UNIVERSIDAD DE COSTA RICA
CENTRO UNIVERSITARIO- SAN RAMON
SISTEMA DE ESTUDIOS GENERALES

1976 II cuat

RAMAS DE HUMANIDADES II - EG-0044 - OPCION II - SEMIOTICA - 2º CUATRIMESTRE

ELLANO

DESCRIPCION DEL CURSO

El curso está orientado a proporcionar las bases tanto de la comprensión como del análisis semiótico en relación a la Historieta, el afiche, el Chiste Verbal y el Dibujo Humorístico. Como fenómenos de la comunicación de masa, estos mensajes son examinados en torno a sus fundamentos ideológicos y a la configuración formal que adquieren en el intercambio social.

BASE PREVIA

Común a Estudios Generales II.

OBJETIVOS GENERALES:

Comunicar eficazmente cualquier mensaje, sobre todo en lenguaje oral y escrito; leer y escuchar en forma crítica con el fin de captar los contenidos culturales del texto.

Reconocer las propiedades ideológicas, expresivas y formales de los diversos medios de comunicación: texto escrito, radio, historieta, fotonovela, afiches, periódicos, etc.

Elaborar síntesis de textos, reseñas, esquemas, gráficos y fichas bibliográficas.

TITULOS DE LAS UNIDADES

Aspectos generales de la semiótica de las revistas cómicas.

Aspectos generales de la semiótica de la publicidad y la propaganda referidas al afiche.

Aspectos generales de la semiótica del chiste.

RECURSOS GENERALES

Visuales: Afiches y fotografías.

Escritos: Antología de textos; revistas de historietas, gags periodísticos; afiches publicitarios y propagandísticos; selección de dibujos humorísticos.

PROGRAMA DEL CURSO

Breve síntesis de los contenidos tratados en el Primer Cuatrimestre (factores y proceso de la comunicación; la Semiótica: su objeto, su objetivo y su campo).

La comunicación de masas. La comunicación de masas según la naturaleza del medio. Los "hot media" y los cool media" (McLuhan). Cultura y comunicación de masas. La dicotomía "Apocalípticos/Integrados" en la teoría de Umberto Eco.

Actividades:

1.1.1 Visión general, organización y metodología del trabajo de investigación a realizar en el curso del cuatrimestre.

1.1.2 Recolección de material traído por los alumnos en relación a las unidades.

1.2 Tiempo

Dos semanas. (semanas 1ª y 2ª)

6.2 PRIMERA UNIDAD

6.2.1 Aspectos generales de la semiótica de las revistas cómicas.

6.2.2 Tiempo: Cuatro semanas. (semanas 3ª, 4ª, 5ª y 6ª).

6.2.3 Objetivos operacionales: Al finalizar el tratamiento de la unidad, los alumnos podrán determinar los diversos tipos de Historietas, sus componentes semióticos y sus elementos formales. Identificará positivamente los recursos generales de composición tanto a nivel de "viñetas", como de "filacterias". Podría formular hipótesis relativas a los elementos ideológicos generales que sustentan este tipo de mensajes, debiendo reconocerlos tanto a nivel de sus componentes semióticos como a nivel diegético

6.2.4 Contenidos: La Historieta como mensaje de naturaleza mixta. Aspectos generales de la evolución del género; del daily-strip a la revista ilustrada. Producción y comercialización industrial de la Historieta.

Elementos formales y semióticos de la Historieta como mensaje. Conceptos de "viñeta", "acronía" y "encuadre". El código de la gestualidad en la Historieta. Valor y funciones del espacio diegético. Los elementos cinéticos y el montaje.

Aspectos generales de la morfología y semiótica de las filacterias. Historia y problemática del término. Funciones generales de la filacteria. El código de los contornos filactéricos. La filacterias metaforizadas y onomatopéyicas.

Historieta e ideología. Maniqueísmo y polarización. Función de lo individual y función de lo colectivo. Los estereotipos. El fragmentarismo. Los esquemas éticos del mundo de las historietas.

6.2.5 Actividades: Los alumnos aportarán el material de la unidad. En él reconocerán y analizarán los elementos entregados en el contenido de la unidad (decodificación). Los alumnos leerán, analizarán, sintetizarán y comentarán los artículos y capítulos de la bibliografía pertinente al tema.

