

CURS ACADÈMIC: 2005/2006

LLICENCIATURA: Publicitat i Relacions Públiques / Comunicació Audiovisual

CURS: 4art

Codi: 20709

Assignatura: Semiòtica de la Comunicació de Masses

Tipus de assignatura Op

Nº de crèdits: 5

Professora: Charo Lacalle

Quadrimestre: 8è

OBJECTIUS DE LA ASSIGNATURA

- Aquest curs té un caràcter teòric i metodològic
- Es dirigeix a facilitar als alumnes la base conceptual i els instruments necessaris per a analitzar els discursos publicitaris i les estratègies subjacents als processos comunicatius de la publicitat i de les relacions públiques.
- Els diferents punts del programa s'articulen en torn a algunes de les principals aportacions de la Semiòtica i del Anàlisi del discurs, exposades sempre a partir de nombrosos exemples procedents dels discursos socials més adients a les característiques de la llicenciatura .

TEMARI

1.- FONAMENTS I APLICACIONS DEL ESTRUCTURALISME

- 1.1. Semiologia, Semiòtica, signe, significació i comunicació
- 1.2. Conceptes claus de la semiòtica estructuralista
- 1.3. Interpretació barthesiana de Saussure
- 1.4. Christian Metz i la *Gran Sintagmàtica*
- 1.5. Perspectiva estructuralista del anàlisi audio-visual
- 1.6. Del signe i el codi al text, la història i el discurs

Débat i pràctica: La crisi dels gèneres i les noves formes de la textualitat

Materials del debat: els *killer-formats* de la TV

Bibliografia:

- SAUSSURE, Ferdinand de, *Curs de lingüística general*. Es tracta d'un llibre de consulta, però es recomana la lectura de la introducció crítica de qualsevol edició del mateix.
- BARTHES, Roland (1967), "Elementos de semiología", en *La aventura semiótica*, Barcelona, Paidós, 1993. La interpretació barthesiana de Saussure es molt útil com a introducció al estructuralisme.
- COURTÈS, Josep (1991), *Análisis semiótico del discurso*, Madrid, Gredos, 1997 (capítol 1). El primer capítol sintetitza els fonaments de la semiòtica estructuralista.
- CHATMAN, Seymour (1978), "Introducción", en *Historia y discurso*, Madrid, Taurus, 1990. Aplicació dels principis estructuralistes al anàlisi del cinema.
- METZ, Christian (1963), *Ensayos sobre la significación del cine (1964-1968) I*, Barcelona, Paidós, 2002 (Segona part: "Problemas de semiología del cine"). Estructuralisme i anàlisi del cinema.
- STAM, R.-BURGOYNE, R.-FITTERMAN-LEWIS, S. (1992) *Nuevos conceptos de la teoría del cine*, Barcelona, Paidós, 1999 (capítol 2: "La semiología del cine", sobre la proposta d'anàlisi semiològica de Metz).

2.- L'ANALISI DEL RELAT

- 2.1. El formalisme rus i l'estudi científic dels relats
- 2.2. Vladimir Propp: la *Morfologia del conte*
- 2.3. Boris Tomasevskij: els elements constitutius del relat
- 2.4. Les propostes d'anàlisi de Roland Barthes: de les mitologies del consum a la introducció a l'anàlisi estructural dels relats
- 2.5. Gerard Genette: narratologia i anàlisi del relat

Debat i pràctica: El relat clàssic i el relat "postmodern"

Materials del debat: *Carretera perduda* y *Mullholand Drive*, de David Lynch

Bibliografia

BARTHES, Roland, "Introducción al análisis estructural del relato" (1966), en *La aventura semiótica*, Barcelona, Paidós, 1993 (proposta d'anàlisi estructuralista de Barthes).

Mitologías, Madrid, Siglo XXI, 1988 (el capítol titulat "El mito hoy"). Anàlisi barthesià de la publicitat.

GENETTE, Gerard (1972), *Figuras III*, Barcelona, Lumen, 1989 (elements essencials del anàlisi narratològic).

PROPP, Vladimir, *La morfología del cuento*, Madrid, Fundamentos, 1985 (llibre de consulta; una de les obres que més han influenciat la semiòtica estructuralista).

STAM, R.-BURGOYNE, R.-FITTERMAN-LEWIS, S. (1992) *Nuevos conceptos de la teoría del cine*, Barcelona, Paidós, 1999 (capítol 3: "La narratología filmica").

TOMASEVSKIJ, Boris, "La construcción de la trama" (1927), en Tzvetan Todorov, *Teoría de la literatura*, Buenos Aires, Signos, 1970 (conceptes claus d'anàlisi textual).

WOLLEN, Peter, "North By Northwest: A Morphological Analysis", en *Readings and Writings. Semiotic Counter-Strategies*, Londres, Verso Editions, 1982, pàgs. 18-33 (anàlisi proppia de la pel·lícula de Hitchcock *Con la muerte en los talones*).

