



ANÁLISIS SEMIOLINGÜÍSTICO DEL DISCURSO

CONSTRUCCIÓN SICO-SOCIO-
SEMIÓTICA DEL SENTIDO



SUJETO "SICO-SOCIO-SEMIÓTICO"



PROCESO DE SEMIOTIZACIÓN DEL MUNDO

DIFERENTES DIMENSIONES DEL LENGUAJE

```
graph TD; A[DIFERENTES DIMENSIONES DEL LENGUAJE] --> B(COGNITIVA); A --> C(SOCIAL Y SICO-SOCIAL); A --> D(SEMIÓTICA); B --> E[Percepción del mundo y categorización del mismo]; C --> F[Valor de intercambio de los signos y valor de Influencia de los hechos del lenguaje]; D --> G[Relación entre la construcción del sentido y la construcción de las formas];
```

COGNITIVA

**Percepción del mundo
y categorización del
mismo**

**SOCIAL Y
SICO-SOCIAL**

**Valor de intercambio de
los signos y valor de
Influencia de los hechos
del lenguaje**

SEMIÓTICA

**Relación entre la
construcción del
sentido y la
construcción de
las formas**

PERSPECTIVA SEMIOLINGÜÍSTICA

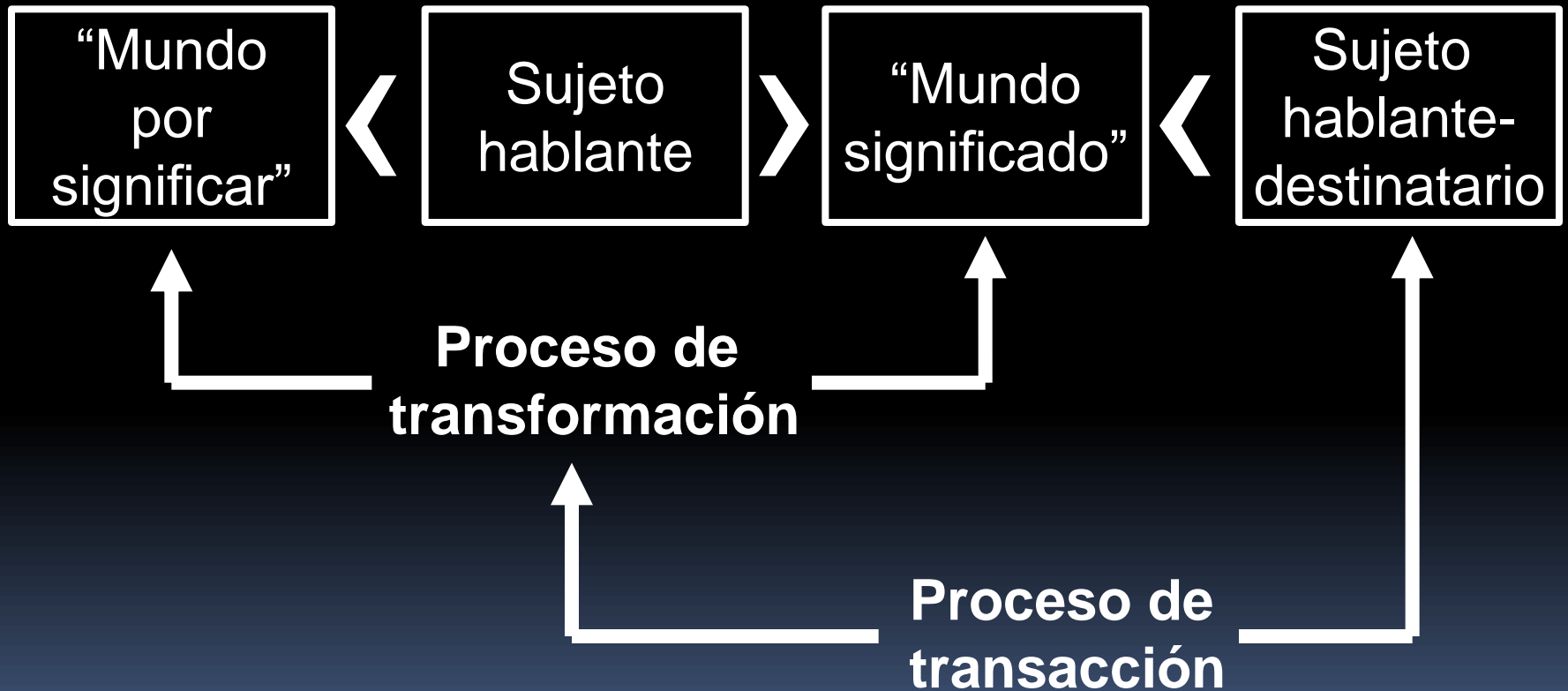
SEMIO

Construcción y configuración del sentido a través de una relación entre una forma y un sentido, bajo la responsabilidad de un sujeto que actúa intencionalmente en un marco de acción y con un proyecto de influencia social.

