**Discursividad y economía: una aproximación desde la polifonía y la argumentación a la construcción discursiva del valor en los mercados**

**Seminario de Maestría**

Profesor: Mg. Manuel Libenson

Manuel.libenson@gmail.com

**Presentación**

Este seminario busca poner de manifiesto la inherencia de la dimensión circulatoria del sentido en la constitución del valor económico en distintos tipos de mercado (productos y servicios, divisas y capitales). Una perspectiva como esta se pregunta por los modos en que se interrelaciona la configuración de ciertas plasmaciones enunciativas (i.e., rumores, noticias, previsiones de “garúes”, balances, informes, anuncios) con lógicas específicas de intercambio económico. Esta aproximación no solo busca revelar las propiedades polifónico-argumentativas y modales de aquellas discursividades que inciden en la construcción de sentidos de los valores económicos y de las perspectivas subjetivas de expendio y dispendio que quedan configuradas, sino que además busca dar cuenta del rol que juegan los procesos de mediatización de los discursos sociales en la constitución de efectos vinculares. Dicho en otros términos, la aproximación que propone este seminario a la discursividad económica será por medio de lecturas críticas que arrojen luz respecto de las relaciones que pueden establecerse entre ciertas cualidades de la discursividad (semánticas pero también aquellas vinculadas con la circulación social de estos discursos) y la configuración de perspectivas (ideológicas) frente al intercambio, íntimamente ligadas a la producción del valor económico.

**Objetivo general de aprendizaje**

El objetivo principal de este seminario es proponer una aproximación desde los estudios del lenguaje a un campo central de desempeño social: el intercambio de valores.

En otras palabras, este curso procura desarrollar críticamente enlaces teórico-epistemológicos entre el campo de la discursividad y el de la economía con el fin de construir una modelización capaz de explicar y describir la centralidad de la dimensión discursiva en el marco de una teoría sobre la constitución del valor y del mercado.

El planteo de este objetivo inscribe de antemano una polémica directa con aquellas teorías que, tanto desde la economía política como financiera, han construido teorizaciones sobre el valor. La polémica que se desarrollará consiste en mostrar que el valor no puede ser explicado solamente por sus condiciones de producción, al modo de la economía política clásica (Marx, Smith), pero tampoco desde enfoques que ven al valor simplemente como el producto de un comportamiento en reconocimiento, es decir, como determinado exclusivamente por el sistema psíquico de las actores sociales (Condilliac). En este último caso, el modo en que operaría esta determinación en la atribución de valor ha enfrentado teorías económicas actuales que, incluso, son las que se han disputado los premios Nobel de economía en los años recientes: por un lado, el paradigma de las expectativas racionales y de los mercados eficientes, que ven el valor como el producto de una evaluación racional objetiva de variables económicas (Fama, 1991; 1998) y, por el otro, las “behavioural economics” (Kahneman, 1982; Shiller, 2000; Schindler, 2007) que intentan realizar una teoría del comportamiento del actor económico a partir de añadir factores psicológicos desde teorías más o menos rudimentarias, en general de corte conductista o cognitivista. Aunque todas estas teorías asumen que el actor social evalúa de un modo u otro “informaciones” disponibles en el mercado a la hora de asignar valor, ninguna de ellas se apoya en una teoría sobre el funcionamiento de la discursividad social, capaz de explicar efectivamente cómo en las instancias circulatorias del sentido se constituyen las operaciones de diferenciación y jerarquización no solo de los objetos intercambiados sino también de las perspectivas subjetivas de ahorro y dispendio que todo intercambio económico supone. Este será precisamente el cometido de este seminario de maestría.

**Modalidad de trabajo y características de la cursada**

Se propone un seminario de 32 horas, distribuido en 8 clases de 4 horas de duración. La dinámica del seminario se estructura sobre la base de tres tipos de actividades: lectura y discusión crítica de los textos, exposiciones orales por parte de los estudiantes y clases expositivas a cargo del docente. Para aprobar el seminario, los estudiantes deberán realizar una presentación oral grupal de 20 minutos y un trabajo monográfico individual de aproximadamente 10 páginas sobre alguno de los temas tratados en el programa. Los maestrandos contarán con tres meses para entregar el trabajo una vez terminado el seminario.

