

A) TEMARI

Part introductòria

TEMA I: ORIGENS I PERSPECTIVES DE LA SEMIÒTICA

De la filosofia grega al pensament racionalista sobre el signe: la pre-semiòtica. La filosofia del llenguatge: de la llògica a la pragmàtica. La fundació de la semiòtica: Saussure i Peirce. Desenvolupament europeu i americà de la semiòtica. Estat actual de la semiòtica. Paradigmes dominants: la faneroscòpia, teoria de les modalitats i teoria de les catàstrofes.

TEMA II: EPISTEMOLOGIA DE LA SEMIÒTICA

Doctrina, mètode, disciplina, metafilosofia: Termes del debat. Ciències socials i semiòtica. L'expansió de la semiòtica. Els fonaments de la teoria semiòtica.

la PART: La comunicació de masses

TEMA III: LA PRODUCCIÓ DEL SENTIT EN LA COMUNICACIÓ DE MASSES

La cultura de masses. Els discursos de la comunicació de masses.

TEMA IX: LA SOCIOSEMIÒTICA

Els discursos socials. Els mètodes d'anàlisi: anàlisi de contingut, teoria del text i pragmàtica. Noves perspectives.

2a PART: Els mitjans de comunicació de masses

TEMA V: LA SITUACIÓ DE COMUNICACIÓ, PREMSA, RÀDIO, CINEMA I TELEVISIÓ

Temporalitat, espacialitat i actors. Peculiaritats i recursos tecnològics dels mitjans. Complementariedad i conflicte. Els mitjans com institucions socials.

TEMA VI: LA COMUNICACIÓ I ELS LLENGUATGES DELS MITJANS

Situació de comunicació i situació d'enunciació. Competència i actuació. Tipologies dels llenguatges. Sincrè-

tisme lingüístic. Els mitjans com extensió dels sentits.

3a PART: Discursos i gèneres

TEMA VII: INFORMACIÓ I PERIODISME

Concepte d'informació. Objectivitat i realitat. La construcció de l'esdeveniment. Coherència i sistema del discurs periodístic. Diversitat de mitjans/diversitat de "periodismes". Les regles del periodisme i els seus gèneres.

TEMA VIII: EL FER INFORMATIU

Persuasió, informació i interpretació. El referent i la il·lusió referencial. Verosimilitud i modalitzacions veredictives. Tematització i coherència. La retòrica periodística.

TEMA IX: LA PERSUASIÓN

Publicitat, propaganda i opinió: modalitats i tipus. Motivació i retòrica. La creativitat i l'imaginari. Societat política i societat de consum. Les formes ocultes de la persuasió. Altres tipus de discursos persuasius: didàctics, religiosos, militars.

TEMA X: EL FER PERSUASIÓ

El fer creure. Modalitats epistèmiques. Argumentació i retòrica. Sistemes de denotació i connotació. El fer fer: la manipulació. Els sistemes enunciatius. La sancció, la provocació i el desafiú.

TEMA XI: EL FER NARRATIU

Els gèneres de la ficció: el film, el telefilm, els dibujos animados, el cómic...

TEMA XII: TEORIA DEL RELAT I DE LA NARRATIVITAT

Esquemes actancials. Programes i esquemes narratius. els nivells del discurs: seminarratiu, i discursiu. Tipus de relats: intriga, argument,... La retòrica de la ficció.

TEMA XIII: ESTÈTICA I ESPECTACLE

Espectacle i entreteniment. El show, els sports, concursos, art. Dimensió espectacular dels discursos. Diversitat, participació i projecció.

TEMA XIV: LA SEMIÒTICA DE L'ESPECTACLE

La teoria de la representació. El joc com esquema semiòtic. El Text espectacular. El espectador.

4a PART: Mètodes i teories de la semiòtica de la comunicació de masses

TEMA XV: LES ESTRATEGIES DE LA INTERACCIO I DE L'ENUNCIACIÓ

Les regles de la interacció. Les màximes conversacionals. Els actes semiòtics. Les estratègies enunciatives. Algunes aplicacions: L'entrevista, el debat, la taula rodona, el telèfon en els mitjans...

TEMA XVI: ISOTOPIES I ESTRUCTURES TEMATIQUES

La superestructura i la macroestructura. Arquitectura semàntica dels mitjans: sema, semema, semantema... Tematització i isotopia. Els resums i les seves modalitats. Algunes aplicacions: El agenda "setting", la titulació periodística, tòpics i repertoris temàtics...

TEMA XVII: LA SOCIOSEMIÒTICA: PRODUCCIÓ DEL CONEIXEMENT

La dimensió ideològica dels discursos socials. El sentit comú. Tipologia dels discursos i competència.

5a PART: Problemes actuals de la semiòtica

TEMA XVIII: TENDENCIES I ESCOLES D'INVESTIGACIÓ

L'escola de París. La pragmàtica. La Universitat d'Indiana. L'AIS, l'AES, l'AESBA i altres grups d'estudi. Diversitat i pluralitat del projecte semiòtic en la comunicació de masses.

B) BIBLIOGRAFIA

ANALISI: Quaderns de comunicació i cultura. Dpt. de Teoria de la comunicació. Fac. de CC. Informació. UAB, núm. 3,4,7/8,9.

CEBRIAN HERREROS, M.: Fundamentos de la teoría y técnica de la información audiovisual. Vols. I-II. Mezquita. Madrid, 1983. Introducción al lenguaje de la televisión. Una perspectiva semiòtica. Pirámide. Madrid, 1978.

DIJK, T.A. van: La ciencia del texto. Un enfoque interdisciplinario. Paidós, Barcelona, 1983

GREIMAS, A.J.: La semiòtica del texto: ejercicios prácticos. Análisis de un cuento de Maupassant. Paidós. Barcelona, 1983.

GREIMAS, A.J. i COURTES, J.: La semiótica. Diccionario razonado de la teoría del lenguaje. Gredos. Madrid, 1982.

LOZANO, J., PEÑA-MARIN, C., ABRIL, G.: Análisis del discurso. Hacia una semiótica de la interacción textual. Cátedra. Madrid, 1982

METZ, CH.: Lenguaje y cine. Planeta. Barcelona, 1973.

PEREZ TORNERO, J.M.: La semiótica de la publicidad. Mitre. Barcelona, 1982.

VELAZQUEZ, T.: El discurso televisivo desde la perspectiva de la lingüística textual. Un caso concreto: la entrevista. UAB, Fac. CC.I., Barcelona, 1982.

VILCHES, L.: La lectura de la imagen. Prensa, cine, televisión. Paidós. Barcelona, 1983.

SEMIOTICA DE LA COMUNICACION DE MASAS

PROFRES: J.M. PEREZ TORNERO y T. VELAZQUEZ

4º CURSO PUBLICIDAD - PERIODISMO

Introducción

TEMA I: ORIGENES Y PERSPECTIVAS DE LA SEMIOTICA

De la filosofía griega al pensamiento racionalista sobre el signo: la presemiótica.- La filosofía del lenguaje: de la lógica a la pragmática.- Las fundaciones de la semiótica: Saussure y Peirce.- Los paradigmas dominantes: la faneroscopia, la teoría de la enunciación y las modalidades, la teoría de las catástrofes.

TEMA II: EPISTEMOLOGIA DE LA SEMIOTICA

Doctrina, método, disciplina, metafilosofía.- Términos del debate.- Ciencias sociales y semiótica.- La expansión de la semiótica.- Los fundamentos de la teoría semiótica.

la PARTE: La comunicación de masas

TEMA III: LA PRODUCCION DE SENTIDO EN LA COMUNICACION DE MASAS

La cultura de masas.- Los discursos de la comunicación de masas.

TEMA IV: LA SOCIOSEMIOTICA

Los discursos sociales.- Los métodos de análisis: análisis de contenido, teoría del texto y pragmática.- Nuevas perspectivas.

