

PROGRAMA DE MATERIA

DATOS DE IDENTIFICACIÓN

MATERIA:	TEORIAS DE LA COMUNICACIÓN II: SEMIÓTICA				
CENTRO ACADÉMICO:	CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES				
DEPARTAMENTO ACADÉMICO:	COMUNICACIÓN				
PROGRAMA EDUCATIVO:	LICENCIADO EN COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN				
AÑO DEL PLAN DE ESTUDIOS:	2019	SEMESTRE:	4º	CLAVE DE LA MATERIA:	20271
ÁREA ACADÉMICA:	Semiótica, Teorías y Metodologías de la Comunicación		PERIODO EN QUE SE IMPARTE:	Enero-Julio	
HORAS SEMANA T/P:	4 HT		CRÉDITOS:	8 créditos	
MODALIDAD EDUCATIVA EN LA QUE SE IMPARTE:	Presencial		NATURALEZA DE LA MATERIA:	Obligatoria	
ELABORADO POR:	Leticia Fuentes Franco				
REVISADO Y APROBADO POR LA ACADEMIA DE:	Semiótica, Teorías y Metodologías de la Comunicación		FECHA DE ACTUALIZACIÓN:	Enero 2025	

DESCRIPCIÓN GENERAL

Este curso está dirigido a las y los alumnos de tercer semestre de la licenciatura en Comunicación e Información y se relaciona en el plan de estudios con las materias de Teorías de la Comunicación. En este curso se analiza el proceso de semiosis como el fundamento para cualquier tipo de comunicación. A su vez, se consideran las diferentes manifestaciones culturales que abarca la semiótica, tales como las relaciones antropológicas, el espacio, el discurso, etc.

La materia abarca desde los orígenes de los estudios del signo, hasta las aplicaciones semióticas más usuales en la actualidad, como la publicidad y las relaciones simbólicas a través de las redes sociales.

Al finalizar el curso, el alumnado será capaz de desarrollar estrategias semióticas, no sólo a nivel de análisis sino como fundamento de cualquier producto comunicativo.

OBJETIVO (S) GENERAL (ES)

Al finalizar el curso, el estudiantado profundizará en las diferentes teorías que estudian al signo y su función lógica aprendiendo lo expresado por diversas escuelas de semiótica contemporánea; conocerá así una metodología adecuada para el estudio de los signos y aplicará tales conocimientos en el diseño de un análisis semiótico.

PROGRAMA DE MATERIA

CONTENIDOS DE APRENDIZAJE

UNIDAD TEMÁTICA I: Introducción a la semiótica (12 horas aprox.)		
OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA
Al término de la unidad, los estudiantes conocerán el campo de estudio de la semiótica, su nacimiento, evolución, así como las áreas que la han influenciado.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Definición de semiótica 2. Definición de signo 3. Pre semiótica <ol style="list-style-type: none"> a) Los precursores griegos b) El signo en la edad media 4. El surgimiento de la ciencia de los signos: Saussure y Peirce. 	BEUCHOT, Mauricio, (2004). <i>La semiótica: teorías del signo y el lenguaje en la historia</i> . México: Editorial FCE. BLANCO, Desiderio, (1989). <i>Claves semióticas</i> . Perú: Universidad de Lima.

UNIDAD TEMÁTICA II: El enfoque estructuralista (Semiología) (20 horas aprox.)		
OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA
El alumnado comprenderá los fundamentos teóricos de la corriente estructuralista, así como su aplicación en el análisis y desarrollo del discurso.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Elementos de semiología <ol style="list-style-type: none"> a) Lengua y Habla b) Significado y significante c) Denotación y connotación d) Paradigma y sintagma. 2. El Lenguaje como discurso. 3. Discurso y producción de sentido. 4. Elementos básicos del análisis del discurso. 5. Modelos para el análisis del discurso (cuadrado semiótico, modelo actancial, etc.) 6. Análisis del relato 	GUIRAUD, Pierre, (1982). <i>Semiología</i> . México: Siglo XXI. BARTHES, Roland, (1990). <i>Elementos de Semiología</i> . Madrid: Talleres gráficos Montaña. BARTHES, Roland, (2001). <i>La aventura semiológica</i> . Barcelona: Paidós.

