

SEMIÒTICA DE LA COMUNICACIÓ DE MASSES
Llicenciatures de Publicitat i de Comunicació Àudio-visual
4t. curs 1a semestre
Grup 54
Prof. Charo Lacalle

1. **EL SIGNE**
 - 1.1 Els orígens
 - 1.2 Ferdinand de Saussure
 - 1.3 Charles Sanders Peirce
 - 1.4 Les crítiques al signe icònic

2. **EL RELAT**
 - 2.1 El formalisme
 - 2.2 La morfologia del conte de Vladimir Propp
 - 2.3 La proposta barthesiana

3. **L'ANÀLISI**
 - 3.1 L'enunciació
 - 3.2 A.J. Greimas i l'École de París
 - 3.3 Les "passions" del text
 - 3.4 Anàlisi de la publicitat
 - 3.5 Anàlisi del text àudio-visual

4. **LA INTERPRETACIÓ**
 - 4.1 El lector/espectador
 - 4.2 La cooperació textual
 - 4.3 Els límits de la interpretació
 - 4.4 Serialitat: la comunicació contínua

BIBLIOGRAFIA BÀSICA

- BARTHES, R. La aventura semiològica. Barcelona: Paidós.
- CALABRESE, O. La era neobarroca. Madrid: Cátedra, 1989.
- CASSETTI, F; DE CHIO, F. Cómo analizar un film. Barcelona: Paidós, 1991.
- ECO, U. Lector in fabula. Barcelona: Lumen, 1986.
- Els límits de la interpretació. Barcelona: Destino, 1991.
- FABBRI, P. Tácticas de los signos. Barcelona: Gedisa, 1995.
- FLOCH, J. M. Semiótica, marketing y comunicación. Barcelona: Paidós, 1993.
- GREIMAS, A.J. Del sentido. Ensayos semióticos, 2. Madrid: Gredos, 1989.
- COURTES, J.; GREIMAS, A.J. Semiótica. Diccionario razonado de la teoría del lenguaje (I y II). Madrid: Gredos, 1983 i 1991.
- GROUPE, M. Tratado del signo visual. Madrid: Cátedra, 1993.

Les anàlisis semiòtiques que s'aniran realitzant al llarg del curs, es centraran principalment en la publicitat dels grans dissenyadors en revistes il·lustrades i en els textos serials àudio-visuals. A més de realitzar exercicis puntuals, que els alumnes portaran a terme de manera individual, podran participar en un treball de curs en grups.