



UNIVERSIDAD FERMÍN TORO
VICE RECTORADO ACADÉMICO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

PROGRAMA INSTRUCCIONAL

DATOS BÁSICOS DE LA ASIGNATURA							
Nombre de la asignatura:		Código	Semestre		U.C.	Pre- Requisito	
SEMILOGÍA		SEM-632	VI		3	78 U.C Aprobadas	
Tipo de Asignatura:	OBLIGATORIA	DENSIDAD HORARIA					
		Presencial			Semi presencial		THS/SEM
		H.T.	H.P/H.L	H.A	H.V	H.P	3/48
Escuela:	COMUNICACIÓN SOCIAL	3	0	0	29	19	
DATOS BÁSICOS DEPARTAMENTO/S RESPONSABLE/S					ELABORADO POR:		
DEPARTAMENTO/S:		FUNDAMENTACIÓN			Msc. Josgreny Padilla		
DATOS BÁSICOS DE LA AUTORIZACIÓN							
FECHA DE VIGENCIA		REVISADO POR DECANATO		AUTORIZADO POR VICE RECTORADO ACADÉMICO			
MARZO, 2017		(FIRMA Y SELLO)		(FIRMA Y SELLO)			

FUNDAMENTACIÓN

La Semiología como disciplina lingüística está enfocada del seno de la sociedad, por lo que ofrece una serie de mecanismo y estrategias de decodificación t desmontaje de un discurso determinado.

Su estudio proporciona una orientación metodológica y teórico a la hora de elaborar métodos de análisis del proceso comunicativo dentro de los diferentes aspectos de la sociedad postmoderna.

El programa está compuesto por cuatro (04) Unidades temáticas:

Unidad I: Significación, Forma y Sustancia del Signo

Unidad II: La Semiología y sus Funciones Lógicas y Estéticas

Unidad III: La Semiología en la Publicidad

Unidad IV: Semiología Social

Unidad V: La Imagen y su Influencia Semiológica

El docente utilizará las siguientes estrategias de enseñanzas:

- Discusión Grupal.
- Estudio Dirigido.
- Exposiciones.
- Estudios de casos.
- Conferencias.
- Foros.
- Seminarios.

Así mismo se podría utilizar las estrategias de estudios:

- Consulta bibliográfica.
- Lectura dirigida.
- Trabajos en equipos e individuales.
- Análisis y síntesis de material escrito.
- Establecer relaciones y comparaciones.
- Elaborar esquemas y resúmenes.

OBJETIVO GENERAL DE LA ASIGNATURA

Lograr el manejo de herramientas básicas de decodificación de los signos; los cuales permitirán un análisis de todo acto, proceso, gesto e imagen con especial significación dentro de nuestra sociedad.

UNIDAD I		OBJETIVO TERMINAL	
SIGNIFICACIÓN, FORMA Y SUSTANCIA DEL SIGNO		ANALIZAR LA IMPORTANCIA QUE TIENE LA SEMIOLOGÍA PARA LA COMUNICACIÓN.	
DURACION			
3 SEMANAS			
EVALUACION			
15 %			
OBJETIVOS ESPECIFICOS	CONTENIDO	ESTRATEGIAS DE INSTRUCCION	
1. Definir Semiología, sus criterios y concepción. 2. Establecer nociones claras sobre la Semiología como método de análisis y lectura de la realidad. 3. Analizar signo, significación, denotación, connotación y código, en el proceso comunicativo, tomando en cuenta la estructura de un mensaje. 4. Distinguir las diferentes maneras de significación de un mensaje a través de su forma y sustancia del signo. 5. Diferenciar los modos de comunicación que operan dentro de un mensaje. 6. Analizar el trasfondo ideológico que tiene un texto determinado.	• Definición de Semiología, criterio y concepción. • Signo, significación, sintagma, paradigma, denotación, connotación, códigos: Lógicos objetivos, estéticos subjetivos, y hermenéuticos. • Modos de comunicación • División metodológica del texto. • Segmentación del texto en secuencias.	Presencial • Revisión bibliográfica. • Discusión estructurada. • Exposición didáctica. • Realización de ejercicio y talleres para reforzar conocimientos	
		Semi-Presencial • Interacción en el aula virtual • Exposiciones modalidad video. • Materiales didácticos multimedia	
ESTRATEGIAS DE EVALUACION:			
Presencial		Semi-Presencial	
• Talleres. • Ejercicios prácticos. • Trabajos escritos.		• Cuestionario en línea • Foros de discusión en línea. • Subida de archivos en el aula virtual • Examen Presencial • Wiki • Videos • Skype • Blogs	

