatrimestre la materia estará organizada sobre la base de tres ejes temáticos: el que gira en torno al concepto de signo, el de la enunciación y el de la argumentación, este último eje tanto en el análisis de discursos verbales como los que combinan lo verbal e icónico. Ellos estarán orientados al estudio y la aplicación práctica en géneros discursivos vinculados con la gestión de la opinión y la imagen públicas: los editoriales, las notas de opinión y el discurso de la publicidad. Los otros temas teóricos que se abordarán servirán como soporte de los indicados anteriormente.

## **2) Objetivos Estructurales**

Al final del curso, los alumnos deberán ser capaces de:

- a) Identificar los grandes rasgos de las diferentes teorías semiológicas y/o semióticas que constituyen el marco teórico de la materia.
- b) Analizar enunciativamente diversos textos verbales e icónico-verbales y reconocer las distintas estrategias discursivas y sus efectos de sentido ideológico.
- c) Comprender las categorías abordadas por los estudios de argumentación y reconocerlas en el análisis y comparación de mensajes verbales y publicitarios.

d) Aplicar las diferentes categorías al análisis crítico de los discursos públicos en general y, especialmente, los argumentativos en tanto conformadores de imagen y opinión públicas.

### 3) Unidades Didácticas

#### 3.a) Contenidos Temáticos por Unidad Didáctica

##### Unidad 1

###### **El signo: Semiótica y Semiología**

*La Lingüística y la teoría del signo.* La semiología. La fundación saussureana. La lengua. El signo lingüístico. Noción de valor. Relaciones que contrae el signo. Benveniste y la teoría de la arbitrariedad.

*La Filosofía y la teoría del signo.* La semiótica. Teoría de Peirce. Semiótica, signo y conocimiento. Objeto, Representamen e Interpretante. Segunda tricotomía peirciana: índice, ícono y símbolo.

##### Unidad 2

###### **La comunicación**

El esquema de Jakobson. Funciones del lenguaje. Reformulación del esquema de la comunicación y los filtros que conforman el modelo de producción y de interpretación: Kerbrat Orecchioni. Competencia comunicativa (Hymes/Lyons). Mercado lingüístico y relación de fuerza simbólica- discurso legítimo (Bourdieu).

Comunicación, denotación y connotación. Connotadores verbales y extra-verbales (Barthes, Eco, Kerbrat). Connotación e ideología: *Mitologías* (Roland Barthes).

##### Unidad 3

###### **Enunciación e ideología**

*Ideología y semiótica.* Los signos y la ideología. La lucha ideológica al nivel de los signos según Voloshinov. Formaciones ideológicas y formaciones discursivas. Interdiscurso.

*Enunciación.* Diferentes actitudes frente al lenguaje. De la oración al discurso, Géneros discursivos. Teoría de la enunciación. Deícticos. Apelativos. Localizaciones temporales y espaciales. Tiempos del comentario y de la narración. Subjetivemas. Modalidades de enunciación, de enunciado y de mensaje.

*Polifonía.* Intertextualidad en forma de cita o alusión, Ruptura de isotopía estilística. Discurso referido: discurso directo, indirecto e indirecto libre, comillas y formas de distancia enunciativa.

## Unidad 4

### Argumentación

Conducta y situación de argumentación. La persuasión. La máquina retórica. Figuras. Lugares, máximas ideológicas, estereotipos. El ejemplo. La analogía. Ethos discursivo. Dimensión emocional de la argumentación. La argumentación directa e indirecta en textos periodísticos, científicos. La dimensión argumentativa de la publicidad.

## Unidad 5

### Discurso publicitario

Argumentación y publicidad. Combinación de los códigos verbal e icónico. Anclaje y relevo. Géneros, funciones y usos sociales de la imagen. Registros y niveles de los códigos publicitarios. La retórica de la imagen: procedimientos de connotación.

### 3.b) Bibliografía Específica por Unidad Temática (Bibliografía Obligatoria)

#### Unidad 1

DE SAUSSURE, F.(1951)

*Curso de lingüística general*. Bs.As.: Losada, 1978.

ECO, U. (1981)

*Tratado De semiótica general*. Barcelona: Lumen.

\_\_\_\_\_ (1994).

*Kant y el ornitorrinco*. Barcelona: Lumen, 1997.

\_\_\_\_\_ (2000).

MARTY, C. y R. MARTY.(1992).

*La semiótica. 99 respuestas*. Bs.As.: Edicial, 1995.

PEIRCE, CH. (1986).

*La ciencia de la semiótica*. Bs. As.: Nueva Visión.

SAZBÓN, J. (1996)

*Saussure y los fundamentos de la lingüística* (estudio preliminar y selección de textos), Buenos Aires, Ediciones Nueva Visión.

SERCOVICH, A.(1986)

“Prólogo” en Peirce, Ch. (1986). *La ciencia de la semiótica*. Bs. As.: Nueva Visión.

SILVERMAN, K.(1987):

*The Subject of Semiotics*. USA - Oxford, University Press. 14-25. (traducción).

#### Unidad 2

ARNOUX, E. (1992)

“Denotación-connotación”, en *Curso Completo de Elementos de semiología y análisis del discurso*. Buenos Aires. Ediciones Cursos Universitarios

BARTHES, R. (1970)

*La semiología*. Buenos Aires, Tiempo Contemporáneo.

\_\_\_\_\_ (1978)

*Mitologías*. México, Siglo XXI

BOURDIEU, P. (1977)  
"L'économie des échanges linguistiques", *Langue française*, 34.  
JAKOBSON, R. (1985)  
"Lingüística y poética", en *Ensayos de Lingüística General*. Barcelona, Planeta-Agostini.  
KERBRAT-ORECCHINI, K. (1986)  
*La enunciación. De la subjetividad en el lenguaje*. Bs. As., Hachette.  
LYONS, JOHN (1978),  
"Competencia comunicativa", en *Semántica*. Barcelona, Teide.

### Unidad 3

BAJTIN, M. (1982)  
"El problema de los géneros discursivos", en *Estética de la creación verbal*. México: Siglo XXI.  
BENVENISTE, E. (1971)  
"El aparato formal de la enunciación", en *Problemas de lingüística general*. México, Siglo XXI.  
EAGLETON, T. (1998)  
*Ideología*. Barcelona, Paidós.  
FILINICH, M. (1997).  
*Enunciación*. Bs.As.: Eudeba.  
FOUCAULT, M. (1987)  
*La arqueología del saber*. México, Siglo XXI.  
KERBRAT-ORECCHINI, K. (1986)  
*La enunciación. De la subjetividad en el lenguaje*. Bs. As., Hachette.  
MAINGUENEAU, D. (1984)  
*Introducción a los métodos de análisis del discurso*. Buenos Aires, Hachette.  
PECHEUX, M. (1975)  
"Mises au point et perspectives a propos de l'analyse automatique du discours"  
*Langages*, 37; en Arnoux, E. y colaboradores. *Lenguaje e Ideología*. Cuadernillos de Lingüística Interdisciplinaria. Bs.As., Ediciones universitarias, 1988.  
ROLANDO, L et.al (1999)  
*Lengua. Cuadernillo de reconversión UNLaM*. Buenos Aires, C&C.  
VOLOSHINOV, V. (1992).  
*El marxismo y la filosofía del lenguaje*. Madrid, Alianza.  
WEINRICH, H. (1975)  
*Estructura y función de los tiempos en el lenguaje*. Madrid, Gredos.

### Unidad 4

CHAROLLES, M. (1980)  
"Les formes directes et indirectes de l'argumentation", *Pratiques* 28  
MARAFIOTI, R. (2003)  
*Los patrones de la argumentación*, Biblos.  
PERELMAN, Ch. et al. (1958)  
*Tratado de la argumentación, La nueva retórica*, Madrid, Gredos.  
PLANTIN, Ch (1990)  
*Essais sur l'argumentation*, París, Kimé.

TOULMIN, S. (1958)  
*The Uses of Arguments*, Cambridge University Press  
VIGNEAUX, Ch. (1986) *La argumentación. Ensayo de lógica discursiva*. Buenos Aires, Hachette.

#### **Unidad 5**

BARTHES, R. (1964)  
"Rhétorique de l'image", en *Communications*, 4. (Trad. esp.  
"Retórica de la imagen", en *Semiología*, Buenos Aires, Tiempo Contemporáneo, 1970)  
BARTHES, R. (1970)  
"Recherches Rhétoriques", en *Communications*, 16. (Trad. esp. "Investigaciones retóricas", en *Comunicaciones*, 16, Buenos Aires, Tiempo Contemporáneo, 1972)  
ECO, U. (1987)  
*La estructura ausente*. Barcelona, Lumen.  
MARAFIOTI, R. (1993)  
*Los significantes del consumo*. Buenos Aires, Biblos.  
VILCHES, L. (1984)  
*La lectura de la imagen*, Barcelona, Paidós, Cap. 2.

