

1. DATOS GENERALES

Asignatura: ESTUDIO SOBRE GÉNEROS DE DISCURSO EN SUS TEXTOS: PERIODÍSTICO, POLÍTICO, PUBLICITARIO, CONVERSACIONA

Código: 310365

Tipología: OPTATIVA

Créditos ECTS: 6

Grado: 2300 - MASTER UNIVERSITARIO EN INVESTIGACION EN LETRAS Y HUMANIDADES

Curso académico: 2019-20

Centro: 2 - FACULTAD DE LETRAS (CR)

Grupo(s): 20

Curso: Sin asignar

Duración: Primer cuatrimestre

Lengua principal de impartición: Español

Segunda lengua:

Uso docente de otras lenguas:

English Friendly: N

Página web: Moodle

Bilingüe: N

Profesor: ESTER BAUTISTA NARANJO - Grupo(s): 20

Edificio/Despacho	Departamento	Teléfono	Correo electrónico	Horario de tutoría
Facultad de Letras/215	FILOLOGÍA MODERNA	3184	esther.bautista@uclm.es	Miércoles de 13:30 a 14:30h. Jueves y viernes de 10:00 a 11:30h. Jueves tarde de 14:30 a 15:30 con cita previa.

Profesor: DAVID CARRASCOSA CAÑEJO - Grupo(s): 20

Edificio/Despacho	Departamento	Teléfono	Correo electrónico	Horario de tutoría
Facultad de Letras/213	FILOLOGÍA MODERNA	Por asignar	David.Carrascosa@uclm.es	Miércoles: de 10:30 a 13:30 y de 17:00 a 19:00 Jueves: de 13:00 a 14:00

Profesor: MARIA TERESA PISA CAÑETE - Grupo(s): 20

Edificio/Despacho	Departamento	Teléfono	Correo electrónico	Horario de tutoría
Facultad de Letras / 214	FILOLOGÍA MODERNA	3122	maria.teresa.pisa@uclm.es	Miércoles: 12:00-14:00 Jueves: 12:00-14:00 Viernes: 12:00-14:00

Profesor: EDEL MARIA PORTER - Grupo(s): 20

Edificio/Despacho	Departamento	Teléfono	Correo electrónico	Horario de tutoría
F206	FILOLOGÍA MODERNA	6458	edelmari.porter@uclm.es	miércoles 9:30-11:30 jueves y viernes 11:30 - 13:00

2. REQUISITOS PREVIOS

Los alumnos que escojan esta asignatura deben cumplir el perfil de ingreso y los criterios de admisión señalados para este Máster de Investigación. No obstante, para alcanzar los objetivos formativos y para adaptarse a la mención "Estudios Filológicos", se recomienda que los alumnos sean Graduados o Licenciados en Filología Inglesa, Filología Francesa, Filología Hispánica o en otras Filologías. Esta Asignatura puede ser también interesante para los Graduados o Licenciados en Historia o en Sociología.

3. JUSTIFICACIÓN EN EL PLAN DE ESTUDIOS, RELACIÓN CON OTRAS ASIGNATURAS Y CON LA PROFESIÓN

Esta Asignatura está abierta al análisis del funcionamiento comunicativo de los textos de los diversos géneros que regulan las prácticas discursivas que encauzan el intercambio verbal dentro de la sociedad. Los géneros de cada discurso social (periodístico, político, científico, etc.) imponen ciertas prescripciones (temáticas, enunciativas, composicionales, retóricas) a los textos. El sujeto enunciativo de un texto concreto, según su intencionalidad comunicativa y en función del tipo de destinatario, puede respetar las prescripciones del género dentro del cual se sitúa el texto, o puede optar por alterar o subvertir los esquemas convencionales. Habrá que observar, por lo tanto, la configuración temática del texto y su escenografía retórico-enunciativa para entender cómo se está produciendo y orientando el mensaje hacia la interpretación del lector o del interlocutor. Este tipo de análisis contribuirá a fomentar la competencia interpretativa de los postgraduados que se van a dedicar a la investigación lingüística, discursiva y literaria.

4. COMPETENCIAS DE LA TITULACIÓN QUE LA ASIGNATURA CONTRIBUYE A ALCANZAR

Competencias propias de la asignatura	
Código	Descripción
E09	Capacidad para entender y manejar la terminología y los conceptos fundamentales en el ámbito de la investigación lingüística, literaria y sociocultural.
E10	Adquirir una capacidad de análisis de los distintos aspectos y dimensiones que intervienen en la comunicación discursiva y textual en el ámbito de las lenguas, culturas y literaturas modernas.
E11	Percebir y explicar las características específicas en textos concretos pertenecientes a una o varias lenguas.
E15	Capacidad de aplicar los conocimientos teóricos y metodológicos adquiridos al comentario interpretativo de textos pertenecientes a discursos específicos.
E16	Demostrar una capacidad para aplicar los conocimientos teóricos y metodológicos adquiridos al desarrollo de enfoques originales en un trabajo de investigación.

5. OBJETIVOS O RESULTADOS DE APRENDIZAJE ESPERADOS

Resultados de aprendizaje propios de la asignatura	
Descripción	
Consolidar el conocimiento práctico de técnicas informativas aplicadas a la elaboración de trabajos de investigación filológica.	
Llegar a conocer y a emplear los métodos propios de la investigación lingüística, literaria y sociocultural en el ámbito de las lenguas y literaturas modernas.	
Llegar a explorar con cierta profundidad, por medio de trabajos de investigación, algunos aspectos significativos relacionados con los objetivos y los métodos de alguna de las tres asignaturas que integran la materia	
Presentación adecuada de los resultados de la investigación realizada de acuerdo con las normas y convenciones de los estudios lingüísticos y literarios y filológicos.	
Profundizar en el conocimiento de la bibliografía científica existente en el ámbito de los estudios lingüísticos, literarios y socioculturales.	
Saber emplear la terminología y los conceptos adecuados en las investigaciones que tendrá que realizar.	
Resultados adicionales	
No se han establecido.	

6. TEMARIO

- Tema 1:** Introducción al discurso de los géneros periodísticos y estrategias de seducción y de argumentación en los textos del discurso publicitario (1,5 créditos) Dra. D^a Esther BAUTISTA NARANJO
 - Tema 1.1:** Objetivos del discurso mediático de la prensa y características de la enunciación/escritura periodística.
 - Tema 1.2:** El acontecimiento relatado y su construcción/configuración en los textos de los géneros informativos de la prensa. La especificidad narrativa del suceso extraordinario como relato mediático.
 - Tema 1.3:** La publicidad como discurso social y las características específicas del discurso publicitario: objetivos comunicativos, intencionalidad ilocutoria y efectos perseguidos. La sobrevaloración y la mitificación del producto o del tema anunciado
 - Tema 1.4:** La retórica y la semiótica del texto publicitario: la enunciación polimodal (palabra e imagen) representada en el texto y las estrategias de seducción, persuasión y argumentación. La configuración microtextual y macrotextual del mensaje.
 - Tema 1.5:** Los tipos de anuncios en la prensa escrita y en los medios audiovisuales. Los roles sociales y el discurso de género en la publicidad.
- Tema 2:** Argumentación y seducción en los textos de los géneros interpretativos de la prensa (1,5 créditos) Dra. D^a María Teresa PISA CAÑETE
 - Tema 2.1:** Características enunciativas y discursivas de los principales géneros de opinión y de comentario del discurso de la prensa: el editorial, el suelto (editorial breve), el artículo de fondo o análisis de experto, la columna.
 - Tema 2.2:** La "problematización" del acontecimiento y su clarificación a través de un razonamiento explicativo/argumentativo que justifica una conclusión o una determinada tesis.
 - Tema 2.3:** El ethos del sujeto enunciativo y su labor de persuasión/seducción del lector por medio de la convivencia sociocultural y los estereotipos y valores compartidos
- Tema 3:** Introducción al funcionamiento comunicativo y a la organización temática de los textos explicativos del discurso científico (1,5 crédito) Dr. D. David CARRASCOSA CAÑEJO
 - Tema 3.1:** Campos o modalidades del discurso científico: a) el discurso teórico-científico y sus géneros, b) El discurso de divulgación de los conocimientos y sus géneros, c) el discurso didáctico y sus géneros.
 - Tema 3.2:** La finalidad comunicativa (actividad ilocutoria) y las características enunciativas, cognitivas y discursivas de los textos explicativos (las fases de la secuencia explicativa, las relaciones de causalidad, el léxico específico y las colocaciones terminológicas, los conectores lógicos, los organizadores)
 - Tema 3.3:** Criterios para la clasificación de los textos: a) en función del género, b) en función del destinatario, c) en función de la intencionalidad.
 - Tema 3.4:** Comentario y análisis de diversos textos explicativos del discurso científico
- Tema 4:** La metáfora terminológica en el discurso científico y publicitario: implicaciones conceptuales, referenciales y didáctico-comunicativas (1,5 crédito). Dra. D^a Edel María PORTER
 - Tema 4.1:** La permeabilidad de la metáfora y su tipología.
 - Tema 4.2:** La metáfora en los textos científicos y divulgativos.
 - Tema 4.3:** Multimodalidad y lenguaje figurado.
 - Tema 4.4:** Aspectos sociolingüísticos de la metáfora terminológica.
 - Tema 4.5:** Metáforas creativas y noveles no terminológicas.