3.- L'ANÀLISI DEL DISCURS

3.1. La estructura de la enunciació

3.2. El recorregut generatiu del sentit i la teoria de la narrativitat de A. J. Greimas

3.3. Exemples de semiòtica aplicada

3.5. *Realisme / realitat, verosimilitut / veritat, objectivització / subjectivització* de la representació televisiva

3.6. Narrativitat i semiòtica de les passions

Debat i pràctica: aplicacions de semiòtica estructuralista al anàlisi de la publicitat

Materials de debat: *Spots* televisius

Bibliografia

COURTÉS, Josep, *Análisis semiótico del discurso*, Madrid, Gredos, 1997 (capítols 2,3 y 4 dedicats a la semiòtica greimasiana).

FLOCH, Jean-Marie, "Muertos en el cascarón", en *Semiótica, marketing, comunicación*, Barcelona, Paidós, 1993 (classificació dels estils publicitaris a partir del quadrat semiòtic greimasianà).

GREIMAS, A.J.-COURTES, J. *Semiótica. Diccionario razonado sobre la teoría del lenguaje*, Madrid, Gredos, 1983 (vol. I) y 1987 (vol. II). Consulta y repàs de les diferents veus d'aquest diccionari explicades a classe.

LACALLE, Charo, *Terciopelo azul*, Barcelona, Paidós, 1998 (en el capítol "Estudio crítico" s'analitza aquesta pel·lícula de Lynch utilitzant principalment metodologia estructuralista).

El espectador televisivo, Barcelona, Gedisa, 2001 (anàlisi de concursos, *talk shows* i *Gran hermano* als capítols 2, 3 i 4 respectivament).

METZ, Christian, "Historia /discurso", en *El signifiante imaginario. Psicoanálisis y cine*, Barcelona, Paidós, 2001.

SEMPRINI, Andrea, *El marketing de la marca. Una aproximación semiótica*, Barcelona, Paidós, 1995. Aproximació teòrica/pràctica al anàlisi de la marca, a partir de les aplicacions de la metodologia greimasiana que realitza J. M. Floch.

4.- EL PROCÈS DE INTERPRETACIÓ

4.1. Els fonaments de la semiòtica interpretativa: Charles Sanders Peirce

4.2. La teoria de la interpretació de Umberto Eco

4.4. Els límits de la interpretació: de la *guerrilla semiològica* a la *cooperació textual*

4.3. Stuart Hall: descodificació i ideologia

4.5. Lectura com a construcció o deconstrucció?

Debat i pràctica: rols i representacions del espectador als discursos audio-visuals

Materials de debat: ficció televisiva

Bibliografia

ECO, Umberto, *Tratado de semiótica general*, Barcelona, Lumen, 1979 (0.5.2; 2.1.4; 2.7). Els punts senyalats constitueixen un complement indispensable als apunts sobre Ch. S. Peirce.

Lector in fabula, Barcelona, Lumen, 1987 (2ª ed.) (capítol 2 dedicat al signo de Ch. S. Peirce).

Lector in fabula, Barcelona, Lumen, 1987 (2ª ed.). Capítol 3 dedicat al lector model.

Els límits de la interpretació, Barcelona, Destino, 1991 (1.4; 1.5; 3.1.3; 3.1.4; 3.1.5; 3.5). Principis i exemples de la interpretació textual.

Seis paseos por los bosques narrativos, Barcelona, Lumen, 1996 (Eco resumeix la seva teoria de la interpretació en un curs impartit a la Universitat de Harvard en 1992).

HALL, Stuart, "Encoding/Decoding", en S. Hall - D. Hobson - P. Willis (eds.), *Culture, Media, Language*, Londres, Hutchinson, 1981 (relació entre interpretació i ideologia).

LACALLE, Charo, *El espectador televisivo*, Barcelona, Gedisa, 2001 (primer capítol).

METODOLOGIA DOCENT

Els diferents punts del programa s'explicaran sempre a partir d'exemples paradigmàtics, que serviran als alumnes per afermar els conceptes teòrics assolits. Donat el caràcter d'actualitat del corpus de referència (*spots*, textos audio-visuals), es dedicarà una atenció especial a les tendències contemporànies més representatives del panorama audio-visual internacional.

A la conclusió de cada bloc temàtic es dedicarà una sessió destinada a debatre els diferents punts tractats, a partir sempre de supòsits pràctics. Per tal de motivar la participació aquest debat s'integrarà en l'avaluació continuada de l'assignatura.

SISTEMA D'EVALUACIÓ:

El caràcter teòric i metodològic de l'assignatura requereix l'elaboració d'un treball destinat a posar en pràctica els continguts assolits al curs. El tema s'haurà d'acordar prèviament amb la professora, la qual lliurarà als alumnes el primer dia de classe un full amb la descripció del treball¹. Els alumnes que no ho duguin a terme hauran de fer un examen per poder superar el curs.

NECESSITATS DOCENTS

La articulació audio-visual de l'assignatura exigeix la presentació multimèdia dels diferents punts del programa. Requereix, per tant, l'ús d'ordinador, canó de projecció, DVD multisistema i VHS.

