



Ministerio de Cultura y Educación
 Universidad Nacional de San Luis
 Facultad de Ciencias Humanas
 Departamento: Comunicación
 Area: Area 3: Lenguajes y Discursos

(Programa del año 2017)
 (Programa en trámite de aprobación)
 (Presentado el 08/11/2017 09:02:06)

I - Oferta Académica

Materia	Carrera	Plan	Año	Período
SEMIOTICA DE LOS MEDIOS	LIC.EN PERIODISMO	013/09	2017	2° cuatrimestre

II - Equipo Docente

Docente	Función	Cargo	Dedicación
LUCERO OLGUIN, OLGA MARIA	Prof. Responsable	P.Adj Exc	40 Hs
GARCIA, CLAUDIA PAOLA	Responsable de Práctico	JTP Exc	40 Hs
FORGIA, PERLA LETICIA	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 - Teoria con prácticas de aula	2° Cuatrimestre

Duración			
Desde	Hasta	Cantidad de Semanas	Cantidad de Horas
08/08/2017	18/11/2017	15	60

IV - Fundamentación

--

V - Objetivos / Resultados de Aprendizaje

<p>Objetivos generales:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Conocer los aportes fundacionales de la semiótica para pensar y analizar los modos del funcionamiento discursivo 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. <p>Objetivos específicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Identificar 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. -Apropiarse de las herramientas teórico metodológicas compartidas, tanto en instancias propias del quehacer profesional,
--

como en el análisis de textos mediáticos.

VI - Contenidos

Unidad 1: Semiótica/ Semiótica de los Medios

A. La Semiótica. Historia del campo. Los aportes fundacionales, los diferentes momentos de la disciplina. Semiótica en el contexto de las ciencias sociales. El rol del lenguaje y los discursos en la construcción social de lo real.

B. Los medios, objeto de estudio de los estudios en comunicación y de la semiótica. La especificidad de la perspectiva semiótica: la dimensión discursiva.

Unidad 2: Fundamentos semióticos

A. Peirce. El modelo ternario de significación y los fundamentos para pensar el funcionamiento de los discursos sociales.

B. 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)

A. La mediatización del sentido. Sociedades mediáticas y mediatizadas: una hipótesis. Los discursos mediáticos como producción de lo real: la construcción del acontecimiento.

B. Discurso mediático: El contrato mediático. La cuestión de la objetividad.

Unidad 4: Elementos teórico-metodológicos para una aproximación analítica a los medios

A. 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.

B. La teoría de la enunciación, una vía de análisis para abordar los discursos mediáticos gráficos, visuales y audiovisuales. 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 5: 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 final.

IX - Bibliografía Básica

[1] UNIDAD 1:

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

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

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

[5] UNIDAD 2:

[6] Vitale, Alejandra. El estudio de los signos. Pierce y Saussure. Eudeba, Buenos Aires, 2004.

[7] Verón, Eliseo. La Semiosis Social. II Parte. Cap. 4, 5, 6. Gedisa, Buenos Aires, 1987.

[8] 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. Apunte de Cátedra. Semiótica de los Medios.

[9] UNIDAD 3:

[10] Verón, Eliseo. La construcción del acontecimiento. Prefacio. Gedisa, Barcelona, 1983.

[11] Verón, Eliseo. El cuerpo de las imágenes. Capítulo 1: El living y sus dobles. Arquitectura de la pantalla chica. Bs As. Norma, 2001.

[12] Unidad 4:

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

[15] Fernández, José Luis. Los Lenguajes de la radio. Cap. 1 Introducciones a un objeto complejo. Págs. 14 a 31. y Cap. 2

[16] “La entrada mediática”. Atuel, Buenos Aires, 1999.

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

[18] Verón, Eliseo. “Cuando leer es hacer: la enunciación en el discurso de la prensa escrita” en Fragmentos de un tejido.

[19] Gedisa. Barcelona. 2004 pp. 171-191.

[20] UNIDAD 5:

[21] Carlos A. Scolari. Mientras miro las viejas hojas. Una mirada semiótica sobre la muerte del libro. *

[22] Paolo Bertetti. La música en los tiempos de las descargas. Desmaterialización de la música y el fin de la textualidad discográfica.*

[23] Mario Carlón. ¿Autopsia a la televisión? Dispositivo y lenguaje en el fin de una era.*

[24] Mirta Varela. El miraba televisión, you tube. La dinámica del cambio en los medios.*

[25] Eliseo Verón. El fin de la historia de un mueble.*

[26] * 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

[1] Zechetto, V. (Coord.) Seis semiólogos en busca del lector. Ediciones Ciccus. La Crujía, Buenos Aires, 1999.

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

[3] Verón, Eliseo. La mediatización, conferencia II en Semiosis de lo ideológico y el poder/ La mediatización. Oficina de Publicaciones del CBC, UBA, 1995.

[4] Ford, Anibal. Navegaciones. Amorrortu Editores, Buenos Aires, 1994.

XI - Resumen de Objetivos

Objetivos resumidos:

-Conocer los aportes de la semiótica para pensar los modos del funcionamiento discursivo de los medios y la especificidad de su abordaje de los medios.

-A partir de la distinción entre el paradigma de la representación y la construcción para pensar los medios; identificarlos como elementos centrales de la construcción discursiva de lo real/social en las sociedades mediatizadas.

-Interrogarse sobre el lugar de los medios y el rol del periodista en la era post-masiva.

-Apropiarse de las herramientas teórico metodológicas propuestas, tanto en instancias aproximadas al quehacer profesional, como en el análisis de textos mediáticos.

XII - Resumen del Programa

Unidad 1: Semiótica/ Semiótica de los Medios

A. La Semiótica. Historia del campo. Los aportes fundacionales, los diferentes momentos de la disciplina.

B. Los medios, objeto de estudio de los estudios en comunicación y de la semiótica.

Unidad 2: Fundamentos semióticos

A. Peirce. El modelo ternario de significación y los fundamentos para pensar el funcionamiento de los discursos sociales.

B. Verón. La semiosis social, el sistema productivo. La

construcción social de lo real. La materialidad del sentido. Los órdenes de funcionamiento del sentido.

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

A. La mediatización del sentido. Sociedades mediáticas y mediatizadas: una hipótesis.

B. Discurso mediático: El contrato mediático. La cuestión de la objetividad.

Unidad 4: Elementos teórico-metodológicos para una aproximación analítica a los medios

A. Un acercamiento al análisis de textos mediáticos: una encrucijada semiótica. Las categorías puestas en juego. Su cruzamiento, su productividad.

B. La teoría de la enunciación, una vía de análisis para abordar los discursos mediáticos gráficos, visuales y audiovisuales.

Unidad 5: Acercamiento a un debate actual: ¿el fin de los medios masivos?

El advenimiento de los nuevos medios digitales. Los medios y el rol del periodista en la era post-masiva.

XIII - Imprevistos

--

XIV - Otros

--

ELEVACIÓN y APROBACIÓN DE ESTE PROGRAMA

Profesor Responsable

Firma:

Aclaración:

Fecha: