



## DATOS IDENTIFICATIVOS

### Lingua: Linguaxe publicitaria en español

|                       |                                                                                                                |        |       |              |
|-----------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|-------|--------------|
| Materia               | Lingua: Linguaxe publicitaria en español                                                                       |        |       |              |
| Código                | P04G190V01103                                                                                                  |        |       |              |
| Titulación            | Grao en Publicidade e Relacións Públicas                                                                       |        |       |              |
| Descritores           | Creditos ECTS                                                                                                  | Sinale | Curso | Cuadrimestre |
|                       | 6                                                                                                              | FB     | 1     | 1c           |
| Lingua de impartición | Castelán                                                                                                       |        |       |              |
| Departamento          | Lingua española                                                                                                |        |       |              |
| Coordinador/a         | Fernández Soneira, Ana María                                                                                   |        |       |              |
| Profesorado           | Fernández Soneira, Ana María                                                                                   |        |       |              |
| Correo-e              | anafe@uvigo.es                                                                                                 |        |       |              |
| Web                   |                                                                                                                |        |       |              |
| Descrición xeral      | Esta materia ten como obxectivo estudar os elementos lingüísticos que entran en xogo no ámbito da publicidade. |        |       |              |

## Competencias

|        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|--------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Código |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| A1     | Que os estudantes demostren posuír e comprender coñecementos nunha área de estudo que parte da base da educación secundaria xeral e adoita atoparse a un nivel que, malia se apoiar en libros de texto avanzados, inclúe tamén algúns aspectos que implican coñecementos procedentes da vangarda do seu campo de estudo. |
| A3     | Que os estudantes teñan a capacidade de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro da súa área de estudo) para emitir xuízos que inclúan unha reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica ou ética.                                                                                     |
| A4     | Que os estudantes poidan transmitir información, ideas, problemas e solución a un público tanto especializado coma non especializado.                                                                                                                                                                                    |
| B1     | Competencias interpretativa e operativa da comunicación como realidade e como campo de estudo desde o punto de vista humanístico e técnico: coñecemento teórico da comunicación.                                                                                                                                         |
| B2     | Competencia interpretativa da comunicación: capacidade de analizar os elementos da comunicación e xerar os coñecementos nesta disciplina.                                                                                                                                                                                |
| B3     | Competencia interpretativa do entorno: capacidade para interpretar, analizar e interpretar o entorno económico, político, socio-cultural, tecnolóxico e comunicativo                                                                                                                                                     |
| C2     | Competencias socioculturais: Coñecemento dos procesos sociopsicolóxicos que afectan ao desenvolvemento da comunicación en xeral, os específicos da comunicación publicitaria e os propios das relacións cos públicos                                                                                                     |
| C5     | Coñecemento teórico-práctico dos elementos, formas e linguaxes da publicidade e das relacións públicas no contexto local/ rexional, nacional e internacional                                                                                                                                                             |
| C7     | Coñecemento da ética e a deontoloxía profesional da publicidade e das relacións públicas así como do ordenamento xurídico que afecta ás prácticas comunicativas                                                                                                                                                          |
| C13    | Destrezas expresivas: capacidade e habilidade para dar forma creativa á mensaxe. Realización de pezas publicitarias básicas e supervisión da súa produción definitiva.                                                                                                                                                   |
| C14    | Destrezas directivas e colaborativas: capacidade e habilidade para responsabilizarse da área de comunicación dunha organización, afrontando a xestión estratéxica dos seus intanxibles, a responsabilidade social corporativa e as relacións con diferentes públicos.                                                    |
| D1     | Competencias interpretativas da comunicación: capacidade de recoñecer implicacións éticas en decisións profesionais                                                                                                                                                                                                      |
| D2     | Competencias creativas: capacidade para a creatividade, a innovación e a adaptación ao cambio                                                                                                                                                                                                                            |
| D3     | Competencias colaborativas: capacidade de adaptación aos obxectivos e valores organizativos e de traballo en equipo                                                                                                                                                                                                      |
| D4     | Competencias directivas: capacidade para administrar o tempo, con habilidade para a organización de tarefas                                                                                                                                                                                                              |
| D5     | Competencias directivas: capacidade de asumir o liderado en proxectos, xeríndoos eficientemente e asumindo compromisos de responsabilidade social                                                                                                                                                                        |