6.2.6 Bibliografía:

DORFMAN, Ariel y Armand MATTERLART: Para leer al Pato Donald. Comunicación de masa y Colonialismo. Bs. As., Siglo XXI Editores. (Capítulos: I. "Tío, cómprame un profiláctico...", pp.23-40; "Del buen salvaje al subdesarrollo" pp. 57-81 y "Conclusión: El Pato Donald al poder", pp. 151-160.

GUBERN, Román: "Fundamentos para una semiología de las comicas" y "La viñeta o pictograma y las microunidades significativas". En su: El lenguaje de los comics. Barcelona, Ediciones Península, 1974 pp. 105-159.

JOFRE, Manuel: "El mecanismo de funcionamiento de la historieta" y "Notas sobre la historieta tradicional burguesa". En: Ariel Dorfman y Manuel Jofré: Supermán y sus amigos del alma. Bs As., Editorial Galerna, 1974, pp. 106-128.

MENDEZ, José Luis: Manipulación y fabricación de mitos en la subliteratura. (Revista Casa de las Américas, La Habana, Año XV, Núm. 89, marzo-abril de 1975, pp. 122-129.

6.3 SEGUNDA UNIDAD

6.3.1 Aspectos generales de la semiótica de la publicidad y la propaganda referidas al afiche.

6.3.2 Tiempo: Cinco semanas. (Semanas 7ª, 8ª, 9ª, 10ª y 11ª).

3.3 Objetivos operacionales: Al finalizar el tratamiento de la unidad los alumnos tendrán una clara noción de las diferencias que implican ambos términos. En referencia concreta al afiche, podrán determinar y reconocer tanto sus componentes semióticos como la proporción y tratamiento de éstos en un objeto concreto, hecho que les posibilitará un alto grado de decodificación.

3.4 Contenidos:

3.4.1 Naturaleza, forma y funciones de la publicidad. El esquema de la comunicación publicitaria. Los códigos fundamentales del mensaje publicitario. Las formas tipificadas. Semiótica del afiche publicitario. Sus constituyentes. Las funciones del lenguaje en el afiche publicitario. (Anclaje y relevo). El concepto de "alógrafo", Retórica de la imagen publicitaria aplicada al afiche. Ideología y afiche publicitario. La publicidad subliminal.

3.4.2 La propaganda. Analogías y diferencias entre publicidad y propaganda. El análisis motivacional. Publicidad e ideología política como integrantes de la propaganda. Las reglas de Young. El estereotipo y el mesianismo en la propaganda. Problemática sociológica de la propaganda.

3.5 Actividades:

3.5.1 La totalidad de los contenidos programáticos referentes al afiche publicitario serán presentados, analizados y ejercitados por los propios alumnos sobre la base de materiales que ellos mismos aportarán a la clase.

3.5.2 Organización de una "mesa redonda": "El rol de la mujer en la publicidad".

3.5.3 Organización de una micro exposición con los mejores análisis de afiches hechos por los alumnos del curso.

3.5.4 Los alumnos leerán, analizarán, sintetizarán y comentarán los artículos y capítulos de la bibliografía pertinente al tema.

3.6 Bibliografía:

BARTHES, Roland: "Retórica de la Imagen". En: R. Barthes et alt. La Semiología. Bs. As., Tiempo Contemporáneo, 1970, pp.127-140.

BLOCK DE BEHAR, Lisa: "Consideraciones previas" y "Anticipaciones metodológicas relativas al análisis de un lenguaje diferente". En su: El lenguaje de la publicidad. Bs. As. Siglo XXI Argentina Editores, 1973, pp. 11-19 y 21-55.

DORFLES, Gillo: "La publicidad: retórica y semántica". En su: Naturaleza y artificio. Barcelona, Editorial Lumen, 1972, pp. 133-155.

DURAND, Jacques: "Retórica e imagen publicitaria". En Christian Metz, Umberto Eco et alt.: Análisis de las imágenes". Bs. As. Editorial Tiempo Contemporáneo, 1972, pp. 81-115.

