

17-18

PROGRAMA DE DOCTORADO EN
FILOLOGÍA. ESTUDIOS LINGÜÍSTICOS Y
LITERARIOS: TEORÍA Y APLICACIONES

GUÍA DE ESTUDIO PÚBLICA



LENGUAJE Y COMUNICACIÓN EN LOS MEDIOS

CÓDIGO 24402762



Ámbito: GUJ - La autenticidad, validez e integridad de este documento puede ser verificada mediante el "Código Seguro de Verificación (CSV)" en la dirección <https://sede.uned.es/valida/>



9C1EA0F59F13A70A0619F2662E13E3D1

17-18

LENGUAJE Y COMUNICACIÓN EN LOS
MEDIOS

CÓDIGO 24402762

ÍNDICE

PRESENTACIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN
REQUISITOS Y/O RECOMENDACIONES PARA CURSAR ESTA
ASIGNATURA
EQUIPO DOCENTE
HORARIO DE ATENCIÓN AL ESTUDIANTE
COMPETENCIAS QUE ADQUIERE EL ESTUDIANTE
RESULTADOS DE APRENDIZAJE
CONTENIDOS
METODOLOGÍA
SISTEMA DE EVALUACIÓN
BIBLIOGRAFÍA BÁSICA
BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA
RECURSOS DE APOYO Y WEBGRAFÍA



Nombre de la asignatura	LENGUAJE Y COMUNICACIÓN EN LOS MEDIOS
Código	24402762
Curso académico	2017/2018
Títulos en que se imparte	PROGRAMA DE DOCTORADO EN FILOLOGÍA. ESTUDIOS LINGÜÍSTICOS Y LITERARIOS: TEORÍA Y APLICACIONES (máster seleccionado) / MÁSTER UNIVERSITARIO EN CIENCIA DEL LENGUAJE Y LINGÜÍSTICA HISPÁNICA
Tipo	
Nº ETCS	0
Horas	0.0
Periodo	SEMESTRE
Idiomas en que se imparte	

PRESENTACIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN

Los medios de comunicación han adquirido una gran relevancia en la sociedad denominada del "conocimiento". Resulta por ello del mayor interés que los estudiantes, y ciudadanos en general, conozcan el proceso que implican y sepan interpretarlo allí donde es transmitido con la suficiente actitud crítica y destreza de análisis ante la presión comunicativa que desarrollan.

La cantidad y, a veces, pretendida calidad de información, en buena parte proveniente de grupos económicos poderosos, no siempre movidos por la verdad y la justicia, requiere una cautela y una permanente actitud vigilantes. El estudio de la Lengua, de los principios del Lenguaje, y la aplicación textual de sus estructuras, en nivel literario o mediático, estudia estos mecanismos y desentraña su proceso técnico. Tal estudio se relaciona además con el de otras asignaturas referentes a la pragmática, análisis del discurso, fundamentación poética del lenguaje, etc.

Los distintos temas de la asignatura pretenden, a partir de un fundamento teórico, fortalecer las actitudes de los alumnos para afrontar con objetividad y diligencia cuanto llegue a su percepción a través de los medios comunicativos; sobre todo, para desentrañar la manipulación "lectora", receptiva y comprensiva.

De ahí que, en el desarrollo de temas y ejercicios, alternan, con la máxima pretensión de equilibrio, la teoría y la práctica analítica.

Profesor Juan MANUEL VILLANUEVA FERNÁNDEZ

Licenciado en Filosofía por la Universidad de Comillas y Complutense. Idem en Literatura Hispánica por la Universidad Complutense. Doctor en Filología Hispánica por la Universidad de Alicante.

Catedrático de Bachillerato por oposición libre y Tutor de Lengua Española (Curso de Acceso) de la UNED, en el Centro Asociado de Madrid-Coslada.

Fue Inspector de Educación en el MEC y director del CAP de Villaverde (Madrid).

Líneas de docencia e investigación:

-Lengua Española (Semántica).

-Literatura. Los géneros literarios.

-El lenguaje literario: la multiplicidad de sentidos. Tipología de los textos dramáticos. Hacia una nueva taxonomía del teatro áureo. Tipología textual.

Obras: *Perspectiva y ambigüedad (Mira de Amescua, Calderón, Machado, Cernuda)*, Madrid,



UNED, C. A., 2001.

El teatro teológico de Mira de Amescua, Madrid, BAC, 2001.