**Resultados de aprendizaxe**

| Resultados previstos na materia                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Resultados de Formación e Aprendizaxe |          |                 |                |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------|----------|-----------------|----------------|
| Interpretar os elementos, as formas e os procesos da linguaxe publicitaria e aplicalos ás mensaxes publicitarias.                                                                                                                                                                                                            | A1                                    | B2       | C5              | D2             |
| Comunicarse con fluidez no contexto profesional e na sociedade contemporánea de forma oral e escrita, en lingua española.                                                                                                                                                                                                    | A4                                    | B3       | C13             | D1<br>D5<br>D6 |
| Dominar os coñecementos fundamentais da comunicación que serven de soporte para a súa actividade, en función dos requerimentos fixados como coñecementos disciplinares e competencias profesionais.                                                                                                                          | A3                                    | B1       | C2              | D1<br>D3       |
| Comprender o fenómeno da linguaxe, e da lingua española en particular, como capacidade humana que posibilita a comunicación. Aplicar ese coñecemento para analizar a comunicación publicitaria dende unha perspectiva lingüística (gramatical, pragmática e estilística).                                                    | A3                                    | B1<br>B3 | C2<br>C14       | D3<br>D5       |
| Recoñecer as particularidades da linguaxe publicitaria así coma as peculiaridades léxicas da linguaxe empregada nos medios de comunicación, co obxectivo de facer un uso do vocabulario adecuado ao tema, ao medio e ao público.                                                                                             | A3                                    | B2<br>B3 | C2<br>C5<br>C14 | D2             |
| Recoñecer, así mesmo, os factores extralingüísticos que condicionan o uso da linguaxe e o significado que as expresións lingüísticas adquiren en función do contexto.                                                                                                                                                        |                                       |          |                 |                |
| Identificar a norma culta do español así coma as desviacións máis frecuentes da norma, co obxectivo de facer un uso consciente e responsable da linguaxe                                                                                                                                                                     | A1                                    | B2       | C7<br>C14       | D5             |
| Analizar e crear textos, principalmente publicitarios, co obxectivo primeiro de aprender a criticar modelos e a manexar os recursos da lingua española para a creación de mostras de lingua creativas, recoñecendo as particularidades léxicas da linguaxe publicitaria.                                                     | A1<br>A3                              | B2       | C13             | D1<br>D3<br>D4 |
| Expresar ideas dunha maneira independente, orixinal e tolerante que axude a facer unha publicidade responsable.                                                                                                                                                                                                              | A3                                    | B2       | C13             | D1             |
| Interpretar e analizar o entorno humano no que se produce o intercambio publicitario, tendo en conta tanto a identidade coma os valores da comunidade, co propósito de eliminar prexuízos lingüísticos contra a lingua propia, apreciar os beneficios da diversidade de linguas e sensibilizarnos con relación a todas elas. | A3                                    |          | C2<br>C7        | D3<br>D5       |
| Desenvolver a creatividade que se supón resultado da liberdade no dominio da lingua.                                                                                                                                                                                                                                         | A1                                    | B2       | C13             | D2             |

**Contidos**

| Tema                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|----------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. A comunicación, a linguaxe e as linguas: a lingua española. | 1.1. A comunicación e a linguaxe<br>1.2. A comunicación publicitaria: as funcións da linguaxe publicitaria.<br>1.3. A comunicación verbal e a comunicación no verbal.                                                                                                                                      |
| 2. Os ámbitos e rexistros das linguas: os usos do español      | 2.1. Expresión oral e expresión escrita en español. Coherencia, cohesión e adecuación da mensaxe textual.<br>2.2. A linguaxe publicitaria<br>2.3. Norma e uso do español nos medios                                                                                                                        |
| 3. Rasgos lingüísticos da mensaxe publicitaria                 | 3.1. Rasgos fónicos e prosódicos<br>3.2. Rasgos gráficos<br>3.3. Rasgos morfolóxicos<br>3.4. Rasgos sintácticos<br>3.5. Rasgos léxicos<br>3.6. Innovación léxica                                                                                                                                           |
| 4. Rasgos pragmáticos e retóricos da mensaxe publicitaria      | 4.1. ¿Quen é o destinatario da mensaxe publicitaria?<br>4.2. ¿Cómo inflúe o coñecemento do mundo na nosa percepción da publicidade?<br>4.3. As figuras retóricas                                                                                                                                           |
| 5. Análise de textos publicitarios en español.                 | 5.1. Adecuación dos textos publicitarios ao canal de expresión, ao obxectivo buscado e aos destinatarios.<br>5.2. Análise do discurso publicitario: enunciados e textos para vender.<br>5.3. A cultura e a ideoloxía na publicidade; a propaganda.<br>5.4. Composición de textos publicitarios en español. |

**Planificación**

|                                                           | Horas na aula | Horas fóra da aula | Horas totais |
|-----------------------------------------------------------|---------------|--------------------|--------------|
| Resolución de problemas e/ou exercicios                   | 12            | 24                 | 36           |
| Presentacións/exposicións                                 | 8             | 32                 | 40           |
| Resolución de problemas e/ou exercicios de forma autónoma | 0             | 12                 | 12           |
| Actividades introdutorias                                 | 1             | 0                  | 1            |

|                                              |    |    |    |
|----------------------------------------------|----|----|----|
| Estudo de casos/análises de situacións       | 3  | 0  | 3  |
| Sesión maxistral                             | 24 | 24 | 48 |
| Probas de resposta longa, de desenvolvemento | 2  | 8  | 10 |

\*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientador, considerando a heteroxeneidade do alumnado.