7. ACTIVIDADES O BLOQUES DE ACTIVIDAD Y METODOLOGÍA

Actividad formativa	Metodología	Competencias relacionadas	ECTS	Horas	Ev	Ob	Rec	Descripción
								Cada profesor impartirá 6 sesiones de una

Enseñanza presencial (Teoría) [PRESENCIAL]	Otra metodología	E09	1.6	40	S	N	N	hora y media por cada crédito y medio para desarrollar el tema o los temas de su curso monográfico y podrá elegir el método más conveniente (lección magistral, debate, aprendizaje colaborativo, resolución de ejercicios y problemas, etc.). Las actividades realizadas serán orientadas hacia la adquisición de las competencias E9, E10, E11, E15, E16.
Enseñanza presencial (Prácticas) [PRESENCIAL]		E10	0.4	10	S	N	N	Seminarios prácticos de análisis y comentario de documentos significativos dirigidos por el profesor con la participación activa de los alumnos
Tutorías individuales [PRESENCIAL]	Trabajo dirigido o tutorizado	E15	0.4	10	S	N	N	Tutorías de asesoramiento (bibliográfico, metodológico, etc.) y de supervisión de los trabajos de investigación de los alumnos.
Elaboración de informes o trabajos [AUTÓNOMA]	Trabajo autónomo	E11	2.4	60	S	N	S	Lectura y estudio de documentos indicados por el profesor. -Consulta de fuentes bibliográficas y de bases de datos para reforzar los conocimientos y como base para la realización de trabajos personales. -Planificación y desarrollo de un trabajo de investigación personal relacionado con los temas y objetivos de las asignaturas que componen el módulo
Estudio o preparación de pruebas [AUTÓNOMA]	Trabajo autónomo	E10	1.2	30	S	N	S	Lectura y análisis de textos y dossieres propuestos por los profesores para su comentario en clase.
Total:			6	150				
Créditos totales de trabajo presencial: 2.4					Horas totales de trabajo presencial: 60			
Créditos totales de trabajo autónomo: 3.6					Horas totales de trabajo autónomo: 90			

Ev: Actividad formativa evaluable
Ob: Actividad formativa de superación obligatoria
Rec: Actividad formativa recuperable

8. CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y VALORACIONES

Sistema de evaluación	Valoraciones		Descripción
	Estudiante presencial	Estud. semipres.	
Actividades de autoevaluación y coevaluación	30.00%	0.00%	<p>Todos los profesores que imparten los distintos temas monográficos de la asignatura evaluará de forma continua e individual a cada alumno que asista al 80% de las clases. Un profesor-coordinador calculará la media de estas valoraciones, cuyo valor supondrá el 30% de la nota final de la asignatura. El control continuo se basa en:</p> <p>La asistencia a las clases teóricas y la participación en la Actividades prácticas del conjunto de los profesores (realización de lecturas propuestas, comentario personal de textos y documentos, resolución de casos prácticos).</p> <p>Un Trabajo de investigación (el alumno escogerá un solo profesor como tutor y evaluador del Trabajo) sobre los contenidos del temario que, para los alumnos que asistan, como mínimo, al 80% de las clases, supondrá el 70% de su nota.</p> <p>Los estudiantes que no puedan beneficiarse de la evaluación continua presentarán un único trabajo de investigación sobre los contenidos del temario, tutorizado por un profesor de la asignatura, que supondrá el 80% de la nota y realizarán, además, un examen que supondrá el 20% de la nota final.</p>
Realización de trabajos de campo	70.00%	0.00%	
Total:	100.00%	0.00%	

Criterios de evaluación de la convocatoria ordinaria:

La evaluación para los alumnos que puedan beneficiarse del control continuo (asistencia al 80% de las clases) consistirá en: 30% nota media de los profesores en base a su participación en clase y 70% trabajo final de la asignatura dirigido por un único profesor.

La evaluación para los alumnos que NO puedan beneficiarse del control continuo consistirá en: 20% examen y 80% trabajo final dirigido por un único profesor de la asignatura.

Las partes suspensas podrán recuperarse en la convocatoria extraordinaria. Se guardarán las notas de las partes aprobadas dentro del mismo curso académico.

Particularidades de la convocatoria extraordinaria:

Mismos criterios que para la ordinaria.

Particularidades de la convocatoria especial de finalización:

No se ha introducido ningún criterio de evaluación

9. SECUENCIA DE TRABAJO, CALENDARIO, HITOS IMPORTANTES E INVERSIÓN TEMPORAL

No asignables a temas	Suma horas
Tema 1 (de 4): Introducción al discurso de los géneros periodísticos y estrategias de seducción y de argumentación en los textos del discurso publicitario (1,5 créditos) Dra. D^a Esther BAUTISTA NARANJO	
Actividades formativas	Horas
Enseñanza presencial (Teoría) [PRESENCIAL][Otra metodología]	10
Enseñanza presencial (Prácticas) [PRESENCIAL][]	2.5
Tutorías individuales [PRESENCIAL][Trabajo dirigido o tutorizado]	2.5
Elaboración de informes o trabajos [AUTÓNOMA][Trabajo autónomo]	15
Estudio o preparación de pruebas [AUTÓNOMA][Trabajo autónomo]	7.5
Periodo temporal: Primer Cuatrimestre	
Grupo 20:	
Inicio del tema: 30-09-2019	Fin del tema: 16-10-2019
Comentario: Esther BAUTISTA NARANJO impartirá el Tema 1 (1,5 créditos - 9 horas) los lunes y miércoles del 30 de septiembre al 16 de octubre de 16H a 17:30H (6 sesiones).	
Tema 2 (de 4): Argumentación y seducción en los textos de los géneros interpretativos de la prensa (1,5 créditos) Dra. D^a María Teresa PISA CAÑETE	
Actividades formativas	Horas
Enseñanza presencial (Teoría) [PRESENCIAL][Otra metodología]	10
Enseñanza presencial (Prácticas) [PRESENCIAL][]	2.5
Tutorías individuales [PRESENCIAL][Trabajo dirigido o tutorizado]	2.5
Elaboración de informes o trabajos [AUTÓNOMA][Trabajo autónomo]	15
Estudio o preparación de pruebas [AUTÓNOMA][Trabajo autónomo]	7.5
Periodo temporal: Primer Cuatrimestre	
Grupo 20:	
Inicio del tema: 21-10-2019	Fin del tema: 06-11-2019
Comentario: María Teresa PISA CAÑETE impartirá el Tema 2 (1,5 créditos - 9 horas) los lunes y miércoles del 21 de octubre al 6 de noviembre en horario de 16H a 17:30H (6 sesiones).	
Tema 3 (de 4): Introducción al funcionamiento comunicativo y a la organización temática de los textos explicativos del discurso científico (1,5 crédito) Dr. D. David CARRASCOSA CAÑEGO	
Actividades formativas	Horas
Enseñanza presencial (Teoría) [PRESENCIAL][Otra metodología]	10
Enseñanza presencial (Prácticas) [PRESENCIAL][]	2.5
Tutorías individuales [PRESENCIAL][Trabajo dirigido o tutorizado]	2.5
Elaboración de informes o trabajos [AUTÓNOMA][Trabajo autónomo]	15
Estudio o preparación de pruebas [AUTÓNOMA][Trabajo autónomo]	7.5
Periodo temporal: Primer Cuatrimestre	
Grupo 20:	
Inicio del tema: 11-11-2019	Fin del tema: 27-11-2019
Comentario: David CARRASCOSA CAÑEGO impartirá el Tema 3 (1,5 créditos-9 horas) los lunes y miércoles del 11 al 27 de noviembre en horario de 16H a 17:30H (6 sesiones).	
Tema 4 (de 4): La metáfora terminológica en el discurso científico y publicitario: implicaciones conceptuales, referenciales y didáctico-comunicativas (1,5 crédito). Dra. D^a Edler María PORTER	
Actividades formativas	Horas
Enseñanza presencial (Teoría) [PRESENCIAL][Otra metodología]	10
Enseñanza presencial (Prácticas) [PRESENCIAL][]	2.5
Tutorías individuales [PRESENCIAL][Trabajo dirigido o tutorizado]	2.5
Elaboración de informes o trabajos [AUTÓNOMA][Trabajo autónomo]	15
Estudio o preparación de pruebas [AUTÓNOMA][Trabajo autónomo]	7.5
Periodo temporal: Primer Cuatrimestre	
Grupo 20:	
Inicio del tema: 02-12-2019	Fin del tema: 18-12-2019
Comentario: Edler PORTER impartirá el Tema 4 (1,5 créditos - 9 horas) los lunes y miércoles del 02 al 18 de diciembre en horario de 16H a 17:30H (6 sesiones).	

Comentario: Este curso se impartirá el tema 4 (1,0 créditos - 3 horas) los lunes y miércoles del 2 al 18 de diciembre en horario de 16h a 17:30h (6 sesiones).

Actividad global

Actividades formativas	Suma horas
Enseñanza presencial (Teoría) [PRESENCIAL][Otra metodología]	40
Enseñanza presencial (Prácticas) [PRESENCIAL][]	10
Tutorías individuales [PRESENCIAL][Trabajo dirigido o tutorizado]	10
Elaboración de informes o trabajos [AUTÓNOMA][Trabajo autónomo]	60
Estudio o preparación de pruebas [AUTÓNOMA][Trabajo autónomo]	30
Total horas:	150

Comentarios generales sobre la planificación: La planificación (sesiones, temas) puede sufrir modificaciones en función del calendario general del máster y de la asignatura, y por motivos académicos; los profesores informarán con antelación sobre estos (eventuales) cambios.

10. BIBLIOGRAFÍA, RECURSOS

Autores	Título	Libro/Revista	Población	Editorial	ISBN	Año	Descripción	Enlace Web	Cat. bibli.
	LA PUBLICIDAD COMO DISCURSO SOCIAL:							http://vereda.ula.ve/exposiciones/campaap/partei.htm	
SEVILLA MUÑOZ, Manuel	Una clasificación del texto científico-técnico					2003		http://elies.rediris.es/Language_Design/LD5/sevilla-sevilla.pdf	
ABRIL VARGAS, Natividad	Periodismo de opinión	Madrid	Sintesis			1999			
ABRIL, Gonzalo	Teoría general de la información. Datos, relatos y mitos	Madrid	Cátedra			1997			
ABUÍN VENCES, Natalia	Publicidad, roles sociales y discurso de género							http://www3.udg.edu/publicacions/vell/electroniques/congenere/ponencies/02_publicidad_rolessociales_discurso.pdf	
CHARAUDEAU, Patrick	Les médias et l'information : L'impossible transparence du discours	Bruxelles	De Boeck - INA			2005			
ESCRIBANO HERNÁNDEZ, Asunción	Comentarios de textos periodísticos: Informativos, interpretativos y de opinión.	Salamanca	Ediciones Universidad de Salamanca			2006			
George Lakoff and Mark Johnson, trans. Carmen González Marín	Metáforas de la vida cotidiana	Madrid	Cátedra			1986		http://eds.b.ebscohost.com/eds/detail/detail?vid=1&sid=6865c83c-d894-47ea-9ab9-eda807fb6135%40sessionmgr102&bdta=Jmxbmc9ZXMmc2l0ZT1lZHMtbiG12ZQ%3d%3d#AN=clm.C00136850c4&db=cat06601a	
HERRERO CECILIA, Juan	Teorías de pragmática de lingüística textual y de análisis del discurso	Cuenca	Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha			2006			
ISABEL SANTAMARÍA PÉREZ	El léxico de la ciencia y de la técnica							http://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/12767/8/L%C3%A9xico_de_la_ciencia_y_de_la_t%C3%A9cnica.pdf	
Jean-Michel ADAM & Marc BONHOMME	L'argumentation publicitaire,	Paris	Nathan			2003			
Kövecses, Zoltan	Metaphor: A Practical Introduction		Oxford University Press	9780195145113		2002		https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliotecaucm-ebooks/search.action?plsbn=9780195145113	
Lakoff and Johnson	Philosophy in the flesh: the embodied mind and its challenge to western thought	New York	Basic Books			1999		http://eds.a.ebscohost.com/eds/detail/detail?vid=3&sid=f0a789f2-53fe-4270-8fe8-f7c96d8364d2%40sessionmgr4006&bdta=Jmxbmc9ZXMmc2l0ZT1lZHMtbiG12ZQ%3d%3d#	
MADRID CÁNOVAS, Sonia	Semiótica del discurso publicitario: del signo a la imagen		Editum			2005			
PEÑA, Gloria	¿Elementos contextuales en el discurso publicitario?: La opinión							http://pendientedemigracion.ucm.es/info/circulo/no31/pena.pdf	
SANTAMARIA SUAREZ, Luisa	periodística: argumentos y géneros para la persuasión	Buenos Aires	Editorial Docencia			2009			