MERCHAN DIAZ, Manuel: Propaganda y pueblo. Madrid, 1971. (Véase pp. 35-58).

SAGASETA, Salvador: Características esenciales del fenómeno de la propaganda. (Revista Cuadernos para el Diálogo, Madrid, XV Extraordinario, julio de 1969, pp. 51-60).

TERCERA UNIDAD

Aspectos generales de la semiótica del chiste verbal y del dibujo humorístico.

Tiempo: Cinco semanas. (Semanas 12ª, 13ª, 14ª, 15ª y 16ª).

6.4.3 Objetivos operacionales: Al finalizar el tratamiento de la unidad los alumnos podrán reconocer los formantes claves del chiste verbal y los componentes del dibujo humorístico. Unida a esta habilidad en la decodificación, estarán en condiciones de determinar las funciones ideológicas que se articulan en estas dos formas de comunicación.

6.4.4 Contenido:

6.4.4.1 El chiste verbal. Intencionalidad y componentes formales y situacionales del chiste verbal. El chiste como hecho lingüístico: ruptura del sistema e inversión. El concepto de "articulación". La disyunción referencial.

6.4.4.2 El dibujo humorístico. Función de los formantes icónicos y lingüísticos. Fases de normalización, armado y disyunción.

6.4.5 Actividades: Gran parte de las actividades tendrán su base en el material aportado por los propios alumnos. Estos leerán, analizarán, sintetizarán y comentarán los artículos de la bibliografía pertinentes al tema.

6.4.6 Bibliografía:

MCKIN, Violette: "El chiste". En: R. Barthes, A. J. Greimás et alt: Análisis estructural del relato. Bs. As. Tiempo Contemporáneo, 3ª ed. 1974., pp. 121-145.

MORIN, Violette: "El dibujo humorístico". En: Análisis de las imágenes, pp. 136-163.

EVALUACION:

Se hará de acuerdo a la proporcionalidad que determine el Consejo de Sistema de Estudios Generales. Cada unidad será evaluada en los correspondientes exámenes comprensivos. Además se evaluará la participación de los alumnos en las correspondientes actividades.

8. CALENDARIO DE ACTIVIDADES

8.1 Semana (12-17 de julio)
Comentario y discusión del Programa.
Asignación de lectura

8,2 Semana (19-24 de julio)
Recolección de material solicitado.
Presentación y análisis del trabajo de investigación.

8.3 Semana (26-31 de julio)
Continuación de la recolección del material
Fichaje.

8.4 Semana (2-7- de agosto)
Comprobación de lecturas (dos estudios).
Trabajos de análisis práctico sobre material.

8.5 Semana (9-14 de agosto)
Recolección de fichaje sobre morfología de la historieta.

8.6 Semana (16-21 de agosto)
Evaluación escrita sobre comprensión general de la unidad.

8.7 Semana (23-28 de agosto)
Discusión de la segunda unidad
Recolección y selección de material traído por los alumnos.

8.8 Semana (30 de agosto - 4 de setiembre)
Asignación de lecturas.

8.9 Semana (6-11 de setiembre)
Trabajos prácticos de análisis semiótico de afiches.

Semana (13-18 de setiembre)
Mesa redonda: El rol de la mujer en la publicidad.
Comprobación de lecturas.
Semana (20-25 de setiembre)
Organización de la exposición sobre afiches. (Montaje).
Semana (27 de setiembre - 2 de octubre)
Evaluación de la unidad
Comprobación de lecturas.
Exposición de afiches *analizados semióticamente.*
Semana (4-9 de octubre)
Asignación de lecturas de la tercera unidad.
Recolección de material.
Semana (11-16 de octubre)
Fichaje.
Análisis práctico de material de la unidad.
Evaluación de la unidad.
Comprobación de lecturas.

FUNDAMENTOS DE FILOSOFIA - HUMANIDADES II - OPCION II

1. Descripción del curso

El curso se propone lograr que el estudiante pueda integrar dentro de un marco teórico global una serie de elementos o temas vistos en el primer cuatrimestre. Los estudiantes deben tener una visión clara de lo que es la comunicación, el lenguaje, conciencia, etc.