LINGÜÍSTICA

La forma utilizada está esencialmente constituida por una lengua natural que impone un procedimiento de semiotización del mundo diferente del de otros lenguajes. Tal forma se caracteriza por una particular combinación de los diferentes niveles de las unidades sintagmático-paradigmáticas (palabra, frase, texto)

EL DOBLE PROCESO DE SEMIOTIZACIÓN DEL MUNDO



TIPOS DE OPERACIONES DEL PROCESO DE TRANSFORMACIÓN

```
graph TD; Root[TIPOS DE OPERACIONES DEL PROCESO DE TRANSFORMACIÓN] --- I[IDENTIFICACIÓN]; Root --- C[CALIFICACIÓN]; Root --- A[ACCIÓN]; Root --- CA[CAUSACIÓN];
```

IDENTIFICACIÓN

Reconocimiento de los seres materiales para poder hablar de ellos, hasta llegar a transformarlos en «identidades nominales».

CALIFICACIÓN

Propiedades y características de los seres del mundo, los cuales son transformados en «identidades descriptivas».

ACCIÓN

Los seres del mundo actúan o se les hace actuar en esquemas de acción que los transforman en «identidades narrativas».

CAUSACIÓN

La sucesión de los hechos del mundo es transformada [explicada] en «relaciones de causalidad».

PRINCIPIOS DEL PROCESO DE TRANSACCIÓN

```
graph TD; A[PRINCIPIOS DEL PROCESO DE TRANSACCIÓN] --- B[ALTERIDAD]; A --- C[PERTINENCIA]; A --- D[INFLUENCIA]; A --- E[REGULACIÓN];
```

ALTERIDAD

PERTINENCIA

INFLUENCIA

REGULACIÓN

PRINCIPIO DE ALTERIDAD

Todo acto de lenguaje es un fenómeno de intercambio entre dos interlocutores que son semejantes y diferentes y tienen, además, **universos de referencia** (saberes compartidos) y **finalidades** (motivaciones) comunes.

Cada uno de ellos tiene un rol diferente:

**Emitir-producir el
Acto de lenguaje
(sujeto comunicante)**

**Recibir-interpretar
el mismo acto
(sujeto interpretante)**

PRINCIPIO DE PERTINENCIA

Los interlocutores del acto de lenguaje deben estar en capacidad de reconocer los universos de referencia de la transacción lingüística y deben poder compartir los saberes contenidos en el acto de lenguaje en cuestión.

Es decir, los actos de lenguaje deben ser apropiados a su contexto y a su finalidad.

Aspecto contractual del dispositivo “socio-semiótico

PRINCIPIO DE INFLUENCIA

Todo sujeto que produce un acto de lenguaje pretende llegar a su interlocutor para hacerlo actuar, para conmoverlo, para orientar su pensamiento...

A su vez, el sujeto que recibe-interpreta ese acto de lenguaje sabe que él mismo es objeto de influencia.

Esa finalidad intencional está en relación directa con las circunstancias en que dicho acto se realiza y con el dispositivo “socio-semiótico”.

PRINCIPIO DE REGULACIÓN

Los interlocutores saben (consciente o inconscientemente) que a toda intención de **influencia** puede oponérsele una contra-influencia. Los interlocutores regulan este juego de influencias para evitar que el intercambio se rompa o termine en enfrentamiento.

Por eso, utilizan estrategias que aseguren una mínima inter-comprensión, sin la cual no habría puntos de intercambio.

EL DOBLE PROCESO DE SEMIOTIZACIÓN DEL MUNDO



ESPACIOS DE ESTRUCTURACIÓN DE LOS ACTOS DE LENGUAJE

A white line starts from the bottom center of the main title and branches out to the top corners of two rectangular boxes below. The left box has a black background and white text, while the right box has a white background and black text.

Espacio de obligaciones

Circunstancias mínimas que hay que satisfacer para que el acto de lenguaje sea válido.

Espacio de estrategias

Posibles escogencias que los sujetos pueden hacer en la puesta en escena del acto de lenguaje.

ESTRUCTURACIÓN DE LOS ACTOS DE LENGUAJE

```
graph TD; A[ESTRUCTURACIÓN DE LOS ACTOS DE LENGUAJE] --- B[NIVEL SITUACIONAL]; A --- C[NIVEL COMUNICACIONAL]; A --- D[NIVEL DISCURSIVO]
```

**NIVEL
SITUACIONAL**

**NIVEL
COMUNI-
CACIONAL**

**NIVEL
DISCURSIVO**

EL NIVEL SITUACIONAL

Este nivel está relacionado con los elementos del espacio externo y constituye el espacio de las obligaciones del acto de lenguaje. En él son determinados los siguientes aspectos:

La finalidad del acto de lenguaje:
¿Para que hablamos?

La identidad de los interlocutores del intercambio lingüístico:
¿Quién le habla a quién?

El campo de saber inherente al objeto del intercambio:
¿Con respecto a qué?

El dispositivo de las circunstancias materiales del intercambio:
¿En qué marco físico espacial y temporal?

EL NIVEL COMUNICACIONAL

Este nivel se refiere a los siguientes aspectos:

Los modos de hablar o escribir:
¿De qué manera debo hablar o escribir?

Los roles discursivos de los interlocutores:
¿Qué rol debo desempeñar como comunicante o como interpretante?