UNIDAD TEMÁTICA III: El enfoque pragmático (Semiótica) (16 horas aprox.)		
OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA
En esta unidad los estudiantes conocerán los componentes básicos de la teoría pragmática de los signos.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Significación y comunicación <ol style="list-style-type: none"> a) El estímulo b) La señal c) La información 2. La semiosis ilimitada 3. El interpretante 4. El signo según Peirce <ol style="list-style-type: none"> a) Primeridad. Secundidad. Terceridad Tipología del signo	BLANCO, Desiderio, (1989). <i>Claves semióticas</i> . Perú: Universidad de Lima. DEELY John, (2006). <i>Los fundamentos de la Semiótica</i> . México: Universidad Iberoamericana. ECO, Umberto, (2000). <i>Tratado de semiótica</i>

PROGRAMA DE MATERIA

		<i>general.</i> España: Editorial Lumen.
--	--	--

UNIDAD TEMÁTICA IV: Semiótica, comunicación y cultura (20 horas aprox.)

OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA
Al término de esta unidad las alumnas y alumnos habrán comprendido a la semiótica como la base de cualquier manifestación cultural. Serán capaces de analizar o desarrollar algún producto comunicativo con base en un fundamento semiótico.	<ol style="list-style-type: none"> 1. La cultura como fenómeno semiótico 2. Semiótica de los espacios 3. Semiótica de la experiencia 4. Semiótica de la moda 5. Semiótica del cine 6. Semiótica del espectáculo 7. Aplicaciones semióticas 	ELIZONDO, Jesús, (2003). <i>El Signo en Acción. El origen común de la semiótica y el pragmatismo.</i> México: Universidad Iberoamericana. PÉREZ, Herón, (2008). <i>Hacia una semiótica de la comunicación. Comunicación y Sociedad</i>

METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA - APRENDIZAJE

El curso se desarrollará principalmente mediante exposiciones por parte del docente. El alumnado, por su parte, realizará lecturas, tareas y ejercicios en clase sugeridos por el docente, mismos que serán retroalimentados. Durante el curso, los y las alumnas realizarán ejercicios de análisis y producciones destinados a reforzar la comprensión de los contenidos teóricos. Asimismo, habrá participaciones de las y los alumnos mediante la exposición en clase de algún tema específicamente asignado por el docente.

RECURSOS DIDÁCTICOS

Presentaciones multimedia, uso de material audiovisual, páginas web, grupos académicos virtuales, entre otros recursos.

EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES

Primer examen parcial	25%
Segundo examen parcial	25%
Lecturas, tareas, participaciones	20%
Trabajo final	30%
TOTAL	100%