#### **4) Bibliografía General**

ADAM, J.M. (1984)  
"Introduction" a *Le récit*. París, Press Universitaires de France.  
ALTHUSSER, L. (2002)  
*Ideología y aparatos ideológicos del Estado*. Buenos Aires, Nueva Visión.  
AUSTIN, J. (1982)  
*Cómo hacer cosas con palabras*. Barcelona, Paidós.  
BANGE, P. (1981)  
"Argumentation et fiction", en *L'Argumentation*. Lyon, P.U.L., 1981.  
BARADUC, J.  
"La denotation dans les annonces publicitaires", en *Communications et langages* Nro. 14, París, 1972. Hay versión castellana en Roberto Marafioti: *Aportes de la semiología al análisis publicitario*. Bs.As., Biblos, 1984.  
BARTHES, R. (1983)  
"Estructura del suceso", en *Ensayos críticos*. Barcelona, Seix Barral.  
BARTHES, Roland (1993)  
*La aventura semiológica*. Barcelona, Paidós.  
BARTHES, Roland (1994)  
"El discurso de la historia" en *El susurro del lenguaje*. Barcelona, Paidós.  
BASSAT, L. (1993)  
*El libro rojo de la publicidad*. Barcelona, Folio.  
BAUDRILLARD, J. (1983)  
*Crítica de la economía política del signo*. México, Siglo XXI.  
BERTRAND, DENIS (2000)  
"Elementos de narratividad", en *Précis de Sémiotique Littéraire*. Paris: Nathan, 2000, pp. 181-190. Traducción: Lelia Gándara.  
BENVENISTE, E. (1989)

*Problemas de lingüística general*. Dos tomos. México, Siglo XXI.

BETTETINI, G. (1986)  
*La conversación audiovisual. Problemas de la enunciación fílmica y televisiva*. Madrid, Cátedra.

BLOCK de BEHAR, L. (1976)  
*El lenguaje de la publicidad*. Bs. As., Siglo XXI.

BOURDIEU P. (1984)  
 "El mercado lingüístico"; en: *Sociología y cultura*. México, Grijalbo.

BOURDIEU, P.(1992)  
*Lo que quiere decir hablar*. Madrid, Akal.

COLOMBO, F. (1990)  
 "El ícono ético. La imagen de síntesis y un nuevo paradigma moral", en *Videoculturas de fin de siglo*. Madrid, Cátedra.

DEBORD, G. (1976)  
*La sociedad del espectáculo*. Madrid, Castellote.

DELADALLE, G. (1996)  
 "La filosofía de Peirce", en *Leer a Peirce hoy*, Barcelona, Gedisa.

DEL COTO, M. R. (1996)  
 "Semiótica y publicidad", en *De los códigos a los discursos*, Buenos Aires, Editorial Docencia.

DUCROT, O. (1984)  
 "La enunciación", "La noción de sujeto hablante" en *El decir y lo dicho*. Buenos Aires, Hachette.

DUCROT O. y T. TODOROV, T. (1980)  
 "La semiótica", "El signo" y "Sintagma y paradigma", en *Diccionario enciclopédico de las ciencias del lenguaje*. México, Siglo XXI.

ECO, U. (1981)  
*Tratado de Semiótica General*, Barcelona, Lumen.

ECO, U. (1987)  
*Apocalípticos e integrados*. Barcelona: Lumen, 1968.

ECO, U. (1988)  
 "El signo" en *El signo*. Barcelona, Labor, 1988.

ECO, U. (1987)  
*La estrategia de la ilusión*. Barcelona, Lumen.

FABBRI, P. (1995)  
*Tácticas de los signos. Ensayos de semiótica*. Barcelona, Gedisa.

FABBRI, P (2000)  
*El giro semiótico. Las concepciones del signo a lo largo de la historia*. Barcelona, Gedisa

FAIRCLOUGH, N.(1992)  
 "Text Analysis: Constructing Social Reality" en *Discourse and Social Change*. Cambridge, Polity Press

FAYE, J.-P. (1976)  
*Los lenguajes totalitarios*. Madrid, Taurus.

FOUCAULT, M. (1979).  
*Las palabras y las cosas*, México, Siglo XXI.

GENETTE, G. (1998)  
*Nuevo discurso del relato*. Madrid, Cátedra.

GRIZE, J.-B. (1990)  
*Logique et langage*, Ophrys.

GREIMAS, A.J. (1981)  
 "El contrato de veridicción", en *Del sentido II*. Madrid, Gredos.

GROUPE M. (1993)

*Tratado del signo visual*. Barcelona, Cátedra.

GUBERN, R. (1990)  
*Mensajes icónicos en la cultura de masas*. Barcelona, Lumen.

HALLIDAY M. A. K. (1982)  
*El lenguaje como semiótica social*. México, FCE.

HODGE, R, y KRESS, G. (1979).  
*Language as Ideology*. London: Routledge, 1993. Cap.I. (adapt.)

KERBRAT-ORECCHIONI, C. (1984)  
*La conotación*. Bs. As., Hachette.

KLEIN, N. (2001)  
*NoLogo. El poder de las marcas*. Barcelona: Paidós.

KRESS. G. y R. FOWLER (1983)  
*Lenguaje y control*. México, Fondo de Cultura Económica.

LOTMAN, J. y USPENSKIJ, B. (1979)  
*Semiótica de la cultura*. Madrid, Cátedra.

LOZANO, J. et al.(1982)  
*Análisis del discurso. Hacia una semiótica de la interacción textual*. Madrid, Cátedra.

MAGARIÑOS DE MORENTIN, J. (1983) "Charles Sanders Peirce: sus aportes a la problemática actual de la semiología", en *El signo. Las fuentes teóricas de la semiología: Saussure, Peirce, Morris*, Hachette, Buenos Aires.

MAGARIÑOS DE MORENTIN, J. (1984)  
*El mensaje publicitario*. Buenos Aires, Hachette.

MAINGUENEAU, D. (1980)  
 "El carácter no unitario del discurso: Enunciados referidos e interferencias léxicas", en *Introducción a los métodos de análisis del discurso. Problemas y perspectivas*, Buenos Aires, Hachette.

MAINGUENEAU, D (1996)  
*Términos claves del análisis del discurso*. Buenos Aires: Nueva Visión.

MALDIDIER, D. Y ROBIN, R.(1976)  
 "Du spectacle au meurtre de l'événement", *Annales*: Paris, en Arnoux, E. et al. *Elementos de Semiología y análisis del discurso*. Bs. As. Edic. Universit, 1989.

MARTY, C. y MARTY, R.(1992).  
*La semiótica. 99 respuestas*. Bs.As.: Edicial, 1995.

MEYER, M. (1987)  
*Lógica, lenguaje y argumentación*, Buenos Aires, Hachette.

MOLES, A. (1976)  
*El afiche en la sociedad urbana*. Buenos Aires, Paidós.

PACKARD, V. (1981)  
*Las formas ocultas de la propaganda*. Buenos Aires, Sudamericana.

PARRET, H. (1987)  
 entrada para la *Encyclopédie Philosophique*, tomo II en 1988. (en *Cruzeiro Semiótico* Nro.6, enero, 1987).

PÊCHEUX, M. (1976)  
*Análisis automático del discurso*. Madrid, Gredos.

PEIRCE, Ch. S., (1987)  
*Obra lógico-semiótica*. Madrid, Taurus.

PENINOU, G. (1976)  
*Semiótica de la Publicidad*. Barcelona, Gustavo Gili.

PERRET, D. (1970)  
 "Les appellatifs", *Langages*, 17; en Arnoux, Elvira, *Elementos de semiología y análisis del discurso*. Ed. Cursos Universitarios, Bs. As., 1989.



POTTER, J., (1998)  
*La representación de la realidad. Discurso, retórica y construcción social.*  
 Barcelona, Paidós.

RAITER A. (2002)  
 Representaciones sociales. Buenos Aires, Eudeba.

RAMONET I. (1998)  
*La tiranía de la comunicación.* Madrid, Debate.

REBOUL, O. (1978)  
*El poder del eslogan.* Valencia, Fernando Torres Ed..

RICOEUR, P., (1996)  
 "El mundo del texto y el mundo del lector", en *Tiempo y narración*, México, Siglo XXI.

SEARLE, J. (1991)  
*Actos de habla.* Madrid, Cátedra

STEIMBERG, O. y TRAVERSA, O. (1997)  
*Estilo de época y comunicación mediática,* Buenos Aires, Atuel.

TREW, T. (1983)  
 "Teoría e ideología en acción" en: Fowler et. al. *Lenguaje y control.* México, F. C. E..

VALDÉS VILLANUEVA, L. (Ed.). 1991.  
*La Búsqueda del Significado.* Madrid. Tecnos.

VAN DIJK, T. A., (1990)  
*La noticia como discurso. Comprensión, estructura y producción de la información.*  
 Barcelona. Paidós.

VAN DIJK T. A. (1999)  
*Ideología. Una aproximación multidisciplinaria.* Barcelona, Gedisa. (1a. edic. ingl. 1998).

VAN DIJK T. A. (comp.) 2000  
*El discurso como interacción social.* Barcelona, Gedisa.

VERÓN, E. (1987)  
*Construir el acontecimiento.* Barcelona, Gedisa.

VERÓN. E. (1993)  
*La semiosis social.* Barcelona, Gedisa.

VERÓN, E.(1997)  
*Semiosis de lo ideológico y del poder,* CBC, UBA, Bs.As.

VERÓN, E. (1999)  
 "Mercado y estrategias enunciativas", en *Esto no es un libro.* Barcelona, Gedisa.

VICTOROFF, D. (1980)  
*Publicidad e imagen.* Barcelona, Gustavo Gili.

WHITE, HAYDEN (1992)  
 "El valor de la narrativa en la representación de la realidad", en *El contenido de la forma,*  
 Barcelona, Paidós.

WILLIAMS, R. (1981)  
*Cultura (Sociología de la comunicación y del arte).* Bs. As., Paidós.

ZUNZUNEGUI, S. (1998)  
*Pensar la imagen.* Barcelona, Cátedra.

- 5) **Cronograma de Actividades** (que contemple planificación diaria de clases:  
 temas de teóricos, lecturas obligatorias, actividades de prácticos, etc)

CLASE N° 1:	1er. CUATRIMESTRE	2do. CUATRIMESTRE
-------------	-------------------	-------------------

<b>FECHA: 3/4</b>		<b>FECHA: 21/8</b>
<b>TEORICO:</b> <b>Contenidos / temas a desarrollar</b> <b>Textos de lectura obligatoria:</b> MARTY, C. y R. MARTY.(1992). <i>La semiótica. 99 respuestas</i> . Bs.As.: Edicial, 1995. SERCOVICH, A.(1986) "Prólogo" en Peirce, Ch. (1986). <i>La ciencia de la semiótica</i> . Bs. As.: Nueva Visión.	Semiótica/ Semiología. Orígenes. Campos de estudio. Estructura de la significación binaria y triádica. Problemática del signo.	Semiótica/ Semiología. Orígenes. Campos de estudio. Estructura de la significación binaria y triádica. Problemática del signo.
<b>PRACTICO:</b> <b>Actividades propuestas a los alumnos. Modalidad.</b>	Lectura, análisis grupal y puesta en común de la interpretación de la bibliografía mencionada.	Lectura, análisis grupal y puesta en común de la interpretación de la bibliografía mencionada.
<b>CLASE N° 2:</b> <b>FECHA: 10/4</b>		<b>CLASE N° 2:</b> <b>FECHA: 28-8</b>
<b>TEÓRICO:</b> <b>Contenidos / temas a desarrollar</b> <b>Textos de lectura obligatoria:</b> DE SAUSSURE, F.(1951) <i>Curso de lingüística general</i> . Bs.As.: Losada, 1978	Teoría de F. de Saussure. Lenguaje, lengua, habla, Noción de sistema. Valor. Signo. Binarismo.	Teoría de F. de Saussure. Lenguaje, lengua, habla, Noción de sistema. Valor. Signo. Binarismo.
<b>PRÁCTICO:</b> <b>Actividades propuestas a los alumnos. Modalidad.</b>	Contestación grupal de cuestionario-guía. Puesta en común.	Contestación grupal de cuestionario-guía. Puesta en común.
<b>CLASE N° 3:</b> <b>FECHA: 17/4</b>		<b>CLASE N° 3:</b> <b>FECHA: 4-9</b>
<b>TEÓRICO:</b> <b>Contenidos / temas a desarrollar</b> <b>Textos de lectura obligatoria:</b> DE SAUSSURE, F.(1951) <i>Curso de lingüística general</i> . Bs.As.: Losada, 1978. PEIRCE, CH. (1986). <i>La ciencia de la semiótica</i> . Bs. As.: Nueva Visión.	Teoría del valor. Relaciones que contrae el signo. El signo desde la epistemología: estructura triádica en Peirce	Teoría del valor. Relaciones que contrae el signo. El signo desde la epistemología: estructura triádica en Peirce

<b>PRACTICO:</b> <b>Actividades propuestas a los alumnos. Modalidad.</b>	Contestación de consignas del tipo Falso-Verdadero y justificación). Reconocimiento de sintagma/ paradigma y ejemplificación.	Contestación de consignas del tipo Falso-Verdadero y justificación). Reconocimiento de sintagma/ paradigma y ejemplificación
<b>CLASE N° 4:</b> <b>FECHA: 24-4</b>		<b>CLASE N° 4:</b> <b>FECHA: 11-9</b>
<b>TEORICO:</b> <b>Contenidos / temas a desarrollar</b> <b>Textos de lectura obligatoria:</b> ECO, U. (1981) <i>Tratado De semiótica general</i> . Barcelona: Lumen. _____(1997). <i>Kant y el ornitorrinco</i> . Barcelona:Lumen. PEIRCE, CH. (1986). <i>La ciencia de la semiótica</i> . Bs. As.: Nueva Visión	La semiosis. Primera tricotomía de Peirce: representamen, objetos e interpretantes. Segunda tricotomía.	La semiosis. Primera tricotomía de Peirce: representamen, objetos e interpretantes. Segunda tricotomía
<b>PRACTICO:</b> <b>Actividades propuestas a los alumnos. Modalidad.</b>	Lectura de fragmentos de Peirce. Reconocimiento y formulación de ejemplos: íconos, índices, símbolos. Comparación Saussure-Peirce.	Lectura de fragmentos de Peirce. Reconocimiento y formulación de ejemplos: íconos, índices, símbolos. Comparación Saussure-Peirce.
<b>CLASE N° 5:</b> <b>FECHA: 8-5</b>		<b>CLASE N° 5</b> <b>FECHA: 18-9</b>
<b>TEORICO:</b> <b>Contenidos / temas a desarrollar</b> <b>Textos de lectura obligatoria</b> BARTHES, R. (1970) <i>La semiología</i> . Buenos Aires, Tiempo Contemporáneo. _____(1978). <i>Mitologías</i> . México, Siglo XXI. JAKOBSON, R. (1985) "Lingüística y poética", en <i>Ensayos de Lingüística General</i> . Barcelona, Planeta-Agostini.	Denotación-connotación. Esquema de Jakobson. El problema de las competencias.	Denotación-connotación. Esquema de Jakobson. El problema de las competencias
<b>PRACTICO:</b>	Análisis de textos y	Análisis de textos y

<b>Actividades propuestas a los alumnos. Modalidad.</b>	reconocimiento de funciones del lenguaje. Lectura de dos <i>Mitologías</i> .	reconocimiento de funciones del lenguaje. Lectura de dos <i>Mitologías</i> .
<b>CLASE N° 6:</b> <b>FECHA: 15-5</b>		<b>CLASE N° 6</b> <b>FECHA: 25-9</b>
<b>TEORICO:</b> <b>Contenidos / temas a desarrollar</b> <b>Textos de lectura obligatoria</b> BAJTIN, M. (1982) "El problema de los géneros discursivos", en <i>Estética de la creación verbal</i> . México: Siglo XXI. BOURDIEU, P. (1977) "L'économie des échanges linguistiques", <i>Langue française</i> , 34. KERBRAT-ORECCHIONI, K. (1986) <i>La enunciación. De la subjetividad en el lenguaje</i> . Bs. As., Hachette. LYONS, J. (1978), "Competencia comunicativa", en <i>Semántica</i> . Barcelona, Teide.	Reformulación del esquema de la comunicación (Kerbrat-Orecchioni). Competencia comunicativa y capital simbólico. El problema de los géneros discursivos. Géneros verbales e icónico verbales.	Reformulación del esquema de la comunicación (Kerbrat-Orecchioni). Competencia comunicativa y capital simbólico. El problema de los géneros discursivos. Géneros verbales e icónico-verbales
<b>PRACTICO:</b> <b>Actividades propuestas a los alumnos. Modalidad.</b>	Análisis de dos <i>Mitologías</i> : "Publicidad de la profundidad" y "Fotogenia electoral". Ejercicios connotación- denotación. Cuestionario-guía: lectura del texto de P. Bourdieu.	Análisis de dos <i>Mitologías</i> : "Publicidad de la profundidad" y "Fotogenia electoral". Ejercicios connotación- denotación. Cuestionario-guía: lectura del texto de P. Bourdieu.
<b>CLASE N° 7:</b> <b>FECHA: 22-5</b>		<b>CLASE N° 7:</b> <b>FECHA: 2-10</b>
<b>TEORICO:</b> <b>Contenidos / temas a desarrollar</b> <b>Textos de lectura obligatoria:</b> EAGLETON, T. (1998) <i>Ideología</i> . Barcelona, Paidós. (adaptación) PECHEUX, M. (1975) "Mises au point et perspectives a propos de l'analyse automatique du discours" <i>Langages</i> , 37; en Arnoux, E. y colaboradores. <i>Lenguaje e Ideología</i> . Lingüística Interdisciplinaria, F.F. y L, UBA. Bs.As., Ediciones universitarias,	Géneros discursivos. Ideología y semiótica. Formaciones ideológicas y formaciones discursivas. El sujeto en tanto lugar ideológico y social.	Géneros discursivos. Ideología y semiótica. Formaciones ideológicas y formaciones discursivas. El sujeto en tanto lugar ideológico y social.

1988. VOLOSHINOV, V. (1992). <i>El marxismo y la filosofía del lenguaje</i> . Madrid, Alianza.		
<b>PRACTICO:</b> <b>Actividades propuestas a los alumnos. Modalidad.</b>	- <b>1er. Parcial</b>	- <b>1er. Parcial</b>
<b>CLASE N° 8:</b> <b>FECHA: 29-5</b>		<b>CLASE N° 8:</b> <b>FECHA : 9-10</b>
<b>TEORICO:</b> <b>Contenidos / temas a desarrollar</b> <b>Textos de lectura obligatoria:</b> BENVENISTE, E.(1971) "El aparato formal de la enunciación", en <i>Problemas de lingüística general</i> . México, Siglo XXI. DUCROT, O. (1986) <i>El decir y lo dicho</i> . Barcelona, Paidós. FILINICH, M. (1997). <i>Enunciación</i> . Bs.As.: Eudeba. KERBRAT-ORECCHINI, K. (1986) <i>La enunciación. De la subjetividad en el lenguaje</i> . Bs. As., Hachette. WEINRICH, H. (1975) <i>Estructura y función de los tiempos en el lenguaje</i> . Madrid, Gredos.	Teoría de la enunciación. Conceptos básicos: Enunciación-enunciado. El sujeto de la enunciación. Deícticos de persona, lugar y tiempo. Subjetivemas.	Teoría de la enunciación. Conceptos básicos: Enunciación-enunciado. El sujeto de la enunciación. Deícticos de persona, lugar y tiempo. Subjetivemas
<b>PRACTICO:</b> <b>Actividades propuestas a los alumnos. Modalidad.</b>	Análisis enunciativo de diversos géneros discursivos	Análisis enunciativo de diversos géneros discursivos
<b>CLASE N° 9:</b> <b>FECHA: 4/ 6</b>		<b>CLASE N° 9</b> <b>FECHA: 16-10</b>
<b>TEORICO:</b> <b>Contenidos / temas a desarrollar</b> <b>Textos de lectura obligatoria</b> KERBRAT-ORECCHINI, K. (1986) <i>La enunciación. De la subjetividad en el lenguaje</i> . Bs. As., Hachette. MAINGUENEAU, D. (1984) <i>Introducción a los métodos de análisis del discurso</i> . Buenos Aires,	Modalidades de enunciación, enunciado y mensaje. Polifonía	Modalidades de enunciación, enunciado y mensaje. Polifonía