**Programa**

**Unidad 1**

**Fundamentos interdisciplinarios para el estudio de las relaciones entre discursividad y economía**

El valor en economía política: el valor-trabajo versus el valor-deseo. Los dos factores de la mercancía: valor de cambio y valor de uso. Las teorías racionalistas y behaviouristas del valor en el ámbito de las finanzas. El pensamiento narrativo-argumentativo de la economía. El problema del valor-signo. El semiocapitalismo: el valor como simulación semiótica. El valor simbólico de Bourdieu: el retorno de la economía al plano simbólico. La economía como intercambio. La naturaleza metaargumentativa de los juicios de asignación de valor. Planteo de una modelización de los discursos de la economía.

**Bibliografía**

Baudrillard, J. ([1970] 2009). *La sociedad de consumo. Sus mitos, sus estructuras*, Madrid: Siglo XXI de España.

Berardi, F. (2011). Semiocapitalismo y totalitarismo mediático (el caso italiano), *Designis*, 17.

Bourdieu, P. (2007). *El sentido práctico*, Buenos Aires: Siglo XXI Editores.

Caro, A. (2011). Semiocapitalismo, marca y publicidad. Una visión de conjunto. *Pensar la Publicidad*, 5, (2), 159-180.

Caro, A. y Scolari, C. (2011). “Presentación”. En. Caro. A. y Scolari, C. (coords.) (2011). *Estrategias Globales: Publicidad, marcas y semiocapitalismo*, *Designis*, 17, 7-15.

Fabbri, P. (1995): “La pasión de los valores” en Tácticas de los signos (trad. cast.), Gedisa, Barcelona.

Goux, J.J. (2011). El precio de las cosas frívolas, *deSignis,* 17*.*

Libenson, M. (2016). *El rumor en la práctica bursátil: una perspectiva polifónico-argumentativa para el análisis discursivo de subjetividades especulativas en el mercado de capitales*. Tesis de Doctorado en Lingüística. Facultad de Filosofía y Letras. Universidad de Buenos Aires.

Libenson, M., Traversa, O., Ramos, S. (2014). “El “valor simbólico” como obstáculo epistemológico para el estudio de la relación entre discursividad y economía en el arte. En (S.A) *Actas del IX Congreso Argentino y IV Congreso Internacional de Semiótica de la Asociación Argentina de Semiótica : derivas de la semiótica. teorías, metodologías e interdisciplinaridades*. Mendoza: Mirada Semiológica.

Marx, K. (1975) *El Capital. Tomo 1*. Buenos Aires: Fondo de cultura Económica.

Mauss, M. (2009). Ensayo sobre el don. Forma y función del intercambio en las sociedades arcaicas, Madrid: Katz Editores.

Orlean, A. (1999). L’ individue, le marché et l’opinion : réflexions sur le capitalisme financier, *Esprit*, 51-75 (Traducido al español por Inés Pousadela).

Schiller, R (2000). *Irrational Exuberance*, Princeton: Princeton University Press.

Smith, A ([1776] 1794). *Investigación sobre la naturaleza y causa de la riqueza de las naciones*, Valladolid: Oficina de la Viuda de Hijos de Santander.

**Unidad 2**

**Las aproximaciones desde el análisis del discurso al campo de la economía**

El lenguaje de la economía: las aproximaciones desde el Análisis Crítico del Discurso (ACD) y desde la retórica económica. La pertinencia del Enfoque Dialógico de la Argumentación y de la Polifonía Enunciativas (EDAPE) para la conceptualización y descripción de las subjetividades inherentes al discurso económico. La voz del SE en el discurso económico: la construcción de subjetividades colectivas en el plano del sentido. La dimensión discursiva de las subjetividades especulativas: el caso de los rumores bursátiles y financieros. Herramientas teórico-metodológicas para la construcción de una gramática argumentativa de la especulación.