2. Objetivos generales:

Al finalizar el cuatrimestre los estudiantes podrán:

2.1 Integrar en un marco teórico general los conceptos de comunicación, lenguaje, conocimiento, etc.

2.2 Explicar con suficiente amplitud el concepto de ideología y el papel que tienen los medios de comunicación en relación con la misma.

2.3 Explicar la relación entre ideología, clases sociales, formación social.

2.4 Expresar la relación entre ideología, neocolonialismo y dominación cultural.

3. Unidades:

3.1 Ideologías y medios de comunicación social.

3.2 Análisis de formas de comunicación e ideologías.

4. Análisis de unidades:

4.1 Unidad Nº 1

4.1.1 Ideologías y medios de comunicación social.

4.1.2 Tiempo probable: 2 semanas.

4.1.3 Objetivos específicos:

4.1.3.1 Explicar el concepto de estructura social determinando el papel de la ideología en dicha estructura.

4.1.3.2 Explicar las relaciones entre estructura económica y clases sociales, así como entender el papel de la ideología en relación con las clases sociales.

4.1.3.3 Aplicar los conceptos anteriores a la situación de América Latina.

4.1.4 Contenidos:

4.1.4.1 Estructura social, ideología y política.

4.1.4.2 La producción.

4.1.4.3 Infra y superestructura.

4.1.4.4 Clases sociales.

4.1.4.5 Teoría de la ideología.

4.1.4.6 Neocolonialismo y dominación cultural.

4.1.5 Actividades

Trabajos en grupos, análisis de textos políticos y propaganda política, mesas redondas, encuestas sobre programas de televisión y radio.

4.1.6 Recursos de la unidad:

Antología. Kurt Lenk. El concepto de ideología.

4.1.7 Evaluación:

4.1.7.1 Control de lectura.

4.1.7.2 Exámenes comprensivos

4.1.7.3 Participación en clase.

4.2 Unidad Nº 2

4.2.1 Análisis de formas de comunicación e ideologías.

4.2.2 Tiempo probable: 7 semanas.

Objetivos específicos

Analizar diferentes tipos de propaganda y determinar aspectos ideológicos.

Analizar diferentes medios de comunicación en Costa Rica, determinando su función ideológica.

Contenidos:

Propaganda y sociedad de consumo.

Historietas (tiras cómicas).

Relatos de carácter ideológico.

Formas específicas: prensa, cine, radio, televisión, etc.

Actividades:

Lecturas, encuestas, conferencias, trabajos en grupos.

Recursos de la unidad:

Antología. Manuel Merchán. Propaganda y pueblo.

Actividades por semana

12 - 18 de julio.
Exposición sobre el concepto de estructura social. Lectura de antología. (Texto: prólogo a la crítica de la economía política).

19 - 25 de julio.
Análisis del texto anterior en clase. Trabajo en grupos.

26 de julio - 1º de agosto.
Trabajo en grupos sobre el texto La ideología.

2 - 8 de agosto.
Exposición: ideología y clases sociales. Comentario en clase del texto La ideología.

8 - 15 de agosto.
Trabajo en grupo sobre el texto: Ideología y Neocolonialismo.

16 - 22 de agosto.
Mesa redonda de los estudiantes sobre ideologías y clases sociales en América Latina.

23 - 29 de agosto.
Exposición sobre ideología y medios de comunicación.

30 de agosto - 5 de setiembre.
Encuestas elaboradas por los alumnos para evaluar la ideología implícita en ciertos programas de televisión.

6 - 12 de setiembre.
Análisis del texto: Medios de las relaciones de clase.

13 - 19 de setiembre.
Lectura de los estudiantes del texto La propaganda política.

20 - 26 de setiembre.
Aplicación de los conceptos del texto anterior en el análisis de discursos políticos.

27 de setiembre - 3 de octubre.
Mesa redonda sobre temas y textos vistos hasta la fecha.

4 - 10 de octubre.
Análisis de encuestas sobre medios de comunicación.

11 - 17 de octubre.
Discusión sobre los medios y comunicación en Costa Rica y su relación con el problema de la ideología.