2a PARTE: Los medios de comunicación de masas

TEMA V: LA SITUACION DE COMUNICACION: PRENSA, RADIO, CINE Y TELEVISION

Temporalidad, especialidad y actores.- Peculiaridades y recursos tecnológicos de los medios.- Complementariedad y conflictos.- Los medios como instituciones sociales.

TEMA VI: LA COMUNICACION Y LOS LENGUAJES DE LOS MEDIOS

Situación de comunicación y situación de enunciación.- Competencia y actuación.- Tipología de los lenguajes.- Sincrétismo lingüístico.- Los medios como extensiones de los sentidos.

3a PARTE: Discursos y géneros

TEMA VII: INFORMACION Y PERIODISMO

Concepto de información.- Objetividad y realidad.- La construcción del acontecimiento.- Coherencia y sistema del discurso periodístico.- Diversidad de medios.- Diversidad de periodismos.- Las reglas del periodismo y sus géneros.

TEMA VIII: EL HACER INFORMATIVO

Persuasión, información e interpretación.- El referente y la ilusión referencial.- Verosimilitud y modalizaciones verídicas.- Tematización y coherencia.- La retórica periodística.

TEMA IX: LA PERSUASION

Publicidad, propaganda y opinión: modalidades y tipos.- Motivación y retórica.- La creatividad y el imaginario.- Sociedad política y sociedad de consumo.- Las formas ocultas de la persuasión.- Otros tipos de discursos persuasivos: didácticos, religiosos, militares...

TEMA X: EL HACER PERSUASIVO

El hacer creer.- Modalidades epistémicas.- Argumentación y retórica.- Sistemas de denotación y connotación.- El hacer hacer: la manipulación.- Los contratos enunciativos: La sanción, la provocación y el desafío.

TEMA XI: EL HACER NARRATIVO

Los géneros de la ficción.- El filme, el telefilme, los dibujos animados, el cómic...

TEMA XII: TEORIA DEL RELATO Y LA NARRATIVIDAD

Esquemas actanciales.- Programas y esquemas narrativos.- Los niveles de los discursos: semionarrativo y discursivos.- Tipos de relatos: intriga y argumento.- La retórica de la ficción.

B) BIBLIOGRAFIA

ANALISI. Quaderns de comunicació i cultura. Dpt. de Teoría de la comunicación. Fac. de CC. Informació. U.A.B., nros. 3,4,7/8,9.

CEBRIAN HERREROS, M.: Fundamentos de la teoría y técnica de la información audiovisual. T. I-II. Edit. Mezquita. Madrid, 1983. Introducción al lenguaje de la televisión. Una perspectiva semiótica. Ediciones Pirámide. Madrid, 1978.

DIJK, T.A. Van.: La ciencia del texto. Un enfoque interdisciplinario. Ediciones Paidós. Barcelona, 1983.

GREIMAS, A.J.: La semiótica del texto: ejercicios prácticos. Análisis de un cuento de Maupassant. Edic. Paidós. Barcelona, 1984.

GREIMAS, A.J./COURTES, J.: La semiótica. Diccionario razonado de la teoría del lenguaje. Editorial Gredos. Madrid, 1982.

LOZANO, J./PEÑA-MARIN, C./ABRIL, G.: Analisis del discurso. Hacia una semiótica de la interacción textual. Edic. Cátedra. Madrid, 1982.

METZ, C.: Lenguaje y cine. Editorial Planeta. Barcelona, 1973.

PEREZ TORNERO, J.M.: La semiótica de la publicidad. Editorial Mirte. Barcelona, 1982.

VELAZQUEZ, T.: El discurso televisivo desde la perspectiva de la lingüística textual. Un caso concreto: la entrevista. U.A.B., Fac. CC.I. Barcelona, 1982.

VILCHES, L.: La lectura de la imagen. Prensa, cine, televisión. Ediciones Paidós. Barcelona, 1983.

