

UNIVERSIDAD NACIONAL DE QUILMES  
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS SOCIALES

Asignatura: Semiótica (2º Cuot. 1974)

Carrera: Comunicación Social

Prof. Titular: María SONDEREGUER  
Jefe de T.P. : Alejandro BLANCO

-----  
Régimen de cursada : cuatrimestral

1. Objetivos generales:

Proporcionar un marco de orientación y debatir algunas problemáticas teóricas de la indagación semiótica dentro del campo de la Comunicación Social.

2. Objetivos específicos:

-Presentar los textos de fundación y proporcionar los marcos teóricos de generación de la disciplina.

-Trabajar algunos desarrollos teóricos de la semiótica actual en relación con el análisis de los medios masivos.

3. Contenido temático:

UNIDAD I:

El concepto de signo y la construcción de modelos semióticos. Los fundamentos Saussureanos. El signo: Significante y significado. Arbitrariedad y motivación. Lengua y Habla. El concepto de sistema.

Desde una lógica binaria a una lógica ternaria. Charles S. Peirce. La estructura de la semiosis. Tipología de los signos. Icono, índice, símbolo. Semiología y semiótica.

UNIDAD II:

Roland Barthes. Cuestiones de método. La semiología como translenguística. La extensión semiológica de los conceptos lingüísticos. Signos propiamente dichos y funciones-signo.

Significación y Comunicación. El concepto de código. Naturalidad y Convención. Signo y objeto: el referente. El espacio significantes: la comunicación no verbal

UNIDAD III:

Los códigos visuales. Una investigación legítima? El signo icónico. La codificación de los signos. Naturalidad y convencionalidad.

La imagen. Textualidad e intertextualidad. Texto e imagen. Niveles de análisis de la imagen.

UNIDAD IV:

Semiótica y Publicidad. Niveles y registros de los códigos publicitarios. La imagen persuasiva. Relaciones entre registros. El mensaje publicitario. Recepción y consumos culturales.

4. Bibliografía obligatoria:

UNIDAD I:

DE GAUSSURE, Ferdinand, Curso de Lingüística General, Losada, Buenos Aires, 1972; Introducción, cap. III; Primera Parte, Cap. I y II; Segunda parte, Cap. IV y V.

PEIRCE, Charles, La ciencia de la semiótica, Nueva Visión, Buenos Aires, 1974; (Fragmentos)



UNIDAD II:

BARTHES, Roland, "Elementos de Semiología", en La aventura semiológica, Paidós, Barcelona, 1990

ECO, Umberto, La estructura ausente, Lumen, Barcelona, 1989; Sección A: 1. "El universo de las señales", y 2. "El universo del sentido": puntos I, II, y III.

KNAPP, Mark, La comunicación no verbal, Paidós, Buenos Aires, 1988; (Fragmentos).

BARTHES, Roland, Mitologías, S XXI, México, 1983

UNIDAD III:

ECO, Umberto, op. cit. ; sección B: cap. 1. "Los códigos visuales"; puntos I, II, III; cap. 2 (fragmento) y cap. 3: puntos I.1. y III.

BARTHES, Roland, "El mensaje fotográfico", "Retórica de la imagen", "El tercer sentido", en Lo obvio y lo obtuso, Paidós, Buenos Aires, 1992

UNIDAD IV:

MARAFIOTI, Roberto, Los significantes del consumo, Biblos, Buenos Aires, 1993; Segunda Parte, Cap. IV: "La semiología publicitaria".

ECO, Umberto, op. cit.; sección B, Cap. 4 y 5; (Fragmentos)

ECO, Umberto, Lector in fabula, Lumen, Barcelona, 1981

6. Requisitos para la aprobación de la cursada:

Los alumnos deberán cumplir con los siguientes requisitos:

- Asistir al 80% de las clases teóricas y prácticas.
- Aprobar los trabajos prácticos de acuerdo con el sistema de evaluación que el Jefe de Trabajos Prácticos disponga para ello.

-Obtener un mínimo de 4 (cuatro) en los exámenes parciales.

Los alumnos que cumplan con la asistencia y aprueben los exámenes parciales, podrán rendir examen final con condición de regulares.

#### 7. Evaluación:

Los elementos centrales de la evaluación serán:

- Los exámenes parciales
- Los trabajos prácticos
- El examen final

#### 8. Metodología para el dictado de la asignatura:

El trabajo está basado en tres tipos de actividades centrales:

- Las clases teóricas y prácticas
- la participación de los alumnos
- el desarrollo de trabajos prácticos que se pondrán oportunamente.

*Propone: Espinosa, Quiroz octubre de 1994.*

Dr. GERMAN VÉSTOR RODRIGUEZ  
Director  
Carrera de Comunicación Social  
UNIVERSIDAD NACIONAL DE QUILMES