



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).