Bibliografía

Antología de Estudios Generales. Humanidades II. Semiótica.
Echeverría, R. y otros. Los medios de comunicación. Buenos Aires, Amorrortu, 1974.

Bosco Pinto, Joao. Educación liberadora, dimensión metodológica. Bogotá, Publicaciones educativas (DEC-CLAR - CIEC) 1973.
Lévi-Strauss, Claude y otros. El proceso ideológico. Buenos Aires, Tiempo contemporáneo, 1973.
Althusser, Louis, y otros. Polémica sobre marxismo y humanismo. México, S. XXI, 1972.
Marx, K. y Engels, F. Obras escogidas. Tomo I, Moscú, Editorial Progreso, 1973.

DESCRIPCION DEL CURSO

Está orientado a proveer al alumno de un marco teórico que pueda ser aplicado por éste para comprender los procesos de comunicación visual; considerando con especial atención aquellos que son consecuencia del desarrollo de la técnica en la época contemporánea: la fotografía, el cine, la televisión, etc.

BASE PREVIA

Humanidades I.

OBJETIVOS GENERALES

Que el alumno identifique los fenómenos de creación artística como fenómenos de comunicación.

Que sea capaz de interpretar y analizar críticamente los fenómenos de comunicación visual.

UNIDADES

La imagen estática.
La cinematografía.
La televisión.

ANALISIS DE CADA UNIDAD

Primera Unidad:

1.1 La imagen estática.

1.2 Objetivos específicos:

1.2.1 Que el alumno sea capaz de reconocer la función de los mensajes artísticos.

1.2.2 Que capte la separación existente entre pintura y fotografía.

1.2.3 Que logre distinguir entre fotografía y realidad.

1.2.4 Que logre captar la naturaleza del signo fotográfico.

1.2.5 Que reconozca la propaganda como producto de la necesidad de persuación.

1.3 Contenidos:

1.3.1 La obra pictórica.

1.3.2 Relación pintura-fotografía.

1.3.3 Relación fotografía-realidad.

1.3.4 Evolución técnica y estética de la fotografía.

1.3.5 El cartel publicitario. Sus elementos componentes.

2 Segunda Unidad:

2.1 La cinematografía

2.2 Objetivos específicos:

2.2.1 Que el alumno pueda reconocer los diferentes códigos en que se basan los mensajes cinematográficos.

2.2.2 Que pueda analizar el grado de convencionalismo de dichos códigos.

2.2.3 Que capte la dinámica de la estética en el cine.

2.3 Contenidos:

2.3.1 El cine, como registro y reproducción de la realidad.

2.3.2 Evolución estética hacia la creación de un lenguaje específico.

2.3.3 El cine narrativo.

5.3 Tercera Unidad:

5.3.1 La televisión.

5.3.2 Objetivos específicos:

5.3.2.1 Que sea capaz de distinguir la especificidad de la televisión con respecto a otras formas de comunicación.

5.3.2.2 Que sea capaz de analizar y juzgar el papel de la televisión como medio de comunicación de masas.

5.3.3 Contenidos:

5.3.3.1 Diferencia en el carácter psicológico del público de cine y de televisión.

5.3.3.2 Influencias recíprocas entre la televisión y otras formas de comunicación.

5.3.3.3 Especificidad del "lenguaje " televisivo.

5.3.3.4 El papel de la televisión en la sociedad actual.

6. ACTIVIDADES

6.1 Investigación bibliográfica.

6.2 Análisis de obras concretas.

6.3 Proyección y análisis de distintas películas.

6.4 Análisis de programas de televisión.

6.5 Análisis de carteles publicitarios, etc.

7. RECURSOS

Diapositivas, películas, fotografías, afiches, etc.

VERSIDAD DE COSTA RICA- CENTRO REGIONAL UNIVERSITARIO (SAN RAMON)

TEMA DE ESTUDIOS GENERALES 1976 HUMANIDADES I y II

O P C I O N II : SEMIOTICA (Lenguaje, comunicacion y sociedad)

ras: Castellano
Fundamentos de Filosofia
Semiología de las Artes Visuales

TIVOS GENERALES:

1.- Conseguir que el alumno logre captar los procesos comunicativos como con-
rantes de la realidad en la que él se halla inserto.