Hachette		
<b>PRACTICO:</b> <b>Actividades propuestas a los alumnos. Modalidad.</b>	Identificación y análisis de elementos polifónicos en diversos textos verbales e icónico-verbales.	Identificación y análisis de elementos polifónicos en diversos textos verbales e icónico-verbales.
<b>CLASE N° 10:</b> <b>FECHA: 11/6</b>		<b>CLASE N° 10:</b> <b>FECHA: 23-10</b>
<b>TEORICO:</b> <b>Contenidos / temas a desarrollar</b> <b>Textos de lectura obligatoria</b> CHAROLLES, M. (1980) "Les formes directes et indirectes de l'argumentation", <i>Pratiques 28</i> GRIZE, J.-B. (1990) <i>Logique et langage</i> , Ophrys. MARAFIOTI, R. (2003) <i>Los patrones de la argumentación</i> , Biblos. PERELMAN, Ch. et al. (1958) <i>Tratado de la argumentación, La nueva retórica</i> , Madrid, Gredos.	Conducta y situación de argumentación. La persuasión. La máquina retórica. Figuras. Lugares, máximas ideológicas, estereotipos. El ejemplo. La analogía. Ethos discursivo. Dimensión emocional de la argumentación.	Conducta y situación de argumentación. La persuasión. La máquina retórica. Figuras. Lugares, máximas ideológicas, estereotipos. El ejemplo. La analogía. Ethos discursivo. Dimensión emocional de la argumentación.
<b>PRACTICO:</b> <b>Actividades propuestas a los alumnos. Modalidad.</b>	Identificación de estrategias argumentativas. Análisis de textos: Idispositio, entimemas, argumentos de autoridad, ejemplos, analogías.	Identificación de estrategias argumentativas. Análisis de textos: dispositio, entimemas, argumentos de autoridad, ejemplos, analogías.
<b>CLASE N° 11: [18-6 FERIADO]</b> <b>FECHA: 25/6</b>		<b>CLASE N° 11:</b> <b>FECHA: 30-10</b>
<b>TEORICO:</b> <b>Contenidos / temas a desarrollar</b> <b>Textos de lectura obligatoria</b> CHAROLLES, M. (1980) "Les formes directes et indirectes de l'argumentation", <i>Pratiques 28</i> . MARAFIOTI, R. (1988) <i>Los significantes del consumo</i> . Buenos Aires, Biblos. MARAFIOTI, R. (2003) <i>Los patrones de la argumentación</i> , Biblos.	Argumentación directa e indirecta.. Introducción al discurso de la publicidad. Combinación de códigos. Características argumentativas del mensaje publicitario. Persuasión.	Argumentación directa e indirecta. Introducción al discurso de la publicidad. Combinación de códigos. Características argumentativas del mensaje publicitario. Persuasión.

<b>PRACTICO:</b> <b>Actividades propuestas a los alumnos. Modalidad.</b>	Identificación de estrategias de argumentación directa e indirecta en textos verbales e icónico-verbales. Anclaje y relevo.	Identificación de estrategias de argumentación directa e indirecta en textos verbales e icónicos. Anclaje y relevo.
<b>CLASE N° 12:</b> <b>FECHA: 3/ 7</b>		<b>CLASE N° 12:</b> <b>FECHA: 6-11</b>
<b>TEORICO:</b> <b>Contenidos / temas a desarrollar</b> <b>Textos de lectura obligatoria:</b> BARTHES, R. (1970) "Retórica de la imagen", en <i>Semiología</i> , Buenos Aires, Tiempo Contemporáneo ECO, U. (1987) <i>La estructura ausente</i> . Barcelona, Lumen. MARAFIOTI, R. (1988) <i>Los significantes del consumo</i> . Buenos Aires, Biblos.	Combinación de los códigos verbal e icónico. Anclaje y relevo. Géneros, funciones y usos sociales de la imagen Registros y niveles de los códigos publicitarios. Procedimientos de connotación.	Combinación de los códigos verbal e icónico. Anclaje y relevo. Géneros, funciones y usos sociales de la imagen Registros y niveles de los códigos publicitarios. Procedimientos de connotación.
<b>PRACTICO:</b> <b>Actividades propuestas a los alumnos. Modalidad.</b>	Ejercitación: reconocimiento y análisis de los niveles icónico, iconográfico, tropológico y lugares. Análisis de la connotación en la imagen fotográfica: trucaje, esteticismo, los objetos, fotogenia, etc.	Ejercitación: reconocimiento y análisis de los niveles icónico, iconográfico, tropológico y lugares. Análisis de la connotación en la imagen fotográfica: trucaje, esteticismo, los objetos, fotogenia, etc.
<b>CLASE N° 13:</b> <b>FECHA: 10/ 7</b>		<b>CLASE N° 13:</b> <b>FECHA: 13-11</b>
<b>TEORICO:</b> <b>Contenidos / temas a desarrollar</b> <b>Textos de lectura obligatoria:</b> BARTHES, R. (1970) "Retórica de la imagen", en <i>Semiología</i> , Buenos Aires, Tiempo	<b>2do. Parcial</b>	La retórica de la imagen: procedimientos de connotación. Los lugares comunes. El argumento entimemático en la

