



Ministerio de Cultura y Educación  
 Universidad Nacional de San Luis  
 Facultad de Ciencias Humanas  
 Departamento: Fonoaudiología y Comunicación  
 Área: Formación General en Comunicación

(Programa del año 2011)  
 (Programa en trámite de aprobación)  
 (Presentado el 19/12/2011 19:31:59)

### I - Oferta Académica

Materia	Carrera	Plan	Año	Período
SEMIOTICA DE LOS MEDIOS	LIC.EN PERIODISMO	013/0 9	2011	2° cuatrimestre

### II - Equipo Docente

Docente	Función	Cargo	Dedicación
LUCERO OLGUIN, OLGA MARIA	Prof. Responsable	P.Adj Exc	40 Hs
CACACE, MARIA FLORENCIA	Prof. Colaborador	P.Adj Semi	20 Hs
LOBO, CLAUDIO TOMAS	Prof. Colaborador	P.Adj Semi	20 Hs
GARCIA, CLAUDIA PAOLA	Auxiliar de Práctico	A.1ra Semi	20 Hs
VERGARA, EDUARDO ALEJANDRO	Auxiliar de Práctico	A.1ra Semi	20 Hs

### III - Características del Curso

Credito Horario Semanal				
Teórico/Práctico	Teóricas	Prácticas de Aula	Práct. de lab/ camp/ Resid/ PIP, etc.	Total
Hs	30 Hs	30 Hs	Hs	4 Hs

Tipificación	Periodo
C - Teoría con prácticas de aula	2° Cuatrimestre

Duración			
Desde	Hasta	Cantidad de Semanas	Cantidad de Horas
08/08/2011	18/11/2011	15	60

### IV - Fundamentación

Esta asignatura, situada en el tercer año de la carrera de Licenciatura en Periodismo, tiene su especial relevancia en que presenta al estudiante elementos para pensar la actividad del periodista en términos de actividad discursiva, actividad vinculada al conocimiento y a la producción social del sentido y de lo real.

En este sentido, esta materia realizará aportes fundamentales en dos aspectos señalados entre las competencias que debe poseer un egresado de la carrera: por un lado –y en tanto que disciplina que problematiza el rol de los medios en la construcción de la realidad social- brinda elementos para fortalecer “una formación crítica que (...) le permita reflexionar y problematizar el papel que juega el periodismo y los medios de comunicación como constructores de la realidad social” y; por otro –en tanto disciplina que otorga herramientas para el diagnóstico de situaciones de mensajes y caminos para estrategias comunicacionales- aporta elementos para lograr “conocimiento sobre las tecnologías, lenguajes y etapas para la planificación, el diseño y la realización de productos periodísticos para diferentes soportes”.

La perspectiva que esta asignatura adopta es la sociosemiótica, es decir, se parte del supuesto de la necesidad de análisis de los discursos efectivamente producidos y de la idea según la cual toda descripción acerca de su funcionamiento nos dará pistas acerca de la sociedad en que se producen y se consumen.

El objetivo general que se plantea es posibilitar a los estudiantes situarse frente a los textos producidos por los medios de comunicación masiva. Esta perspectiva consiste en un modo de acercamiento al discurso de los medios que supone que

empíricamente nos enfrentamos a multitudes de textos pasibles de ser abordados desde una encrucijada de nociones teóricas: la ineludible noción de género, instancia elemental considerada tanto en la producción como en el reconocimiento; la consideración de las especificidades propias de la materia significativa puesta en juego, las características del soporte tecnológico y sus usos sociales; la categoría de dispositivo/medio; y la consideración del estilo discursivo, vía remisión a su horizonte de contemporaneidad. Estos contenidos se desarrollan en la Unidad 1, precedidos de una breve introducción esquematizada en los ejes “semiótica” y “medios”, en los que se busca introducir al alumno al campo de los estudios semióticos en el contexto de las ciencias sociales y enfatizar en la especificidad del abordaje semiótico de los medios. En la Unidad 2 se continúa con una profundización de los fundamentos semióticos, haciendo hincapié en los desarrollos teóricos de la semiótica de segunda y de tercera generación.

Del mismo modo, cada texto mediático, cada materia significativa investida de sentido según particularidades propias que le confiere el soporte tecnológico usado y el dispositivo mediático prevén y construyen un lugar particular para quien hace uso de la palabra y para quien la recibe: la denominada dimensión enunciativa. Esta vía de análisis fundamental en la semiótica es un eje vertebrador de la propuesta actual y se trabajará en profundidad en la Unidad 3, en la que se plantean interrogantes acerca de la lógica de la representación y la construcción en la discursividad mediática.