2.- Posibilitar en el alumno un conocimiento valorativo y crítico de la comunica-
, haciéndolo consciente de su papel de emisor y destinatario constante de los pro-
comunicativos.

3.- Dotar al alumno de los medios adecuados, capcitándolo para reconocer los di-
tes medios de comunicación en sus propiedades ideológicas, expresivas y formales.

4.- Lograr que el alumno perciba críticamente que todo proceso comunicativo conlle-
ntenidos ideológicos y por ende culturales.

5.- Hacer que el alumno perciba tanto los rasgos como las condiciones y los o
que plantean las formas comunicativas del mundo actual, especialmente en lo
s de la realidad regional, nacional y latinoamericano.

6.- Dotar al alumno de la capacidad de leer, oir y ver críticamente, percibiend
llá de las formas- los contenidos culturales de los mensajes que lo rodean.

7.- Capacitar al alumno para racionalizar, valorar y percibir el esquema ideol
y las formas constructivas de mensajes dados a través del lenguaje oral; de
s literarios, filosóficos,históricos, científicos, etc.; de comunicaciones masi-
cino, radio, television, historietas, fotonovelas, periódicos, propaganda,etc)
formas de comunicación tales como el chiste y la moda.

8.- Lograr que el alumno perciba cuál es la actitud de la época actual hacia el
y en que sentido ésta se diferencia de otras épocas que tuvieron hacia el signo
actitudes.

9.- Hacer posible que el alumno perciba la estructura y las posibilidades lógicas
nsaje en cuanto realidad constituida por signos.

10.- Lograr que el alumno capte críticamente en los procesos comunicativos aspec-
les como la dependencia, el subdesarrollo, el neocolonialismo, la alienación,etc

11.- Lograr que el alumno perciba el hecho de que cada mensaje (un chiste, una
ieta, una novela, un filme,etc) es un formante de bloques culturales y que su
s debe objetivamente captar tanto las relaciones como las variantes de los fe-
s de la comunicación.

Programa de Castellano

Objetivos: Que el alumno:

1.- Comunique eficazmente cualquier mensaje, sobre todo en lenguaje oral y escrito; lea y escuche en forma critica con el fin de captar los contenidos culturales del texto.

2.- Logre una actitud valorativa y crítica ante la comunicación, consciente de su papel de emisor y destinatario constante de los procesos de comunicación.

3.- Reconozca las propiedades ideológicas, expresivas y formales de los diversos medios de comunicación: texto escrito, radio, historieta, fotonovela, revista, periódico, moda y chiste.

4.- Sea capaz de elaborar síntesis, esquemas, reseñas, gráficos y fichas bibliográficas.

Contenidos:

1.- Lenguaje y comunicación:
a) Lenguaje y lengua.
b) Signo linguístico, signo y símbolo.
c) Semiótica como ciencia de los signos.
d) Información y comunicacion-- propaganda y publicidad.

2.- Los medios de comunicación de masas y la educación actual:
a) La prensa escrita
b) La prensa hablada--la radio.
c) La revista femenina.
d) Las historietas
e) La fotonovela
f) La literatura y la subliteratura.

3.- Subdesarrollo y alienacion a través de los medios de comunicación de masas.

Actividades

1.- Interpretación y comentario de textos.
2.- Elaboracion de síntesis de textos.
3.-Descripción de códigos de diferentes lenguajes.
4.- Interpretación de caricaturas, tiras cómicas y chistes.
5.- Trabajo descriptivo de cualesquiera de los medios de comunicación de masas: discusión informal y redacción de informes, en clase.
6.- Elaboración de informes, fuera de clase, sobre las características de programas radiales y periódicos. Una pequeña selección de estos informes será presentada y discutida en clase.
7.- Elaboración de fichas bibliográficas en forma permanente, es decir, todo trabajo o tarea presentados deberán llevar siempre la cita bibliografica correspondiente.

Antología.
Sobre los textos que se incluya, se trabajará básicamente en la elaboración de reseñas, esquemas, gráficos y síntesis, dentro y fuera de clase.

Bibliografía
En folleto aparte, preparado expresamente, se incluyen 65 títulos.