Justificación del derecho a la palabra:
¿Por qué yo estoy hablando de ese tema?

El nivel discursivo

Este nivel tiene que ver con la intervención del sujeto hablante, el cual para producir un texto debe convertirse en sujeto enunciante que realiza una serie de actos de naturaleza discursiva en condiciones de:

Legitimidad
(Principio de alteridad)

Credibilidad
(Principio de pertinencia).

Captación
(Principios de influencia y de Regulación)

LA PRODUCCIÓN DE UN TEXTO

(ORAL O ESCRITO)

sólo será posible con la ayuda de materiales semióticos y, por ende, lingüísticos (categorías lingüísticas y modos de organización discursiva), siempre dentro del marco de las coerciones situacionales y comunicacionales, y en función del respectivo proyecto discursivo.

EL MARCO METODOLÓGICO DEL ANÁLISIS SEMIOLINGÜÍSTICO DEL DISCURSO

Según lo expresado por el mismo Patrick Charaudeau, “el análisis del discurso no es experimental, sino empírico-deductivo. Esto quiere decir que el analista parte de un material empírico, el lenguaje, que ya está configurado en cierta sustancia semiológica (verbal), que es esa configuración que él percibe y puede manipular para determinar, a través de la observación de las compatibilidades e incompatibilidades del infinito posible de combinaciones, cortes formales, al mismo tiempo que determina las categorías conceptuales correspondientes”.

OBJETIVO DEL ANÁLISIS SEMIOLINGÜÍSTICO DEL DISCURSO

“El objetivo de nuestro análisis del discurso consiste en identificar las características de los comportamientos ‘langagiers’ (el «cómo decir») en función de las *condiciones* sico-sociales que los constriñen según los tipos de situación de intercambio («contrato»).

(P. Charaudeau, 1995)

ASPECTOS CENTRALES EN EL ANÁLISIS SEMIOLINGÜÍSTICO DEL DISCURSO

El contrato de comunicación
“Ritual sociolingüístico”
que precede la producción
interpretación de cualquier
acto de lenguaje.

Un corpus de textos
“Producciones que
supuestamente
pertenecen al mismo
tipo de situación”.

**Las constantes
y diferencias**
que se encuentran
en los textos
analizados.

**Las características
del género** al cual
pertenecen los
textos seleccionados
para el análisis.

**Las variantes del
género** (tipología)

**Las estrategias
generales y
particulares**
encontradas
en esos textos.

BIBLIOGRAFIA

1. CHARAUDEAU, P., 1983. *Langage et discours – Éléments de sémiolinguistique*, Paris, Hachette.
2. CHARAUDEAU, P., dir., 1984a. *Aspects du discours radiophonique*, Paris, Didier Erudition.
3. CHARAUDEAU, P., dir., 1984b. «L'interlocution comme interaction de stratégies discursives», *Verbum* VII, 2-3, Nancy, 1984.
4. CHARAUDEAU, P., dir., 1988a. *La presse écrite*, Coll. Langages, discours et sociétés, Paris, Didier Erudition.
5. CHARAUDEAU, P., 1988b. «Une théorie des sujets du langage», in *Modèles linguistiques*, T.X. Fasc.2, Lille, 1988.
6. CHARAUDEAU, P., 1989a. «Le dispositif socio-communicatif des échanges langagiers», in *Verbum*, tome XII, Fasc.1, revue de l'Université de Nancy II.
7. CHARAUDEAU, P., 1989b. «La conversation entre le situationnel et le linguistique», in *Connexions* n° 53, ARIP-ERES.
8. CHARAUDEAU, P., 1991. «Contrats de communications et ritualisations des débats télévisés», in *La télévision. Les débats culturels. «Apostrophes»*, collection Langages, discours et sociétés, Paris, Didier Erudition.
9. CHARAUDEAU, P., 1992. *Grammaire du sens et de l'expression*, Paris, Hachette.
10. CHARAUDEAU, P., 1993a. «Des conditions de la mise en scène du langage», in *L'esprit de société*, Bruxelles, Mardaga.
11. CHARAUDEAU, P., 1993b. «Le contrat de communication dans la situation de classe», in *Inter-actions*, Halté J.F éd., Université de Metz.
12. CHARAUDEAU, P., 1993c. «L'analyse de discours de situation d'interlocution `propos de débats mécaniques», in *Revue de Psychologie française*, tome 38-2, Paris, Dunod, 1993.
13. CHARAUDEAU, P., 1994a. «Catégories de langue, catégories de discours et contrat de communication», in *Parcours linguistiques de discours spécialisés*, Berne, Peter Lang.
14. CHARAUDEAU, P., 1994b. «Le discours publicitaire, genre discursif», in revue *Mscope* n° 8, CRDP de Versailles, septembre, 1994.
15. CHARAUDEAU, P., 1994c. «Le contrat de communication de l'information médiatique», revue *Le français dans le monde*, numéro spécial, juillet.
16. CHARAUDEAU, P., 1994d. «Les conditions de compréhension du sens de discours», in *Langage en FLE. Texte et compréhension*, *Revue Ici et Là*, Madrid, ADEF.