Es demana preferentment l'aula 120 i secundàriament l'aula 121. En aquest últim cas, es requereix l'adequació del sistema d'il·luminació a les projeccions i la inserció d'un canó fix), perquè la major part dels canons mòbils no permeten el visionat correcte del *power point*.

¹ Veure annex "Treball de curs"

SEMIÒTICA DE LA COMUNICACIÓ DE MASSES

4art curs: Comunicació Audio-visual /Publicitat i Relacions Públiques

CURS 2005/2006

Prof. Charo Lacalle Zalduendo (despatx: 021; tel. 93 581 4472 i mail rosario.lacalle@uab.es)

Donat el caràcter teòric i metodològic de la disciplina impartida, el treball constitueix una aplicació del diferents temes tractats al llarg del curs.

Es pot dur a terme individualment o en grups de dos alumnes (es recomana aquesta segona opció).

Camp d'aplicació i prioritats:

- La estructura dels *spots* televisius, dels programes televisius de ficció i d'entreteniment (*magazines*) y la relació d'aquest mitjà amb l'espectador constitueixen les referències principals del curs. El programes s'analitzaran a partir de les perspectives teòriques i metodològiques dels autors explicats al curs .
- S'exploraran també altres camps d'aplicació, com ara les noves narratives cinematogràfiques i la difusió de la moda.
- A nivell temàtic, es dedicarà una atenció especial a les modalitats de construcció d'identitats socials en els formats, gèneres i mitjans de comunicació objecte d'estudi.

Àmbits d'anàlisi:

- *Reality programs*: anàlisi semiòtic de les estructures comunicatives i narratives de programes com ara *Gran hermano* o *formats semblants*, a partir dels contextos televisius i socials on es produeixen i es consumeixen.
- *Metatelevisió*: anàlisi de la reflexivitat televisiva al voltant dels *reality programs*.
- *Crònica rosa*: anàlisi semiòtic de les estructures comunicatives i veridictives dels programes de crònica rosa i/o dels espais dedicats a la crònica rosa en altres gèneres y formats. Crítica a la *trash television* i relació d'aquests programes amb la resta de la graella televisiva i amb el periodisme en general.
- *Interactivitat*: participació dels espectadors a la televisió (SMS, telèfon, Internet, etc.).
- Construcció d'identitats socials a través de la ficció televisiva (immigrants, famosos, etc.).
- *Publicitat de moda i construcció d'estils de dona* a les revistes il·lustrades (*Elle*, *Cosmopolitan*, *Vogue...*), als catàlegs de moda i als canals temàtics televisius.
- Altres temàtiques relacionades amb les *noves narratives cinematogràfiques*.

Corpus de anàlisi:

- Es necessari treballar a partir de programes gravats prèviament. Cada grup o alumne acordarà amb la professora l'extensió i les característiques del corpus d'anàlisi.
- Juntament amb el treball imprès, que els alumnes lliuraran a la professora el divendres **7 de juny**, s'adjuntarà una cassette de vídeo, un CD o un DVD amb els moments mes significatius del anàlisi.
- Així mateix, els alumnes annexaran qualsevol tipus de documentació que pugui avalar el treball realitzat (dades, entrevistes, consulta de pàgines web, treballs de camp, etc.)
- Els annexos del treballs sobre publicitat de moda en les revistes il·lustrades inclouran les imatges analitzades (originals, fotocòpies a color o CD).

Estructura general de la investigació:

- **Contextualització**: breu història dels programes analitzats, des de la perspectiva del gènere o del format de referència, relació amb l'entorn televisiu, impacte en l'opinió pública, relació amb l'entorn social, audiència, participació del públic, rol de les noves tecnologies, etc.
- **Desenvolupament temàtic** (en el cas dels treballs estructurats al voltant de un tema, com ara els immigrants, la dona, els problemes socials, etc.).
- **Anàlisi semiòtic**: aplicació dels principis teòrics i metodològics assolits al curs. Anàlisi dels personatges (actors/actants, recorreguts narratius, construcció d'espai i temps, estratègies discursives, estructures comunicatives, construcció de versemblança, etc.). **Aquest apartat és el nucli central del treball.**
- **Annexos**:
 - Fitxa tècnica dels programes.
 - Sinopsis dels programes analitzats (i del conjunt d'emissions en el cas dels serials televisius)
 - *Scaletta* de cada programa analitzat.
 - Documentació utilitzada (bibliografia general, articles de premsa, material procedent de entrevistes, Internet, etc.).
 - Corpus d'anàlisi gravat en VHS, CD o DVD e index del seu contingut.

Fases del treball:

- 3 de mars: data màxima per a formar grups i determinar el tema (per qüestions pedagògiques no s'acceptarà la repetició de temes).
- 18 d'abril: data màxima per a presentar la documentació del treball.
- 26 d'abril: data màxima per a presentar la *scaletta* dels programes analitzats o de una parte dels mateixos (acordada prèviament amb la professora).
- 5 de maig: data màxima per a presentar l'esquema del anàlisi semiòtic.
- 7 de juny: lliurament del treball.

A handwritten signature in black ink, consisting of several loops and a vertical line at the bottom, positioned in the center of the page.