**Bibliografía**

Anscombre, J-C. (2005). “On-Locuteur: une entité aux multiples visages”. En Bres, J. y otros (eds.), *Dialogisme et polyphonie*, 75-94, Paris: De Boeck Supérieur.

Cameron, D. (2005). “Communication and commodification: Global economic change in sociolinguistic perspective”. In Erreygers, G. & Jacobs, G. (eds.) (2005). *Language, communications and the economy*, 9-23, Amsterdam: John Benjamins Publishing Company.

Charteris-Black, J. & Musolff, M. (2003). ‘Battered Hero’ or ‘Innocent Victim’? A Comparative Study of Metaphors for Euro Trading in British and German Financial Reporting. *English for Specific Purposes* 22, (2),153-76.

Ducrot, O. (2004). “Sentido y argumentación”. En N. de Arnoux, E. y García Negroni, MM. (comps.) (2004). *Homenaje a Oswald Ducrot*, 359-370, Buenos Aires: Eudeba.

Fairclough, N. (1996). “Technologization of discourse”. In Caldas-Coulthard, C.R. et.at (eds.) (1996). *Text and practices. Readings on Critical Discourse Analysis*, 71-83, London: Routledge

García Negroni, MM., Libenson, M. y Montero, A. S. (2013). De la intención del sujeto hablante a la representación polifónica de la enunciación. Acerca de los límites de la noción de intención en la descripción del sentido, *Revista de Investigación Lingüística*, 16, 237-262.

Latour, B. y Lépinay, V. (2009): La *economía, ciencia de los intereses apasionados, Introducción a la obra de Gabriel Tarde*, Manantial: Buenos Aires.

McCloskey, D. N. (1983). The Rhetoric of Economics, *Journal of Economic Literature*, XXI, 481-571.

**Unidad 3. La dimensión circulatoria del sentido en la producción de valores**

El mercado como entramado discursivo y fenómeno circulatorio. Las problemática de las técnicas discursivas en la configuración del intercambio y de los valores intercambiados. La perspectiva de la sociología económica y financiera a la cuestión del valor: limitaciones y avances en la investigación. El valor como cadena semiótica: la matriz producción-circulación-reconocimiento en la constitución de los mercados: operaciones de diferenciación y jerarquización de valores, la construcción de colectivos de ahorro, expendio y dispendio y la proyección de valores de uso. Presentación de los conceptos de dispositivo y de metadiscurso intermediario como categorías de acceso a la dimensión circulatoria del valor.

**Bibliografía**

Ballou, D. P. & Pazer, H. L. (1995). Designing informations systems to optimize the accuracy-timelineness trade-off, *Information Systems Research*, 6, (1), 51-72.

Knorr Cetina, K. (2007). Economic Sociology and the Sociology of Finance. Four Distinctions, Two Developments, One Field?, *Economic sociology\_the european electronic Newsletter,* 8, (3), 4-10.

Oh, C. & Sheng, O. (2011). ‘Investigating Predictive Power of Stock Micro Blog Sentiment in Forecasting Future Stock Price Directional Movement’. En *Proceedings from the 32nd  International Conference on Information Systems* (ICIS), Shanghai, China.

Preda, A. (2006). Socio-Technical Agency in Financial Markets: The Case of the Stock Ticker, *Social Studies of Science*, 36, (5), 753- 782.

Ramos, S. (2010). “Estrategias argumentativas en un foro financiero sobre deuda pública durante el primer trimestre de 2009”, Ponencia presentada en Pentálogo II “Economia e Discursividades sociais”, CISECO, Japaratinga, Brasil.

Traversa, O. (2009). Dispositivo-enunciación: en torno a sus modos de articularse, *Revista Figuraciones*, (6).

Traversa, O. (2010). Acerca de un conjunto de propiedades de la discursividad mediática referida a la economía. Ponencia presentada en Pentálogo II “Economia e Discursividades sociais”, CISECO, Japaratinga, Brasil.

Verón, E. (1998). *La semiosis social,*Barcelona: Gedisa.