PROGRAMA DE MATERIA

FUENTES DE CONSULTA

- BARTHES, Roland, (1990). *Elementos de Semiología*. Madrid: Talleres gráficos Montaña.
- BARTHES, Roland, (2001). *La aventura semiológica*. Barcelona: Paidós.
- BEUCHOT, Mauricio, (2004). *La semiótica: teorías del signo y el lenguaje en la historia*. México: Editorial FCE.
- BLANCO, Desiderio, (1989). *Claves semióticas*. Perú: Universidad de Lima.
- BLANCO, Desiderio, (1989). *Metodología del análisis Semiotico*. Perú: Universidad de Lima.
- CHUK, Bruno (2005). *Semiótica narrativa del espacio arquitectónico*. Buenos Aires: Editorial Nobuko.
- DEELY John, (2006). *Los fundamentos de la Semiótica*. México: Universidad Iberoamericana.
- ECO, Umberto, (2000). *Tratado de semiótica general*. España: Editorial Lumen.
- ELIZONDO, Jesús, (2003). *El Signo en Acción. El origen común de la semiótica y el pragmatismo*. México: Universidad Iberoamericana.
- GARCÍA, Dassaev, (2014). Las imágenes macro y los memes en Internet: posibilidades de estudio desde las teorías de la comunicación. *Paakat: Revista de Tecnología y Sociedad*, 6.
- GONZÁLEZ de Ávila, Manuel, (2002). *Semiótica crítica y crítica de la cultura*. Barcelona: Anthropos Editorial.
- GUBERN, Roman, (1994). *La mirada opulenta. Exploración de la iconosfera contemporánea*. España: Gustavo Gili.
- GUIRAUD, Pierre, (1982). *Semiología*. México: Siglo XXI.
- HEISKALA, Risto (2014). Toward semiotic sociology: a synthesis of semiology, semiotics and phenomenological sociology. *Social Science Information*, 53(1), 35-53.
- KRESS, Gunther & LEEUWEN, Theo Van, (2002). Colour as a semiotic mode: notes for a grammar of colour. *Visual Communication*, 1(3), 343-368.
- KUCUK, S. Umit, (2015). A semiotic analysis of consumer-generated antibranding. *Marketing Theory*, 15(2), 243-264.
- LEE, Jung Woo, (2017). Semiotics and sport communication research: theoretical and methodological considerations. *Communication & Sport*, 5(3), 374-395.
- LOSADA, Flora, (2001). El espacio vivido. Una aproximación semiótica. *Cuadernos de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales*, 17, 271-294.
- MORGADO, Marcia, (2007). The semiotics of extraordinary dress. A structural analysis and interpretation of Hip-Hop Style. *Clothing & Textiles Research Journal*, 25(2), 131-155.
- OURAHMOUNE, Nacima *et al*, (2014). Brand narratives, sustainability, and gender: a socio-semiotic approach. *Journal of Macrimarketing*, 34(3), 313-331.
- PÉREZ, Gabriel, (2017). *El meme en Internet. Identidad y usos sociales*. México: Fontamara.
- PÉREZ, Herón, (2008). Hacia una semiótica de la comunicación. *Comunicación y Sociedad*, 9, 35-58.
- PESSOA de Barros, Diana Luz, (2017). La narratividad en semiótica. *Tópicos del Seminario*, 37, 25-47.
- PRIETO Castillo, Daniel, (1988). *La semiótica de la imagen en la comunicación colectiva*. México: UAM.

PROGRAMA DE MATERIA

- RICAURTE, Paola, (2014). Hacia una semiótica de la memoria. *En-claves del Pensamiento*, VIII(16), 31-54.
- RICOEUR, Paul, (1999). *Teoría de la interpretación. Discurso y excedente de sentido*. México: Siglo XXI Editores.
- RUIZ, José Manuel, (2018). Una aproximación retórica a los memes en Internet. *Signa*, 27, 995-1021.
- SCOLARI, Carlos & FRATICELLI, Damián, (2017). The case of the top Spanish YouTubers: emerging media subjects and discourse practices in the new media ecology. *Convergence*, 1-20.
- SCOLARI, Carlos, (2015). Los ecos de McLuhan: ecología de los medios, semiótica e interfaces. *Palabra Clave*, 18(4), 1025-1056.
- VALLE, Berna Leticia *et al* (2015). Esbozo de la semiótica con perspectiva sistémica. *Comunicación y Sociedad*, 24, 215-242.
- VANNINI, Phillip, (2007). Social semiotics and fieldwork. Method and analytics. *Qualitative Inquiry*, 13(1), 113-140.
- VERÓN, Eliseo, (1987). *La semiosis social. Fragmentos de una teoría de la discursividad*. Buenos Aires: Gedisa.
- VIDALES, Carlos, (2009). La relación entre la semiótica y los estudios de comunicación: un diálogo por construir. *Comunicación y Sociedad*, 11, 37-71.
- WUANG, Andrea & CHUANG, Tyng-Ruey (2009). Social tagging, online communication, and Peircean semiotics: a conceptual framework. *Journal of Information Science*, 35(3), 340-357.