



1. DATOS GENERALES

Asignatura: ESTUDIO SOBRE GÉNEROS DE DISCURSO EN SUS TEXTOS: PERIODÍSTICO, POLÍTICO, PUBLICITARIO, CONVERSACIONAL	Código: 310365
Tipología: OPTATIVA	Créditos ECTS: 6
Grado: 2300 - MASTER UNIVERSITARIO EN INVESTIGACION EN LETRAS Y HUMANIDADES	Curso académico: 2021-22
Centro: 2 - FACULTAD DE LETRAS DE CIUDAD REAL	Grupo(s): 20
Curso: 1	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	1er cuatrimestre: L y M: 13:00-14:30; X: 13:30-14:30; 2º cuatrimestre: M: 11:30-12:30; J y V: 13:00-14:30.
Profesor: DAVID CARRASCOSA CAÑEJO - Grupo(s): 20				
Edificio/Despacho	Departamento	Teléfono	Correo electrónico	Horario de tutoría
Facultad de Letras/213	FILOLOGÍA MODERNA	Ext: 3116	David.Carrascosa@uclm.es	Miércoles: 11:30-12:30, 13:30-14:30 y 16:00 a 18:00 Jueves y viernes: 12:00-13:00
Profesor: MARIA TERESA PISA CAÑETE - Grupo(s): 20				
Edificio/Despacho	Departamento	Teléfono	Correo electrónico	Horario de tutoría
Facultad de Letras / 214	FILOLOGÍA MODERNA		maria.teresa.pisa@uclm.es	Primer cuatrimestre: Martes 10:00-11:30 (cita previa); Miércoles, Jueves y Viernes 11:30-13:00. Segundo cuatrimestre: Martes 10:00-13:00 (cita previa); Miércoles 11:30-13:30.
Profesor: EDEL MARIA PORTER - Grupo(s): 20				
Edificio/Despacho	Departamento	Teléfono	Correo electrónico	Horario de tutoría
F206	FILOLOGÍA MODERNA	6458	edelmaria.porter@uclm.es	Miércoles 09:30-10:30; jueves 11:30-13:30; viernes 11:30-13:30

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 formentar 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	Percibir 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

Saber emplear la terminología y los conceptos adecuados en las investigaciones que tendrá que realizar.

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.

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 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 La metáfora multimodal y visual en la publicidad

7. ACTIVIDADES O BLOQUES DE ACTIVIDAD Y METODOLOGÍA

Actividad formativa	Metodología	Competencias relacionadas (para títulos anteriores a RD 822/2021)	ECTS	Horas	Ev	Ob	Descripción
Enseñanza presencial (Teoría) [PRESENCIAL]	Otra metodología	E09 E10 E11 E15 E16	1.6	40	S	N	Cada profesor impartirá 6 sesiones de una 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.).
Enseñanza presencial (Prácticas) [PRESENCIAL]	Método expositivo/Lección magistral	E09 E10 E11 E15 E16	0.4	10	S	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	E09 E10 E11 E15 E16	0.4	10	S	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	E09 E10 E11 E15 E16	2.4	60	S	N	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
							Lectura y análisis de textos y

Estudio o preparación de pruebas [AUTÓNOMA]	Trabajo autónomo	E09 E10 E11 E15 E16	1.2	30	S	N	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 (Será imprescindible su superación tanto en evaluación continua como no continua)

8. CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y VALORACIONES			
Sistema de evaluación	Evaluación continua	Evaluación no continua*	Descripción
Valoración de la participación con aprovechamiento en clase	50.00%	0.00%	Todos los profesores que imparten los distintos temas monográficos de la asignatura evaluará de forma continua e individual a cada alumno que se acoja al control continuo. Un profesor-coordinador calculará la media de estas valoraciones, cuyo valor supondrá el 50% de la nota final de la asignatura. El control continuo se basa en: La asistencia con aprovechamiento a las clases teóricas y la participación en las actividades prácticas del conjunto de los profesores (realización de lecturas propuestas, comentario personal de textos y documentos, resolución de casos prácticos).
Realización de trabajos de campo	50.00%	100.00%	Los alumnos que se acojan a la evaluación continua presentarán un trabajo de investigación (el alumno escogerá a un solo profesor como tutor y evaluador del trabajo) sobre los contenidos del temario que supondrá el 50% de su nota. Para los alumnos que no se acojan a la evaluación continua se exigirán tres trabajos correspondientes a los tres primeros temas, que serán corregidos por sus correspondientes profesores; el tema 4: La metáfora en el discurso científico y publicitario, será evaluado mediante un examen online. El conjunto de estas cuatro pruebas supondrá el 100% de la nota.
Total:	100.00%	100.00%	

* En **Evaluación no continua** se deben definir los porcentajes de evaluación según lo dispuesto en el art. 4 del Reglamento de Evaluación del Estudiante de la UCLM, que establece que debe facilitarse a los estudiantes que no puedan asistir regularmente a las actividades formativas presenciales la superación de la asignatura, teniendo derecho (art. 12.2) a ser calificado globalmente, en 2 convocatorias anuales por asignatura, una ordinaria y otra extraordinaria (evaluándose el 100% de las competencias).

Criterios de evaluación de la convocatoria ordinaria:

Evaluación continua:

La evaluación para los alumnos que puedan beneficiarse del control continuo consistirá en: 50% nota media de los profesores en base a su participación en clase y 50% trabajo final de la asignatura dirigido por un único profesor.

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

Evaluación no continua:

La evaluación para los alumnos que NO puedan beneficiarse del control continuo consistirá en tres trabajos de investigación sobre los tres primeros temas que forman parte del curso y que serán dirigidos por cada uno de los profesores; en el caso del tema 4: La metáfora en el discurso científico y publicitario, será evaluado mediante un examen online. Estas pruebas evaluables supondrán el 100% de la nota.

Particularidades de la convocatoria extraordinaria:

Mismos criterios que para la ordinaria.

9. SECUENCIA DE TRABAJO, CALENDARIO, HITOS IMPORTANTES E INVERSIÓN TEMPORAL	
No asignables a temas	
Horas	Suma horas
Comentarios generales sobre la planificación: La planificación (sesiones, temas) y las modalidades de impartición puede sufrir modificaciones en función del calendario general del máster y de la asignatura, por motivos sanitarios y por motivos académicos; los profesores informarán con antelación sobre estos (eventuales) cambios.	
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][Método expositivo/Lección magistral]	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: 29-09-2021	Fin del tema: 18-10-2021
Comentario: Esther BAUTISTA NARANJO impartirá el Tema 1 (1,5 créditos - 9 horas) los lunes y miércoles del 29 de septiembre al 18 de octubre de 17:30H a 19H (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][Método expositivo/Lección magistral]	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: 20-10-2021	Fin del tema: 08-11-2021
Comentario: María Teresa PISA CAÑETE impartirá el Tema 2 (1,5 créditos - 9 horas) los lunes y miércoles del 20 de octubre al 8 de noviembre en horario de 17:30H a 19H (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][Método expositivo/Lección magistral]	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: 10-11-2021	Fin del tema: 29-11-2021
Comentario: David CARRASCOSA CAÑEGO impartirá el Tema 3 (1,5 créditos-9 horas) los lunes y miércoles del 10 al 29 de noviembre en horario de 17:30H a 19H (6 sesiones).	
Tema 4 (de 4): La metáfora en el discurso científico y publicitario: implicaciones conceptuales, referenciales y didáctico-comunicativas (1,5 crédito).	
Dra. D^a Edel María PORTER	
Actividades formativas	Horas
Enseñanza presencial (Teoría) [PRESENCIAL][Otra metodología]	10
Enseñanza presencial (Prácticas) [PRESENCIAL][Método expositivo/Lección magistral]	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: 01-12-2021	Fin del tema: 20-12-2021
Comentario: Edel PORTER impartirá el Tema 4 (1,5 créditos - 9 horas) los lunes y miércoles del 1 al 20 de diciembre en horario de 17:30H a 19H (6 sesiones).	
Actividad global	
Actividades formativas	Suma horas
Enseñanza presencial (Teoría) [PRESENCIAL][Otra metodología]	40
Enseñanza presencial (Prácticas) [PRESENCIAL][Método expositivo/Lección magistral]	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	

10. BIBLIOGRAFÍA, RECURSOS					
Autor/es	Título/Enlace Web	Editorial	Población	ISBN	Año Descripción
SEVILLA MUÑOZ, Manuel	Una clasificación del texto científico-técnico http://elies.rediris.es/Language_Design/LD5/sevilla-sevilla.pdf				2003
ABRIL VARGAS, Natividad	Periodismo de opinión	Síntesis	Madrid		1999
ABRIL, Gonzalo	Teoría general de la información. Datos, relatos y mitos	Cátedra	Madrid		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	De Boeck - INA	Bruxelles		2005
ESCRIBANO HERNÁNDEZ, Asunción	Comentarios de textos periodísticos: Informativos, interpretativos y de opinión.	Ediciones Universidad de Salamanca	Salamanca		2006
HERRERO CECILIA, Juan	Teorías de pragmática de lingüística textual y de análisis del discurso	Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha	Cuenca		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,	Nathan	Paris		2003
MADRID CÁNOVAS, Sonia	Semiótica del discurso publicitario: del signo a la imagen	Editum			2005
PEÑA, Gloria	¿Elementos contextuales en el discurso publicitario? ¿ http://pendientedemigracion.ucm.es/info/circulo/no31/pena.pdf				
SANTAMARIA	La opinión periodística: argumentos y géneros para la		Buenos		

SUAREZ, Luisa	persuasión LA PUBLICIDAD COMO DISCURSO SOCIAL: http://vereda.ula.ve/exposiciones/campaap/partei.htm	Editorial Docencia	Aires	2009
Kövecses, Zoltan	Metaphor: A Practical Introduction https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliotecaucm-ebooks/search.action?plsbm=9780195145113	Oxford University Press	9780195145113	2002
George Lakoff and Mark Johnson, trans. Carmen González Marín	Metáforas de la vida cotidiana	Catédra	Madrid	1986
Lakoff and Johnson	http://eds.b.ebscohost.com/eds/detail/detail?vid=1&sid=6865c83c-d894-47ea-9ab9-eda807fb6135%40sessionmgr102&bdata=Jmxhbm9ZXMmc2I0ZT1lZHMtG2ZQ%3d%3d#AN=clm.C00136850c4&db=c06601a Philosophy in the flesh: the embodied mind and its challenge to western thought http://eds.a.ebscohost.com/eds/detail/detail?vid=3&sid=f0a789f2-53fe-4270-8fe8-f7c96d8364d2%40sessionmgr4006&bdata=Jmxhbm9ZXMmc2I0ZT1lZHMtG2ZQ%3d%3d#	Basic Books	New York	1999