



FACULTAD DE PERIODISMO Y COMUNICACIÓN SOCIAL

INTRODUCCIÓN A LOS ESTUDIOS DEL LENGUAJE Y LOS DISCURSOS

Año 2024

TRABAJO FINAL -Teóricos (promoción sin examen final)

Fecha de entrega: martes 24 y jueves 27 de junio

APELLIDO	NOMBRE	LEGAJO	COMISIÓN	E-mail

Resolver una consigna (a o b) de cada uno de los contenidos que a continuación se presentan. Ejemplificar a partir del caso estudiado.

1. Introducción al lenguaje y los sistemas de significación/Pragmática

- a. ¿Por qué los estudios del discurso se ubican en el paradigma que privilegia la **función comunicativa del lenguaje**? Desarrollar y justificar teóricamente.
- b. Definir, identificar y explicar tres **mecanismos inferenciales** que resultan relevantes en la reconstrucción del sentido del caso estudiado.

2. Géneros discursivos/Enunciación

- a. Desarrollar la **noción de género**, según Bajtin, y explicar la diferencia entre género primario y género secundario a partir de un ejemplo propuesto de cada uno. Determinar de qué modo, en los ejemplos elegidos, los enunciados reflejan las condiciones específicas y el objeto de cada una de las esferas a través de su contenido (temático), su estilo verbal (selección de léxico) y su composición.
- b. Explicar por qué Ducrot cuestiona y quiere desplazar la teoría de la unicidad del sujeto hablante. Desarrollar y fundamentar a partir de los textos del corpus seleccionado.

3. Discurso social

- a. Seleccionar y explicar tres componentes de la **hegemonía discursiva** que tienen fuerza interpretativa en el caso estudiado.

b. Explicar la teoría a la que corresponde lo detallado en el siguiente fragmento y ejemplificar a partir del caso estudiado.

El valor, el precio, de las producciones lingüísticas dependen de las leyes de cada mercado en particular que están formadas en la interacción social. Es la estructura social del mercado lingüístico lo que da valor a la producción de discursos, codificando de ese modo el capital lingüístico, social y culturalmente. Por ello, el discurso tiene aceptabilidad a partir de esas leyes particulares conformadas en el campo de interacción de mercado lingüístico, y lleva la marca social, poder y valor, de la situación en la cual ha sido producido.

Son los grupos de poder establecidos en un campo social los que deciden acciones que construyen el modo en que se articula y ejerce el poder simbólico del valor de una formación discursiva dentro de un mercado.

4. Discurso de la información

a. ¿Cuáles son las **condiciones situacionales y enunciativas** predominantes en el discurso estudiado?

b. Explicar y fundamentar cuál puede ser la relación entre los **saberes de conocimiento, los saberes de creencias y los efectos de verdad** en los discursos estudiados?

Pautas para la elaboración del trabajo

- Prestar atención a la manera de comunicar por escrito el análisis: expresión clara de los conceptos y de su articulación con los ejemplos, redacción gramaticalmente correcta (sin abreviaturas ni signos personales), revisión cuidadosa de la ortografía.
- En el caso de la conceptualización de aspectos relativos al análisis, producir un texto que demuestre la apropiación de los conceptos y su articulación con los discursos del corpus, es decir, evitar la mera acumulación de citas o la simple paráfrasis de lo expresado por los/las autores/as de la bibliografía.
- Entregar un único ejemplar en el que consten los nombres, apellidos y legajos de los/las participantes del grupo.
- Extensión: 4 carillas. Fuente: Times New Roman 12. Interlineado 1.5.
- Para resolver el trabajo es necesaria la lectura de la siguiente bibliografía:

Bibliografía obligatoria

ANGENOT, M. (2010). *El discurso social. Los límites históricos de lo pensable y lo decible*. Buenos Aires: Siglo XXI. Capítulos 1 y 2, pp. 20-49 y 51-59.

BAJTIN, M. [1985 (1976)]. “El problema de los géneros discursivos”. En: *Estética de la creación verbal*. México: Siglo XXI (pp. 248-293).

BENVENISTE, E. (1971). “El aparato formal de la enunciación”. En: BENVENISTE, E. (1971). *Problemas de Lingüística General*. Tomo I, México, Siglo XXI.

BONNIN, J. En: <http://www.felsemiotica.org/site/wp-content/uploads/2014/10/Bonnin-Juan-Eduardo-An%C3%A1lisis-del-discurso.pdf>

BOURDIEU, P. (2002). “El mercado lingüístico”. En: *Sociología y cultura*. México: Grijalbo (pp. 143-158).

CHARAUDEAU, P. (2003). *El discurso de la información. La construcción del espejo social*. Barcelona: Gedisa. Introducción, Capítulos 1 y 2, (pp.11-33, 37-48 y 49-66).

DEL MANZO, B.; MARTÍNEZ, M. S. y SERVERA, R. (2016) Capítulo 1 “Aproximaciones a los estudios del discurso: perspectivas teóricas-analíticas”. En: VALENTINO, A. y FINO, C. (Comp.) (2016). *La información como discurso. Recorridos teóricos y pistas analíticas*. Editorial de la Universidad Nacional de La Plata (EDULP), Serie Libros de Cátedra, (pp. 13-31).

DUCROT, O. (1984). “La noción de sujeto hablante”. En: *El decir y lo dicho*. Bs. As.: Paidós. Lingüística General II, México: Siglo XXI.

PARRET, H. (1995) “Las teorías y sus ideologías esenciales”. En: PARRET y DUCROT, *Teorías lingüísticas y enunciación*. Publicación de la UBA.

PÉREZ CORDÓN, C. (2008). “Un sencillo acercamiento a la pragmática”. *RedELE* 5 (14).