~~INTRODUCCIÓ A LA~~ TEORIA I HISTÒRIA DEL CINEMA

PROF. ROMÀ GUBERN

4t CURS - PERIODISME

A) TEMARI

la PART: Introducció al cinema

TEMA I: EL CINEMA COM A FENOMÈN DE LA INDÚSTRIA CULTURAL MODERNA

Comunicació verbal, comunicació icònica i comunicació àudio-visual.- Posició històrica i social del cinema en el si dels mitjans de comunicació de masses.- Herència cultural i sincronisme sòcio-cultural.- Entre el "primer art burgès" (Balazs) i el "teatre del proletariat" (Jaurès): homogeneització del gust i submercats especialitzats.- Metodologies d'aproximació crítica al fenomen cinematogràfic: formalisme, contenutisme i els intents de superació estructuralistes.- La indústria cinematogràfica: la pel·lícula com a mercaderia.- La indústria cinematogràfica com a font de benefici econòmic i com a transmissora d'ideologia.- La pel·lícula com a reflex social.

TEMA II: APROXIMACIÓ SEMIÒTICA A LA COMUNICACIÓ CINEMATOGRAFICA

Signe icònic i signe verbal.- Codis i subcodis icònics.- Regles que regeixen l'expressió icònica: regles semàntiques, sintàctiques i pragmàtiques.- Característiques de la imatge fotogràfica.- Fonamentació fisiològica i tècnica de la percepció cinematogràfica.- Suports sensorials del discurs filmic: imatge, so musical, so fonètic, soroll i escriptura fonètica.- La "impressió de la realitat" en el cinema: corollaris psicològics.- Projecció i identificació psicològiques.- Projecció cinematogràfica i flux oníric.- La mitogènia del "star-system".- La influència social del cinema.

TEMA III: INTRODUCCIÓ A LA TÈCNICA CINEMATOGRAFICA

Mitjans informatius del llenguatge cinematogràfic.- La posada en escena com a producció de sentit.- Unitats segmentals menors/pertinents del discurs filmic: fotograma i pla.- El pla i les seves figures: enquadrament, camp, angle, il·luminació, moviment, durada i so.- El muntatge i els sintagmes cinematogràfics.- Raccords i transicions (òptiques i sonores).- Les investigacions sintagmàtiques soviètiques (Kulechov, Pudovkin, Einsentein, Vertov).- Grans unitats significants: les nocions d'escena, pla-sequència i seqüència.

TEMA XIII: ESTETICA Y ESPECTACULO

Espectáculo y entretenimiento.- El "show", los deportes, los concursos, el arte.- Dimensión espectacular de los discursos.- Diversión, participación y proyección.

TEMA XIV: LA SEMIOTICA DEL ESPECTACULO

La teoría de la representación.- El juego como esquema semiótico.- El texto espectacular.- El espectador.

4a PARTE: Métodos y teorías de la Comunicación de Masas en su vertiente semiótica

TEMA XV: LAS ESTRATEGIAS DE LA INTERACCION Y LA ENUNCIACION

Las reglas de la interacción.- Las máximas conversacionales.- Los actos semióticos.- Las estrategias enunciativas.- Algunas aplicaciones: la entrevista, el debate, la mesa redonda, el teléfono en los medios...

TEMA XVI: ISOTOPIAS Y ESTRUCTURAS TEMATICAS

Las superestructuras y la macroestructura.- Arquitectura semántica de los medios: sema, semema, semantema... Tematización e isotopía.- Los resúmenes y sus modalidades.- Algunas aplicaciones: el "agenda setting", la titulación periodística, tópicos y repertorios temáticos...

TEMA XVII: LA SOCIOSEMIOTICA: PRODUCCION DEL CONOCIMIENTO

La dimensión ideológica de los discursos sociales.- El sentido común.- Tipología de los discursos y competencia.

5a PARTE: Problemas actuales de la semiótica

TEMA XVIII: TENDENCIAS Y ESCUELAS DE INVESTIGACION

La escuela de París.- La pragmática.- La Universidad de Indiana.- La A.I.S., la A.E.S., la A.E.S.B.A. y otros grupos de estudio.- Diversidad y pluralidad del proyecto semiótico en la comunicación de masas.