El ciclo de Lope de Vega. Una nueva visión crítica del Teatro del Siglo de Oro, Madrid, Laberinto (en prensa).

La estrella de Sevilla, Madrid, Castalia, 2009.

"... Y Américo Castro no llevaba razón" y otros estudios sobre el pensamiento y el teatro cervantinos. (En prensa).

"*Mira de Amescua, maestro de Calderón*" y otros estudios calderonianos. (En prensa).

"Una reflexión para el teatro barroco en España", en Pedro Aullón de Haro (ed.), *Barroco*, Madrid, Verbum, 2004.

"Hacia una nueva taxonomía del teatro religioso", en *Actas del Congreso "El Siglo de Oro en el nuevo milenio"*, Pamplona, EUNSA, 2005, pp. 1729-1741.

REQUISITOS Y/O RECOMENDACIONES PARA CURSAR ESTA ASIGNATURA

Además de los establecidos por las normas generales del Máster, se recomienda la capacidad de leer en inglés, ya que una parte de la bibliografía figura en este idioma.

EQUIPO DOCENTE

COLABORADORES DOCENTES EXTERNOS

Nombre y Apellidos

JUAN MANUEL VILLANUEVA FERNÁNDEZ

Correo Electrónico

jmwillanueva@madrid.uned.es

HORARIO DE ATENCIÓN AL ESTUDIANTE

Se podrá contactar con el profesor a través de las siguientes modalidades:

Preguntas en el foro

Teléfono: 680465787

Visita personal (concertada con anterioridad)

Correo electrónico

jmwillanueva@madrid.uned.es

juan.manual.villanueva@hotmail.com



COMPETENCIAS QUE ADQUIERE EL ESTUDIANTE

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

El estudio de la asignatura proporciona al alumno una visión teórica y aplicada sobre una disciplina muy cambiante y actual y da una base mínima para profundizar en el análisis de los principales tipos de textos que se producen en los medios de comunicación. Por ello, el perfil de alumno al que va dirigida la asignatura es prioritariamente investigador, pero con aspectos aplicados al uso de la lengua en los medios de comunicación, por lo que hay también un perfil de lingüística aplicada a la comunicación.

Los objetivos principales son:

- (1) Construir procedimientos de análisis de la comunicación mediante el lenguaje en los diferentes medios.
- (2) Aplicarlos a ejemplos reales de diferentes medios, como la prensa, televisión, radio y formatos electrónicos de comunicación.
- (3) Tener en cuenta en el análisis de ejemplos reales las diferencias en cuanto a estilo y género o tipo de texto.

Y otros específicos:

- 1) Conocer el desarrollo histórico de las perspectivas sobre la comunicación.
 - 2) Distinguir los enfoques de la comunicación basados en la separación entre gramática y pragmática de otros enfoques.
 - 3) Describir los rasgos básicos del llamado estilo periodístico.
 - 4) Identificar los problemas que plantea la objetividad en el periodismo.
 - 6) Distinguir los diferentes niveles en la jerarquía de información de los componentes de un texto periodístico.
 - 7) Descubrir los contextos culturales y marcos cognitivos que se aplican a la producción y comprensión de un texto en los medios de comunicación.
 - 8) Sugerir análisis de ejemplos de textos.
 - 9) Identificar rasgos de oralidad en los textos.
- Etcétera.

CONTENIDOS

METODOLOGÍA

Lecturas básicas y complementarias en cada tema, con ejercicios de resumen, de relación entre conceptos o de aplicación a ejemplos de textos reales de los medios de comunicación. En cada tema se estudian los aspectos básicos a partir de la lectura básica. Se resume esta lectura en un ejercicio breve (de 600 palabras). Se recomienda leer por lo menos una de las lecturas adicionales para cada capítulo. Se propone la aplicación de los conceptos



estudiados y de los análisis concretos de las lecturas a un ejemplo de texto de los medios de comunicación (prensa, radio, televisión, internet) como trabajo de la asignatura.

La evaluación es continua, según se vaya desarrollando el programa, y habrá un trabajo final que se consigna en la Guía de la asignatura.

SISTEMA DE EVALUACIÓN

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

La siguiente bibliografía es adecuada para un conocimiento básico de la asignatura. Son obras precisas cuyo contenido se extiende a los diferentes apartados del temario. Se complementa con otro tipo de referencias indicadas en la otra entrada correspondiente.

López García, Ángel. 1996. *Escritura e información. La estructura del lenguaje periodístico*. Madrid, Cátedra.