UNIDAD II		OBJETIVO TERMINAL	
LA SEMIOLOGIA Y SUS FUNCIONES LÓGICAS Y ESTÉTICAS		DESARROLLAR TEXTOS COMUNICACIONALES QUE DETERMINEN LAS FUNCIONES DE LOS CÓDIGOS LÓGICOS Y LA RELACIÓN DEL HOMBRE CON EL MUNDO.	
DURACION			
3 SEMANAS			
EVALUACION			
15 %			
OBJETIVOS ESPECIFICOS	CONTENIDO	ESTRATEGIAS DE INSTRUCCION	
1. Reconocer las funciones que cumplen los códigos lógicos en nuestra sociedad. 2. Diferenciar los tipos y características de los medios de masas. 3. Clasificar en los mensajes estructurados los códigos paralingüísticos, proxémicos epistemológicos, estéticos y sociales. 4. Desarrollar a través de ejemplos de la vida real, textos comunicacionales determinado las funciones de los códigos lógicos y códigos auxiliares de la lengua articulada.	Funciones y Medios: • La función referencial, emotiva, conativa o inductiva, poética o estética, fática, metalingüística. Sentido e infomación, atención y participación. • Los medios de masas. Códigos. Tipos. Funciones. • Los Códigos Paralingüísticos: • Relevo del Lenguaje. • Códigos Proxémicos. • Códigos Epistemológicos: Científico, Pensamiento Salvaje, Los Manticas. • Códigos Estéticos: Arte y Literatura, temática, simbólico, la morfología del relato. • Códigos Sociales: Los Signos, los signos de cortesía, protocolos, modales, juegos. • El discurso cinematográfico. • Estructura y Estilo.	Presencial • Revisión bibliográfica. • Discusión estructurada. • Exposición didáctica. • Realización de ejercicio y talleres para reforzar conocimientos	
		Semi-Presencial • Interacción en el aula virtual • Exposiciones modalidad video. • Materiales didácticos multimedia	
ESTRATEGIAS DE EVALUACION:			
Presencial		Semi-Presencial	
• Trabajos escritos. • Prueba corta. • Taller.		• Cuestionario en línea • Foros de discusión en línea. • Subida de archivos en el aula virtual • Examen Presencial • Wiki • Videos • Skype • Blogs	

UNIDAD III		OBJETIVO TERMINAL	
LA SEMIOLOGIA EN LA PUBLICIDAD		ANALIZAR SEMIOLÓGICAMENTE LA PUBLICIDAD, TOMANDO EN CUENTA LOS PROCESOS DE COMUNICACIÓN Y SU INFLUENCIA EN LAS MASAS.	
DURACION			
4 SEMANAS			
EVALUACION			
30 %			
OBJETIVOS ESPECIFICOS	CONTENIDO	ESTRATEGIAS DE INSTRUCCION	
1. Señalar las características de la imagen publicitaria. 2. Describir las funciones de la publicidad, así como sus distintas manifestaciones a nivel práctico y humanístico. 3. Analizar semiológicamente el comportamiento del comics y sus funciones.	- La imagen publicitaria. - Retórica e imagen publicitaria. - La función retórica. - Principios de clasificación de las figuras. - Inventario en la imagen publicitaria. - Figuras de supresión y sustitución. - Las figuras a nivel de los conjuntos de anuncios. - Semiología del dibujo humanístico. - Lo literal y lo simbólico. - Lo dibujado y lo escrito. - Las funciones narrativas. - Los signos de redundancia. - Lo físico y lo mental. - El comportamiento del comics y sus funciones.	Presencial - Revisión bibliográfica. - Discusión estructurada. - Estudios de casos.	
		Semi-Presencial - Interacción en el aula virtual - Exposiciones modalidad video. - Materiales didácticos multimedia	
ESTRATEGIAS DE EVALUACION:			
Presencial		Semi-Presencial	
- Trabajos escritos. - Trabajo individual - Exposiciones. - Exposiciones orales		- Cuestionario en línea - Foros de discusión en línea. - Subida de archivos en el aula virtual - Examen Presencial - Wiki - Videos - Skype - Blogs	

