

Plan 224 Dip. en Educación Social

Asignatura 22114 MEDIOS DE COMUNICACION Y SOCIEDAD

Grupo 1

Presentación

Conocimiento normativo de la lengua oral y escrita. Utilización de la lengua en la prensa, radio y televisión. El lenguaje de la Publicidad. La acción comunicativa como categoría sociológica. Funciones sociales de los Medios de comunicación. La opinión pública y la socialización. Los medios de comunicación y los grupos de presión. La publicidad y consumo. Los medios de comunicación y la cultura de masas. (según Resolución de 11 de febrero de 1997, B.O.E. de 6 de marzo de 1997)

Programa Básico

LENGUA ESPAÑOLA

1. Medios de comunicación y educación: Los medios de comunicación y la socialización de los ciudadanos, Las consecuencias lingüísticas de la socialización en la sociedad democrática y el uso normativo del idioma y sus dificultades de aplicación en la norma estándar de difusión. Los libros de estilo.
2. El idioma en los medios de comunicación: La redacción periodística. Actitudes lingüísticas del periodista y su influencia en su lenguaje: géneros y estilos. Modalidades estilísticas de información, de opinión y de amenidad. Características lingüísticas del idioma en los periodismos escrito, radiofónico, televisado, cinematográfico y de la comunicación de datos y las autopistas de la información.
3. El lenguaje de la publicidad: Características generales de uso lingüístico, Principales rasgos lingüísticos, Relación entre el texto y la imagen, Funciones del lenguaje publicitario.

DEPARTAMENTO DE SOCIOLOGÍA Y TRABAJO SOCIAL

OBJETIVOS

- * Conocer los aspectos sociales que integran el lenguaje periodístico.
- * Comprensión y acercamiento a los cambios sociales que están provocando los medios de comunicación social.
- * Valorar las correspondencias entre los diferentes medios de comunicación y los comportamientos sociales.
- * Conocer la influencia de la publicidad en la sociedad.
- * Analizar desde un punto de vista crítico los mensajes difundidos por los medios de comunicación social.

CONTENIDO

- ° Sociología y medios de comunicación.
- ° Los medios de comunicación de masas.
- ° La comunicación social.
- ° Medios de comunicación y educación.
- ° Los medios de comunicación en la sociedad actual: De la aldea global a la galaxia internet.

Objetivos

Parte de Sociología

Objetivos:

1. Conocer la evolución histórica de los principales medios de comunicación y su utilidad en el marco de la Educación Social.
2. Determinar, desde la perspectiva de la sociología, la dimensión que corresponde a los medios de comunicación social.
3. Desarrollar actitudes positivas respecto de los medios de comunicación como elementos sociales de indiscutible transcendencia en todos los ámbitos de la vida.
4. Analizar críticamente casos concretos de la comunicación del entorno espacial y cultural, de ámbito provincial, regional, nacional o internacional.

Parte de Lengua

GENERALES:

- Conocer los rasgos diferenciales del lenguaje periodístico.

-
- Distinguir las modalidades estilísticas del lenguaje periodístico.
 - Valorar las correspondencias entre estilo, actitudes y géneros periodísticos.
 - Conocer las características del lenguaje del periodismo escrito, radiofónico, televisado y de comunicación de datos.
 - Conocer las características del lenguaje en la publicidad.
 - Despertar el hábito de una lectura crítica de los mensajes difundidos por los medios de comunicación.
 - Valorar el lenguaje como medio que va unido a la formación cívica de los ciudadanos, al ser herramienta imprescindible para el seguimiento de la actualidad y para saber expresar las propias opiniones en torno a esa actualidad.
 - Apreciar la gran influencia de los medios de comunicación en la conformación de la lengua.

ESPECÍFICOS

- Conocimientos (saber). Los alumnos debe ser capaz de conocer e identificar los recursos lingüísticos fonéticos, morfosintácticos, léxicos utilizados en los medios de comunicación y el papel que estos desempeñan en la comunicación social
- Habilidades (saber hacer) Esta asignatura en relación con el resto de las asignaturas componentes de este primer curso, se intenta que el alumno adquiera las habilidades necesarias que posibiliten poder realizar un análisis del lenguaje para reflexionar y comprender los recursos utilizados por los periodistas en los distintos medios de comunicación.
- Actitudes (saber ser) .Se pretende que los estudiantes desarrollen la capacidad crítica, y descubran el uso del lenguaje en los distintos medios de comunicación, que reflexionen sobre la influencia que tienen en la conformación de la lengua y sobre todo en la publicidad para reflexionar sobre los diferentes modos de manipulación

Programa de Teoría

Parte de Sociología

Contenidos:

- Desarrollo histórico. Tipología de los medios de comunicación.
- Principales teorías de la comunicación de masas.
- Funcionalidad de los medios de comunicación en la Educación Social.
- La influencia de los medios de comunicación.
- La libre circulación de la información y sus problemas.
- La publicidad en los medios de comunicación.

Parte de Lengua

BLOQUES TEMÁTICOS

BLOQUE TEMÁTICO I

LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y LA SOCIALIZACIÓN DE LOS CIUDADANOS

TEMA 1: Los medios de comunicación

TEMA 2: Los libros de estilo

BLOQUE TEMÁTICO II

EL IDIOMA EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

TEMA 3: Los géneros periodísticos

TEMA 4: La noticia

TEMA 5: Las agencias de noticias

TEMA 6: Los titulares

TEMA 7: La infografía

TEMA 8: Pautas para el comentario lingüístico de textos periodísticos

TEMA 9: El lenguaje radiofónico

TEMA 10: El lenguaje de televisivo y cinematográfico

TEMA 11: Las autopistas de la información

BLOQUE TEMÁTICO III

EL LENGUAJE DE LA PUBLICIDAD

TEMA 12: El lenguaje de la publicidad

TEMA 13: El mensaje publicitario

TEMA 14: La manipulación en la publicidad

Programa Práctico

Parte de Sociología Actividades: Elaboración de un trabajo en grupo relacionado con los medios de comunicación y/o con información de actualidad, utilizando distintos soportes para su exposición en clase. La parte práctica de la asignatura "Medios de comunicación y sociedad" consistirá en un trabajo en grupo relacionado tanto con la utilización de la tecnología básica de la comunicación de masas como con el impacto de determinadas noticias en la sociedad de masas. Los grupos, que serán aproximadamente de seis miembros, expondrán su trabajo al resto de la clase y contestarán a las preguntas que sus compañeros hagan, en torno al tema expuesto. El trabajo será evaluado globalmente para todo el grupo y complementará el resultado del ejercicio escrito que se realizará al término del cuatrimestre. Parte de Lengua Comentario de textos periodísticos. Elaboración de textos que respondan a las diferentes modalidades del trabajo en prensa. Comparación del tratamiento dado a determinados temas en diferentes medios de comunicación. Identificación en textos periodísticos de aquellos rasgos lingüísticos y estilísticos que deben ser tenidos en cuenta para su valoración como uso que se aleja o sigue la norma de la lengua. Análisis del lenguaje de los espacios informativos de los periodismos escrito, radiofónico, televisado y de comunicación de datos. Investigación del uso que del idioma se realiza en espacios de televisión sin carácter informativo. Análisis lingüístico de anuncios publicitarios. Comentario y exposición de algún tema de interés relacionado con la asignatura.

Evaluación

Parte de Sociología

Valoración del trabajo que, por grupos, irán exponiendo en clase a lo largo del cuatrimestre.
Prueba escrita sobre la adquisición de los conocimientos básicos desarrollados en la asignatura.

Parte de Lengua

- Examen : 50 %
- Evaluación continua: 30 %
- Trabajo práctico 20 %

· Criterios de evaluación y clasificación

La presencialidad será evaluada mediante una prueba sobre los temas del programa y en fecha establecida por la Escuela Universitaria. La prueba consistirá en contenidos teórico-prácticos de la asignatura. La puntuación máxima será de 10 puntos, (5 teóricos + 5 prácticos).

Se aplicará la evaluación continua mediante las actividades prácticas sobre los distintos temas del programa de la asignatura. Se tendrá en cuenta el interés y participación en las clases teórico-prácticas, la asistencia a las tutorías, la exposición estructurada de los contenidos, capacidad crítica, corrección lingüística oral y escrita.

La nota final será la suma de las puntuaciones obtenidas en los tres tipos de evaluación. En septiembre, el proceso de evaluación continuará como el establecido para todo el curso. Si durante el curso se supera una de las tres modalidades de evaluación (examen, evaluación continua y trabajo práctico), se le mantendrá la nota correspondiente hasta septiembre.

Los alumnos que no hayan asistido a clase durante el curso, serán evaluados mediante una prueba escrita de todo el contenido del programa en las fechas establecidas por la Escuela Universitaria, tanto en la convocatoria ordinaria como extraordinaria.

Bibliografía

Parte de Sociología

- * Martín Serrano, M. "Teoría de la Comunicación". Colección Cuadernos de la Comunicación. 1992.
- * Moragas, M. de "Sociología de la Comunicación de Masas" (I y II). Ed. Gustavo Gili. 1985.
- * Mcquail D. "Introducción a la Teoría de la Comunicación de Masas" Ed. Paidós, Barcelona 1983.
- * Ballesta, J. (Coord)"Los medios de comunicación en la sociedad actual. Universidad de Murcia. 2001

Parte de Lengua

Lecturas obligatorias

AGENCIA EFE(1998):Manual de Español Urgente, Madrid, Cátedra.

Lecturas recomendadas

FERRAZ MARTÍNEZ, Antonio(1993):El lenguaje de la publicidad, Madrid, Arco/Libros.

HURTADO GONZÁLEZ, Silvia (2003): El uso del lenguaje en la prensa escrita. Secretariado de Publicaciones e Intercambio Editorial. Universidad de Valladolid.

MARTÍNEZ ALBERTOS, José Luis (1983): Curso general de Redacción Periodística, Barcelona Mitre.

-----(1989):El lenguaje periodístico, Madrid, Paraninfo.

MARTÍNEZ DE SOUSA, José(2003):Libro de estilo Vocento, Gijón, Trea.

ROMERO, María Victoria(1994):El español en los medios de comunicación, Madrid, Arco/Libros.