_____. 1998. *En medio de los medios*. Zaragoza, Prames

Garrido, Joaquín (1997). *Estilo y texto en la lengua*. Madrid: Gredos.

_____. 2006. Léxico y discurso. En Elena de Miguel, Azucena Palacios y Ana Serradilla (coord.), *Estructuras Léxicas y Estructura del Léxico*. Francfort del Meno, Lang, 149-164.

_____. 2005. La persuasión en las cartas al director. Estructura de discurso, proceso de resumen y evaluación de estrategias retóricas, *Llengua Societat i Comunicació* 3, 31-46.
<http://www.ub.edu/cusc>

_____. 2008. Construcción de discurso en noticias de prensa. *Revista Española de Lingüística* 37.

_____. 2008. Imagen y palabra en la construcción de discurso del texto publicitario. *Español Actual* 86, 81-103.

.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

Las obras aquí citadas cuentan en la Guía de la asignatura con una breve descripción adecuada al temario.

General

Aleza, Milagros (coord.). 2006. *Lengua española para los medios de comunicación*. Valencia, Tirant Lo Blanch.

Garrido, J. (coord.) 1999. *La lengua y los medios de comunicación 1, 2*. Madrid, Servicio de Publicaciones de la Universidad Complutense.



Van Dijk, Teun A. (coord) 1997. *Discourse Studies 1, 2*. Londres, Sage, Trad. esp. *Estudios del discurso. 1*, Barcelona 2000, Gedisa.

1. Perspectivas sobre la comunicación lingüística

Portolés, José. 2003. Pragmática y sintaxis. *Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación (clac)* 16, 42-54. www.ucm.es/info/circulo

_____. *Pragmática para hispanistas*, Madrid 2005, Síntesis.

Van Dijk, Teun A. 1997. The study of discourse. En Van Dijk, T. A. (coord.), *Discourse Studies 1*. Londres, Sage, págs. 1-34. Trad. esp. *Estudios del discurso. 1*, Barcelona 2000, Gedisa.

2. El lenguaje en los medios de comunicación

López García, Ángel. 1996. *Escritura e información. La estructura del lenguaje periodístico*. Madrid, Cátedra.

Cotter, Colleen. 2001. Discourse and the media. En Schiffrin, Deborah, Deborah Tannen y Heidi Hamilton (coord.) *The handbook of discourse analysis*. Oxford, Blackwell, 416-436.

Nuevas orientaciones en el estudio del discurso en los medios de comunicación.

3. El estudio de la variación en el discurso

Eckert, Penelope, y John R. Rickford. 2001. *Style and sociolinguistic variation*. Cambridge, Cambridge University Press.

Egins, Suzanne, y J. R. Martin. 1997. Genres and registers of discours. En Van Dijk, Teun A.. (coord.), *Discourse Studies 1*. Londres, Sage, págs. 230-256. Trad. esp. *Estudios del discurso. 1*, Barcelona 2000, Gedisa.

4. Sociolecto, estilo, oralidad y escritura

Eckert, Penelope. 2004. The meaning of style. *Texas Linguistic Forum* 47: 41-53.

<http://www.stanford.edu/~eckert/PDF/salsa2003.pdf>

Ong, Walter J.. 1992. Writing is a technology that restructures thought. En Pamela Downing, Susan Lima, Michael Noonan *The Linguistics of Literacy*, coord. Filadelfia, Benjamins, 293-319.

_____. *Orality and literacy: The technologizing of the word*, Nueva York, Methuen, 1982; traducido como *Oralidad y escritura: tecnologías de la palabra* México 2002, Fondo de Cultura Económica.

5. Tipos de texto en los medios: de la conversación al anuncio publicitario

Garrido, J. 2000. Science news in English and Spanish: Styles as discourse structures in texts. Downing, Angela, Jesús Moya, and José Ignacio Albentosa, coord., *Text and talk*.



Cuenca: Universidad de Castilla-La Mancha, 10-27.

Jorques Jiménez, Daniel. 2006. Formatos y estilos de la prensa española contemporánea.

En Aleza, Milagros (coord.). 2006. *Lengua española para los medios de comunicación*.

Valencia, Tirant Lo Blanch, 347-384.

López García, Guillermo. 2006. Géneros y estructura de la comunicación en internet. En

Aleza, Milagros (coord.). 2006. *Lengua española para los medios de comunicación*. Valencia,

Tirant Lo Blanch, 385-406.

