

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:	Teórica	
ELABORADO POR:	Leticia Fuentes Franco				
REVISADO Y APROBADO POR LA ACADEMIA DE:	Semiótica, Teorías y Metodologías de la Comunicación		FECHA DE ACTUALIZACIÓN:	Enero 2026	

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 I: Fundamentos y Epistemología del Signo (12 horas aprox.)		
OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA
El estudiante distinguirá las dos grandes tradiciones semióticas (europea y anglosajona) para identificar cómo se construye el sentido en diferentes niveles de abstracción. Resultado de aprendizaje: Capacidad para realizar una auditoría de identidad visual, clasificando los elementos de una marca según la tríada de Peirce (Ícono, Índice y Símbolo).	1) Introducción a la Semiosis: El signo como unidad de sentido en la cultura. - Definición de semiótica - Definición de signo - Pre semiótica 2. La Tradición Europea (Semiología): - Ferdinand de Saussure: La dicotomía Lengua/Habla y la estructura del signo (Significado/Significante). 3. La Tradición Anglosajona (Semiótica): - Charles Sanders Peirce: El modelo triádico y la semiosis ilimitada. - Las categorías de la experiencia: Primeridad, Secundidad y Terceridad. 4. Taxonomía del Signo Aplicación: Ícono, Índice y Símbolo aplicados al diseño de interfaces y marcas.	Beuchot, M. (2004). <i>La semiótica: Teorías del signo y el lenguaje en la historia</i>. Fondo de Cultura Económica. Blanco, D. (2012). <i>Vigencia y actualidad de la semiótica de Charles Sanders Peirce</i>. Universidad de Lima. Cobley, P. (2010). <i>The Routledge companion to semiotics</i>. Routledge. Peirce, C. S. (1987). <i>La ciencia de la semiótica</i>. Editorial Nueva Visión. Saussure, F. (1945). <i>Curso de lingüística general</i>. Editorial Losada.

Unidad II: Estructuralismo y Análisis del Discurso (20 horas aprox.)		
OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA
Objetivo: El alumnado aplicará herramientas del estructuralismo y la retórica para analizar y producir discursos visuales complejos en medios tradicionales y plataformas digitales. Resultado de aprendizaje: Creación de una estrategia de contenido donde se justifique el uso de figuras retóricas (metáforas,	1. Producción de Sentido: El discurso como práctica social. 2. Niveles de Lectura: Denotación y Connotación en la imagen política y publicitaria. 3. Articulación del Mensaje: Eje paradigmático (selección) y Eje sintagmático (combinación). Aplicación: El montaje cinematográfico y el Efecto Kuleshov. 4. Retórica de la Imagen en la Era Digital: Figuras retóricas (Metáfora, Metonimia, Sinécdoque) en formatos breves (Reels, TikTok). 5. Metodologías de Análisis:	Barthes, R. (1986). <i>Lo obvio y lo obtuso: Imágenes, gestos, voces</i>. Paidós. Barthes, R. (1993). <i>La aventura semiológica</i>. Paidós. Guiraud, P. (1997). <i>La semiología</i>. Siglo XXI Editores. Kress, G., & Van Leeuwen, T. (2020). <i>Reading images: The</i>

PROGRAMA DE MATERIA

metonimias) para influir en la connotación del mensaje.	El Cuadrado Semiótico (Greimas) y el Modelo Actancial para analizar relatos.x	<i>grammar of visual design</i> (3rd ed.). Routledge. Magariños de Morentin, J. (2008). <i>La semiótica de los bordes: Apuntes de metodología semiótica</i> . Comunicarte.
---	---	--

Unidad III: Semiótica de los Objetos y el Entorno. (20 horas aprox.)		
OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA
Objetivo: Los estudiantes analizarán la relación entre los signos, el espacio y la tecnología, comprendiendo a la cultura como un sistema dinámico de intercambio de significados. Resultado de aprendizaje: Elaboración de un análisis centrado en la interpretación de los signos en entornos digitales o físicos.	1. Semiótica de la Cultura: La cultura como sistema de sistemas (Eco y Lotman). 2. Semiótica del Espacio y de las Interfaces (UX): - Proxémica: La organización del espacio físico y digital. - Affordance: Los signos que nos dicen cómo usar una aplicación. 3. Semiótica de la Moda y el Consumo: El objeto como portador de estatus e identidad. 4. Semiótica del Cine y el Transmedia: Narrativas que saltan entre plataformas. 5. Semiótica de la Experiencia: De la interpretación del mensaje a la vivencia del usuario.	Eco, U. (2000). <i>Tratado de semiótica general</i>. Lumen. Lotman, Y. M. (1996). <i>La semiosfera I: Semiótica de la cultura y del texto</i>. Cátedra. Scolari, C. A. (2004). <i>Hacer clic: Hacia una sociosemiótica de las interacciones digitales</i>. Gedisa. Scolari, C. A. (2018). <i>Las leyes de la interfaz: Diseño, ecología, evolución, tecnología</i>. Gedisa. Verón, E. (1993). <i>La semiosis social: Fragmentos de una teoría de la discursividad</i>. Gedisa.

METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA - APRENDIZAJE

La metodología “Semiótica en Acción” se sustenta en un enfoque activo y aplicado que privilegia el aula invertida y el trabajo práctico. Los contenidos teóricos se revisan de forma previa mediante lecturas guiadas, permitiendo que el tiempo en clase se dedique al análisis y discusión de casos reales. A través de ejercicios de análisis comparativo entre piezas comunicativas contrastantes, el estudiantado identifica estrategias semióticas y decisiones paradigmáticas.

PROGRAMA DE MATERIA

Finalmente, en un laboratorio de desconstrucción, aplica la retórica visual para resignificar mensajes simples, fortaleciendo el pensamiento crítico y la capacidad creativa.

RECURSOS DIDÁCTICOS

Se emplearán textos teóricos seleccionados, glosarios y guías de lectura, así como casos reales de comunicación (campañas, piezas audiovisuales y contenidos digitales) para el análisis semiótico. El trabajo se apoyará en presentaciones digitales, plataformas educativas y herramientas colaborativas, además de recursos de bocetaje, prototipado y edición básica, junto con rúbricas y guías de análisis que orienten el trabajo crítico y creativo del estudiantado.

EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES

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

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.

PROGRAMA DE MATERIA

- 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.
- 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.