Contemporáneo ECO, U. (1987) <i>La estructura ausente.</i> Barcelona, Lumen. MARAFIOTI, R. (1988) <i>Los significantes del consumo.</i> Buenos Aires, Biblos. VILCHES, L. (1984) <i>La lectura de la imagen,</i> Barcelona, Paidós, Cap. 2.		publicidad
<b>PRACTICO:</b> <b>Actividades propuestas a los alumnos. Modalidad.</b>		Análisis de la connotación en la imagen fotográfica: trucaje, esteticismo, los objetos, fotogenia, etc. Reconocimiento y análisis de entimemas en el discurso publicitario.
<b>CLASE N° 14:</b> <b>FECHA: 17/ 7</b>		<b>CLASE N° 14:</b> <b>FECHA: 20-11</b>
<b>TEORICO:</b> <b>Contenidos / temas a desarrollar</b> <b>Textos de lectura obligatoria</b>	<b>Recuperatorios y entrega de nota final.</b>	<b>Segundo parcial.</b>
<b>PRACTICO:</b> <b>Actividades propuestas a los alumnos. Modalidad.</b>		
<b>CLASE N°</b> <b>FECHA:</b>		<b>CLASE N° 15:</b> <b>FECHA: 27-11</b>
<b>TEORICO:</b> <b>Contenidos / temas a desarrollar</b> <b>Textos de lectura obligatoria</b>		<b>Recuperatorios. Entrega de nota final.</b>
<b>PRACTICO:</b> <b>Actividades propuestas a los alumnos. Modalidad.</b>		

## 6) Modalidades del proceso de orientación del aprendizaje

Se trata de un curso estructurado en clases teóricas y en trabajos teórico- prácticos.

Departamento de Humanidades y Ciencias Sociales

16

*Diseño de los Programas de Estudio*



El desarrollo de la materia prevé la exposición a cargo del docente adjunto para las clases teóricas, quien también tendrá a su cargo la coordinación de las actividades teórico- prácticas. Al mismo tiempo se promoverá la ejercitación con los alumnos de modo de poner en evidencia la correlación entre los conceptos teóricos y las posibilidades que brinda su aplicación práctica. Las actividades de ejercitación serán grupales y también individuales, de manera que se pueda monitorear el proceso de aprendizaje (ver punto 5. cronograma de actividades)

## **7) Modalidad de cursado**

Por la índole de la materia la modalidad de trabajo es teórico-práctica. Pero según los temas, algunas clases tendrán una mayor carga teórica y de exposición a cargo del docente. En estos casos, los prácticos constarán de cuestionarios y guías de lectura para posibilitar la comprensión de los temas más abstractos y que ofrecen mayores dificultades de comprensión por parte de los alumnos. Se propiciará la lectura, discusión y análisis en grupos de cuatro o cinco alumnos.

## **8) Evaluaciones**

Esta prevista la evaluación del total del dictado en las clases de la materia a través de dos exámenes parciales teórico-prácticos. (Ver fecha en 5. cronograma de actividades).

1. Control de lectura de la bibliografía obligatoria.
2. Preguntas de comprensión que tratan de poner en juego la elaboración personal del alumno a través de las necesarias relaciones que pueden existir entre los textos.
3. La aplicación de los conceptos teóricos a una propuesta práctica. Este tipo de trabajo se habrá ejercitado antes en clase. En oportunidad de los exámenes parciales, se proveerá a los alumnos de textos para ser analizados.

En caso de estar ausente en un examen o de reprobarse se podrá acceder sólo a un examen recuperatorio (el ausente, reprobado o con nota menor a 7 (siete) pero en esta oportunidad se incluirán el conjunto de los temas previstos aún cuando no hayan sido dados en clase.

## **9) Régimen de Promoción**

Los alumnos promoverán la materia cuando hayan aprobado cada una de las instancias de evaluación con siete o más de siete y hayan cumplido con una asistencia al 80% de las clases.

Prof. Leticia Rolando  
Leg. 741