6. Análisis de casos: artículo periodístico

Garrido, J. 2008. Style in news discourse and text. A contrastive analysis of immigration news in English and Spanish. En Volker Fuchs y Kerstin Störl (coord.) „*Stil ist überall –aber wie bekomme ich ihn zu fassen?*“. Francfort del Meno 2008, 137-149. Peter Lang.

Garrido, J. 2005. La persuasión en las cartas al director. Estructura de discurso, proceso de resumen y evaluación de estrategias retóricas, *Llengua Societat i Comunicació* 3, 31-46.

<http://www.ub.edu/cusc>

Lorda, Clara Ubaldina, y Elisabeth Miche. 2006. Two institutional interviews: José María

Aznar and Jacques Chirac on the Iraq conflict. *Discourse & Society* 17.4, 447-472.

7. Análisis de casos: anuncio publicitario

Corrales Crespo, Pedro. 2000. El lugar común en la construcción e interpretación del texto publicitario. *Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación* 1, 13-27.

www.ucm.es/info/circulo.

Garrido, J. 2006. Léxico y discurso. En Elena de Miguel, Azucena Palacios y Ana Serradilla (coord.), *Estructuras Léxicas y Estructura del Léxico*. Francfort del Meno, Lang, 149-164.

Mann, W., Matthiesen, C., y Thompson, S. 1992. Rhetorical structure theory and text analysis. En Mann, William y Sandra Thompson (coord.). 1992. *Discourse description*.

Amsterdam, Benjamins. 39-78.

RECURSOS DE APOYO Y WEBGRAFÍA

Los propios de la página virtual de la asignatura (materiales, foro, teléfono) y del Máster.

Actividades formativas

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS
PRESENCIALIDAD	
TRABAJO AUTÓNOMO DEL ESTUDIANTE	105 0
INTERACCION CON EL PROFESOR Y CON OTROS ESTUDIANTES	10 0
TRABAJO EN GRUPO CON OTROS ESTUDIANTES	10 0



Competencias específicas

Algunas competencias específicas

- Conocer el desarrollo histórico de las perspectivas sobre la comunicación.
- Distinguir los enfoques de la comunicación basados en la separación entre gramática y pragmática de otros enfoques.
- Ser capaz de imaginar problemas que atañen a la comunicación.
- Detallar los rasgos básicos del llamado estilo periodístico.
- Demostrar los problemas que plantea la objetividad en el periodismo.
- Relacionar los diferentes niveles en la jerarquía de información de los componentes de un texto periodístico.
- Conseguir objetividad en la comunicación periodística..
- Identificar los contextos culturales y marcos cognitivos que se aplican a la producción y comprensión de un texto en los medios de comunicación
- Analizar y aplicar los principales factores de variación en el discurso de los medios.
- Discutir los inventarios de géneros y registros propuestos por diversos autores.
- Identificar rasgos comunes en textos diferentes del concepto de estilo.
- Aplicar registros y estilos de diferentes textos de los medios.
- Detallar el funcionamiento de los rasgos de estilo en la construcción de una imagen de autor.
- Distinguir entre destinatarios y comunidad de práctica o comunidad del texto.
- Diferenciar entre sociolecto y estilo.
- Comprender análisis de ejemplos de textos.
- Reflexionar sobre las implicaciones de los conceptos de oralidad y escritura.
- Apreciar rasgos de oralidad en los textos.
- Identificar unidades de discurso en la estructura del texto en los medios de comunicación.
- Reconocer las propiedades de la oralidad y de la escritura en medios específicos.
- Demostrar la utilidad del análisis retórico de los textos en los medios de comunicación.
- Conocer la alternativa al modelo basado en las unidades de discurso.
- Ser capaz de analizar el estilo de un texto periodístico.
- Advertir la naturaleza dinámica del estilo.
- Conocer las principales características de transmisión de los textos en los medios de comunicación.
- Competencia de análisis del estilo de un texto publicitario.
- Relación la imagen y texto.
- Argumentar la adecuación de los distintos enfoques sobre la comunicación en los medios.



IGUALDAD DE GÉNERO

En coherencia con el valor asumido de la igualdad de género, todas las denominaciones que en esta Guía hacen referencia a órganos de gobierno unipersonales, de representación, o miembros de la comunidad universitaria y se efectúan en género masculino, cuando no hayan sido sustituido por términos genéricos, se entenderán hechas indistintamente en género femenino o masculino, según el sexo del titular que los desempeñe.