Asimismo, esta propuesta supone una vía de acercamiento en dos diferentes niveles al objeto de estudio de una semiótica de los medios: una, necesariamente teórica, que tendrá que ver con conocer los aportes de la semiótica para pensar los modos del funcionamiento discursivo de los medios y otro que supondrá una aproximación a los modos que esta disciplina propone para el abordaje de objetos específicos: los desempeños mediáticos concretos y la indagación de su dimensión discursiva. Este segundo nivel provendrá de incorporar como insumo de lectura y análisis investigaciones clásicas y actuales realizadas en el campo.

## V - Objetivos / Resultados de Aprendizaje

Objetivos generales:

- Conocer los aportes fundacionales de la semiótica para pensar los modos del funcionamiento discursivo de los medios.
- Comprender la especificidad del abordaje semiótico de los medios.
- Problematizar las lógicas de la representación y la construcción en la discursividad mediática.
- Indagar acerca de las modificaciones en los modos de producción y consumo los medios masivos tradicionales a partir del advenimiento de los nuevos medios digitales.

Objetivos específicos:

- Considerar a los medios como elementos centrales de la construcción discursiva de lo real/social en las sociedades mediatizadas.
- Reconocer las especificidades propias de la materia significativa puesta en juego, las consecuencias discursivas del uso de diferentes soportes técnicos y las modelizaciones propias de los dispositivos.
- Interrogarse sobre el lugar de los medios y el rol del periodista en la era post-masiva.
- Aplicar los conocimientos que se adquieran, tanto en instancias aproximadas al quehacer profesional, como en el análisis de textos mediáticos.

## VI - Contenidos

### Unidad 1:

Semiótica/ Semiótica de los Medios

- A. La Semiótica. Historia del campo. Semiótica en el contexto de las ciencias sociales. El giro lingüístico, el giro semiótico.
- B. Los medios, objeto de estudio de los estudios en comunicación y de la semiótica. La especificidad de la perspectiva semiótica: la dimensión discursiva.
- C. Nociones centrales para una aproximación a la dimensión discursiva de los medios: texto/discurso, género/estilo, medios/dispositivos y estrategia discursiva. Los desempeños discursivos de los medios de comunicación masiva. Un acercamiento al análisis de textos mediáticos: una encrucijada semiótica. Las categorías puestas en juego. Su cruzamiento, su productividad.

### Unidad 2: Fundamentos semióticos

Peirce. El modelo ternario de significación y los fundamentos para pensar el funcionamiento de los discursos sociales. Verón. La semiosis social, el sistema productivo. Las gramáticas de producción y reconocimiento, la circulación. La construcción social de lo real. La materialidad del sentido. Los órdenes de funcionamiento del sentido: el nivel indicial, icónico y simbólico.

### **Unidad 3: Rompiendo el espejo: los medios no reflejan nada (hacia una desnaturalización del rol de los medios)**

La mediatización del sentido. Sociedades mediáticas y mediatizadas: una hipótesis. Los niveles de funcionamiento de la semiosis en las producciones discursivas de las sociedades mediatizadas. Los discursos mediáticos como producción de lo real: la construcción del acontecimiento. El discurso mediático. La cuestión de la objetividad. La teoría de la enunciación, una vía de análisis para abordar los discursos mediáticos gráficos, visuales y audiovisuales. El “contrato mediático” y el discurso de la información. El “contrato de lectura”, dispositivo propio de la prensa gráfica. Nociones de neo y paleo televisión. Nueva televisión y el fin de la transparencia. Eje O-O: un modo de pensar el discurso televisivo.

### **Unidad 4: Acercamiento a un debate actual: ¿el fin de los medios masivos?**

El advenimiento de los nuevos medios digitales. Las modificaciones en los modos de producción y consumo los medios masivos tradicionales. Los casos de la prensa, la televisión y la textualidad discográfica. Los medios y el rol del periodista en la era post-masiva.

## **VII - Plan de Trabajos Prácticos**

## **VIII - Regimen de Aprobación**

Las condiciones de aprobación de la asignatura se establecen teniendo en cuenta la Ordenanza de Régimen Académico vigente en la Universidad Nacional de San Luis.

Para alumnos promocionales

- Asistencia al 80% de clases teórico-prácticas
- Aprobación del 100% de trabajos prácticos
- Aprobación de los exámenes parciales con nota mínima de 7 (siete)
- Aprobación del Trabajo Final con su respectivo coloquio, con nota mínimo de 7 (siete). Accederán a esta instancia final aquellos alumnos que hayan cumplido con los requisitos anteriores.