UNIDAD IV		OBJETIVO TERMINAL	
SEMIOLÓGÍA SOCIAL		ANALIZAR A TRAVÉS DE MECANISMOS SEMIOLÓGICOS CÓMO LA IDEOLOGÍA SURGE DE LAS PRÁCTICAS SIGNIFICANTES DEL HOMBRE Y SU ENTORNO SOCIAL.	
DURACION			
3 SEMANAS			
EVALUACION			
20%			
OBJETIVOS ESPECIFICOS	CONTENIDO	ESTRATEGIAS DE INSTRUCCION	
1. Analizar los mitos como parte del estudio semiológico social del hombre. 2. Estudiar la teoría de los mitos de Levy Strauss y su relación con los procesos comunicacionales. 3. Analizar la función ideológica de los medios comunicacionales. 4. Relacionar la producción simbólica de las nuevas tecnologías con la aparición de nuevos mitos o realidades.	• La mitología del mundo contemporáneo según Barthes. • La teoría de los mitos según Levy Strauss. • La función ideológica. • Producción simbólica.	Presencial • Revisión bibliográfica. • Discusión estructurada. • Estudios de casos.	
		Semi-Presencial • Interacción en el aula virtual • Exposiciones modalidad video. • Materiales didácticos multimedia	
ESTRATEGIAS DE EVALUACION:			
Presencial		Semi-Presencial	
• Prueba escrita. • Talleres teóricos – prácticos • Trabajos de Investigación.		• Cuestionario en línea • Foros de discusión en línea. • Subida de archivos en el aula virtual • Examen Presencial • Wiki • Videos • Skype • Blogs	

UNIDAD V		OBJETIVO TERMINAL	
LA IMAGEN Y SU INFLUENCIA SEMIOLÓGICA		ANALIZAR LOS FENÓMENOS DE LA IMAGEN COMO VEHÍCULOS DE MAYOR INFLUENCIA EN LOS PROCESOS COMUNICACIONALES DE LA ACTUAL SOCIEDAD.	
DURACION			
3 SEMANAS			
EVALUACION			
20%			
OBJETIVOS ESPECIFICOS	CONTENIDO	ESTRATEGIAS DE INSTRUCCION	
1. Describir las características semiológicas del discurso icónico. 2. Analizar los diferentes mecanismos de percepción de la imagen. 3. Analizar los métodos de construcción del discurso icónico. 4. Aplicar los métodos de estudio a las diferentes imágenes existentes en el plano social.	• Discurso icónico • Mecanismos de percepción. • Métodos de construcción del discurso icónico. • Métodos de estudio de la imagen.	Presencial • Revisión bibliográfica. • Discusión estructurada. • Estudios de casos.	
		Semi-Presencial • Interacción en el aula virtual • Exposiciones modalidad video. • Materiales didácticos multimedia	
ESTRATEGIAS DE EVALUACION:			
Presencial		Semi-Presencial	
• Prueba escrita. • Talleres Teóricos – Prácticos. • Discusión dirigida.		• Cuestionario en línea • Foros de discusión en línea. • Subida de archivos en el aula virtual • Examen Presencial • Wiki • Videos • Skype • Blogs	

BIBLIOGRAFÍA

Barthes, Roland. **Mitologías**. Editorial Biblioteca Nueva. Madrid 2012.

Barthes, Roland. **Lo obvio y lo obtuso, imágenes, gestos y voces**. Editorial Paidós Ibérica. 2009.

García Pérez, Manuel. **Semiótica de la descripción en Publicidad, Cine y Comics**. Editorial Universidad de Murcia. España. 2006

Munin G. **Introducción a la Semiología**. Editorial Anagrade. Barcelona. 2001

Eco Humberto. **La Estructura Ausente**. Editorial Lumen. Barcelona. 2001

REFERENCIAS ELECTRÓNICAS

<http://www.uv.es/~japastor/mitos/b2-5.htm>

http://www.portalcomunicacion.com/uploads/pdf/18_esp.pdf

<http://es.slideshare.net/paulagpalacio/quiraud-pierre-la-semiologia-scan>

<http://eliseoveron.com/archivos/tag/semiologia/>