### Metodoloxía docente

|                                                           | Descrición                                                                                                                                               |
|-----------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Resolución de problemas e/ou exercicios                   | Realizaranse prácticas de lingua española en relación co eido da publicidade.                                                                            |
| Presentacións/exposicións                                 | Os alumnos terán que facer unha exposición oral, en grupos, centrada na análise da linguaxe da publicidade.                                              |
| Resolución de problemas e/ou exercicios de forma autónoma | Os alumnos terán que facer unha serie de exercicios que vencellan a lingua española e a publicidade.                                                     |
| Actividades introdutorias                                 | A profesora explicará a dinámica do curso e pedirá aos alumnos a realización dunha actividade inicial para valorar a súa competencia escrita en español. |
| Estudo de casos/análises de situacións                    | Análise de enunciados e textos publicitarios para estudar os recursos lingüísticos empregados                                                            |
| Sesión maxistral                                          | As horas destinadas ás sesións maxistras centraranse na explicación dos contidos teóricos da materia.                                                    |

### Atención personalizada

| Metodoloxías                                              | Descrición                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|-----------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Resolución de problemas e/ou exercicios                   | Pretendemos que o alumnado aproveite estas horas para: 1. Expoñer as súas ideas sobre a materia. 2. Preguntar as dúbidas que lle ocasionen as lecturas feitas. 3. Preguntar ás dúbidas que lle poidan xurdir da resolución das prácticas realizadas. 4. Traballar, xunto co profesor, na estrutura, secuenciación e contido dos seus traballos e exposicións. |
| Resolución de problemas e/ou exercicios de forma autónoma | Pretendemos que o alumnado aproveite estas horas para: 1. Expoñer as súas ideas sobre a materia. 2. Preguntar as dúbidas que lle ocasionen as lecturas feitas. 3. Preguntar ás dúbidas que lle poidan xurdir da resolución das prácticas realizadas. 4. Traballar, xunto co profesor, na estrutura, secuenciación e contido dos seus traballos e exposicións. |
| Probas                                                    | Descrición                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| Probas de resposta longa, de desenvolvemento              | Pretendemos que o alumnado aproveite estas horas para: 1. Expoñer as súas ideas sobre a materia. 2. Preguntar as dúbidas que lle ocasionen as lecturas feitas. 3. Preguntar ás dúbidas que lle poidan xurdir da resolución das prácticas realizadas. 4. Traballar, xunto co profesor, na estrutura, secuenciación e contido dos seus traballos e exposicións. |

### Avaliación

| Avanación                                                 | Descrición                                                                                                                                                                           | Cualificación | Resultados de Formación e Aprendizaxe |                |                  |                      |
|-----------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|---------------------------------------|----------------|------------------|----------------------|
| Presentacións/exposicións                                 | Os alumnos terán que facer, en grupo, unha exposición oral que se centrará na análise da linguaxe da publicidade.                                                                    | 30            | A1<br>A3<br>A4                        | B2             | C5<br>C13<br>C14 | D3<br>D4<br>D5<br>D6 |
| Resolución de problemas e/ou exercicios de forma autónoma | Os alumnos terán que entregar unha serie de prácticas, guiadas pola profesora, nas que terán que a) analizar a linguaxe publicitaria; b) demostrar a súa competencia textual.        | 30            | A1<br>A4                              | B2<br>B3       | C2<br>C13        | D2<br>D4             |
| Probas de resposta longa, de desenvolvemento              | Haberá unha proba final de desenvolvemento, na que os alumnos terán que demostrar que teñen adquiridos os contidos do curso e que teñen unha boa competencia lingüística en español. | 40            | A1<br>A3<br>A4                        | B1<br>B2<br>B3 | C5<br>C7         | D1<br>D4<br>D6       |

### Outros comentarios sobre a Avaliación

A avaliación será continua. Para poder seguir esta avaliación o alumno deberá asistir ao 80% das horas de clase. A asistencia é un requisito para seguir a avaliación continua, pero non será puntuada na nota global.

Os alumnos que non asistan regularmente non terán dereito á avaliación continua.

Para superar a materia os alumnos teñen que realizar todos os traballos estipulados polo profesor (traballos de aula, traballos tutelados, exposicións orais) e a proba final. A entrega de prácticas ou exercicios propostos terá que realizarse na

data establecida polo profesor. Fóra dese prazo non serán admitidos. A nota final será a suma de todas as calificacións obtidas nas diferentes probas.