Para alumnos regulares

- Asistencia al 70% de clases teórico-prácticas.
- Aprobación del 100% de trabajos prácticos
- Aprobación de los exámenes parciales con nota mínima de 4 (cuatro).

Para alumnos libres

El alumno libre deberá realizar y aprobar el plan de trabajos prácticos planificado para los alumnos regulares. Posteriormente, deberá aprobar un examen escrito según el programa vigente y un coloquio posterior.

## **IX - Bibliografía Básica**

[1] UNIDAD 1:

[2] A. Semiótica

[3] - Rusconi, Carlos. Signos, semióticas y proyectos de conocimiento. Apunte de cátedra. Cátedra de Introducción a la Semiótica. UNRC, 1997.

[4] - Sosa, Nélica. El Estatuto científico de la Semiótica. En Revista de la Facultad 12(UNCo). Páginas 99 -112.

[5] -Fabbri, Paolo. El giro semiótico. Editorial Gedisa, Barcelona, 2000.

[6] - Apunte de Cátedra. Semiótica de los Medios.

[7] B. Medios

[8] - Oscar Steimberg. Semiótica de los medios masivos. Cap. I “De qué trató la semiótica”. Editorial Atuel, Bs. As. 1998.

[9] C. Semiótica de los medios

[10] - Verón, Eliseo: “Prensa gráfica y teoría de los discursos sociales: Producción, recepción, regulación”, en Fragmentos de un tejido, Gedisa, Barcelona, 2004.

[11] - Fernández, José Luis. Los Lenguajes de la radio. Cap. 1 Introducciones a un objeto complejo. Págs. 14 a 31. y Cap. 2 “La entrada mediática”. Atuel, Buenos Aires, 1999.

[12] - Steimberg, Oscar. Géneros. En Altamirano, Carlos. Términos críticos de Sociología de la Cultura. Paidós, Buenos Aires, 2002.

- [13] - Veron, Eliseo. Prefacio, en Carlón, Mario, Sobre lo televisivo. La Crujía, Buenos Aires, 2004.
- [14] UNIDAD 2:
- [15] - Vitale, Alejandra. El estudio de los signos. Pierce y Saussure. Eudeba, Buenos Aires, 2004.
- [16] - Verón, Eliseo. La Semiosis Social. II Parte. Cap. 4, 5, 6. Gedisa, Buenos Aires, 1987.
- [17] - Rocha Alonso, Amparo. De lo indicial, lo icónico y lo simbólico en las manifestaciones del sentido. Material de cátedra Semiótica de los Medios II (cátedra Del Coto) de la UBA.
- [18] UNIDAD 3:
- [19] - Verón, Eliseo. La mediatización, conferencia II en Semiosis de lo ideológico y el poder/ La mediatización. Oficina de Publicaciones del CBC, UBA, 1995.
- [20] - Verón, Eliseo. La construcción del acontecimiento. Prefacio. Gedisa, Barcelona, 1983.
- [21] - Verón, Eliseo. El cuerpo de las imágenes. Capítulo 1: El living y sus dobles. Arquitectura de la pantalla chica. Bs As. Norma, 2001.
- [22] - Verón, Eliseo. “Cuando leer es hacer: la enunciación en el difuso de la prensa escrita” en Fragmentos de un tejido. Gedisa. Barcelona. 2004 pp. 171-191.
- [23] - Eco, Umberto. La estrategia de la ilusión, Cap. “La transparencia perdida” Lumen, Barcelona, 1992.
- [24] UNIDAD 4:
- [25] - Gastón Cingolani. Más fans que nunca (Lost: ¿un fenómeno post-televisivo?).
- [26] - Carlos A. Scolari. Mientras miro las viejas hojas. Una mirada semiótica sobre la muerte del libro. \*
- [27] - Paolo Bertetti. La música en los tiempos de las descargas. Desmaterialización de la música y el fin de la textualidad discográfica.\*
- [28] - Mario Carlón. ¿Autopsia a la televisión? Dispositivo y lenguaje en el fin de una era.\*
- [29] - Mirta Varela. El miraba televisión, you tube. La dinámica del cambio en los medios.\*
- [30] - Eliseo Verón. El fin de la historia de un mueble.\*
- [31] \* en Scolari, Carlos y Carlón, Mario. El fin de los medios masivos. El comienzo de un debate. La Crujía, Bs. As. 2009.

## **X - Bibliografía Complementaria**

## **XI - Resumen de Objetivos**

## **XII - Resumen del Programa**

## **XIII - Imprevistos**

## **XIV - Otros**

**ELEVACIÓN y APROBACIÓN DE ESTE PROGRAMA**

**Profesor Responsable**

Firma:

Aclaración:

Fecha: