

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.

Objetivos generales de la asignatura

- 1) Describir y analizar aspectos normativos de la lengua en los registros oral y escrito.
- 2) Describir y analizar el idioma en los medios de comunicación: prensa, radio, televisión e internet.
- 3) Describir y analizar el lenguaje de la publicidad.

Programa de Teoría

PARTE DE SOCIOLOGÍA (4 créditos)

Profesor: José Miguel Gutiérrez Pequeño

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 ESPAÑOLA (4 créditos)

Profesor: José Vidal Torres Caballero

PROGRAMA DESARROLLADO

- 1) Aspectos normativos de la lengua
 1. Ortografía.
 2. Pronunciación.
 3. Morfosintaxis.
 4. Léxico-semántica.
- 2) El idioma en los medios de comunicación: prensa, radio, televisión e internet
 1. Géneros y estilos periodísticos.
 2. Los lenguajes periodísticos. Prensa escrita.
 3. Los lenguajes de la radio y de la televisión.
 4. Los libros de estilo (de los medios de comunicación).
 5. La lengua en internet.
 6. Análisis del uso del idioma en los medios de comunicación.
- 3) El lenguaje de la publicidad
 1. Publicidad, comunicación y lenguaje.
 2. El mensaje publicitario.
 3. Recursos lingüísticos de la publicidad (medios escritos y audiovisuales).

(Véase Proyecto docente)

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 ESPAÑOLA

1) Aspectos normativos de la lengua

1. Ortografía literal, de la sílaba, de la palabra; acentuación.
2. Pronunciaciones correctas de sonidos en posiciones explosiva e implosiva y grupos consonánticos.
3. Clases de palabras.
4. Palabras compuestas y derivadas.
5. Reducciones léxicas.
6. Lenguajes técnico-científicos.
7. Extranjerismos.

2) El idioma en los medios de comunicación: prensa, radio, televisión e internet

1. Géneros y estilos periodísticos.
2. Lenguajes periodísticos: prensa, radio, televisión.
3. La lengua de los titulares.
4. El habla en la radio y en la televisión.
5. El uso del idioma en internet.
6. Libros de estilo de los medios de comunicación.
7. Uso del idioma en los medios de comunicación: planos ortográfico, fónico, morfosintáctico y léxico-semántico.

3) El lenguaje de la publicidad

1. Recursos para la persuasión y la manipulación en la publicidad y en la propaganda.
2. Elementos retóricos de la publicidad escrita y audiovisual
3. Características lingüísticas de los planos ortográfico, tipográfico, fónico, morfosintáctico y léxico-semántico de la publicidad escrita y audiovisual.

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.

Evaluación (criterios)

1. Interés por la materia.
2. Asistencia a clase y participación.
3. Asistencia a los seminarios y participación.
4. Asistencia a las tutorías
5. Realización de las lecturas y síntesis de los contenidos.
6. Exposiciones orales en clase
7. Organización y estructuración de los contenidos.
8. Capacidad de análisis y síntesis.
9. Rigor en el tratamiento de la información científica.
10. Corrección lingüística, oral y escrita (redacción y ortografía).
11. Participación en los trabajos en equipo.
12. Participación en las investigaciones.
13. Responsabilidad en la realización de las actividades.
14. Examen escrito final, puntuable de cero a diez: la nota obtenida formará parte del cincuenta por ciento de la nota final de la asignatura.

(Véase el Proyecto docente)

Bibliografía