## **2ª Edición de actas**

O alumnado que non cumpra os requisitos da avaliación continua poderá realizar un único exame na convocatoria de xullo, na data estipulada oficialmente. Este exame terá unha parte teórica e outra práctica.

---

### **Bibliografía. Fontes de información**

---

#### **Bibliografía principal**

Baños González, Miguel et al. (2009): *Las palabras en la publicidad. El redactor publicitario y su papel en la comunicación publicitaria*, Madrid, Ediciones del Laberinto.

Briz, A. (coord.) (2008): *Saber hablar*, Madrid, Aguilar.

Cassany, Daniel (2009, 16ª ed.): *La cocina de la escritura*, Barcelona, Anagrama.

Escandell Vidal, Mª Victoria (2005): *La comunicación*, Madrid, Gredos.

Instituto Cervantes (2012): *El libro del español correcto. Claves para hablar y escribir bien*, Madrid, Espasa libros.

Mesanza López, J. (2009): *Hablar y escribir correctamente: barbarismos, impropiedades y dudas en el español oral y escrito*, Madrid, Wolters Kluwer.

RAE (2010): *Ortografía de la lengua española*, Madrid, Espasa.

RAE / Asociación de academias de la lengua española (2005): *Diccionario panhispánico de dudas*, Madrid, Santillana (<http://buscon.rae.es/dpd/>).

Robles Ávila, Sara & Leonardo Gómez Torrego (2014): *Transgresiones idiomáticas en el lenguaje de la publicidad*, Madrid, Cátedra.

Robles Ávila, Sara & Mª Victoria Romero (coord.) (2010): *Publicidad y lengua española*, Sevilla, Comunicación Social ediciones y publicaciones.

Robles Ávila, Sara (ed.) (2005): *Aspectos y perspectivas del lenguaje publicitario*, Málaga, Universidad de Málaga.

Sánchez Lobato, J. (coord.) (2006): *Saber escribir*, Madrid, Aguilar.

Vellón Lahoz, Javier (2007): *Estrategias lingüísticas de los textos publicitarios*, Barcelona, UOC.

#### **Bibliografía complementaria**

Adam, Jean Michael & Marc Bonhomme (2000): *La Argumentación publicitaria: retórica del elogio y de la persuasión* (traducción de María A. Pérez Harguindey y Manuel Talens), Madrid, Cátedra.

Alvarado López, Mª Cruz & Martín Requero, Mª Isabel (coord.) (2007): *Nuevas tendencias en la publicidad del siglo XXI*, Salamanca, Comunicación Social ediciones y publicaciones.

Álvarez, M (1997): *Escritos comerciales*, Madrid, Arco Libros.

Blanco, Luisa (1997): "El lenguaje de los textos publicitarios", en Henríquez y Esparza (eds.): *Estudios de lingüística*, Servizo de publicacións da Universidade de Vigo, pp. 155-165.

Fernández, Eduardo (2006): *Retórica clásica y publicidad*, Logroño, Instituto de estudios riojanos.

García González, Mª Nieves (2008): *Periodismo, publicidad, cine, comunicación audiovisual y relaciones públicas. Iconos para un lenguaje democrático. Un enfoque interdisciplinar para el aprendizaje de los estudios superiores*, Madrid, Editorial Fragua.

Grijelmo, Alex (2006): *La gramática descomplicada*, Madrid, Taurus.

Gutiérrez Ordóñez, Salvador (1997): *Comentario pragmático de textos publicitarios*, Madrid, Arco Libros.

Hellín, Lucía (2012): *¿Peligrosos o en peligro? Representaciones de los jóvenes en la publicidad*, en Raiter, Alejandro, & Zullo, Julia (coords.), *Esclavos de las palabras*, Universidad de Buenos Aires, Editorial de la Facultad de Filosofía y Letras.

Hernández Toribio, M<sup>a</sup> Isabel (2008): "El lenguaje de la publicidad: algunas estrategias al servicio de la persuasión emocional", en Arroyo Almaraz, Antonio (coord.), *La lengua española en los medios de comunicación y en las nuevas tecnologías*, Madrid, Laberinto.

Instituto Cervantes (2013): *Las 500 dudas más frecuentes del español*, Madrid, Espasa.

Marías, Javier (2012): *Lección pasada de moda. Letras de lengua*, Barcelona, Galaxia Gutenberg.

Martínez de Sousa, José (2008): *Ortografía y ortotipografía del español actual*, Gijón, Trea.

RAE (1999): *Ortografía de la lengua española* (Ed. revisada por las Academias de la Lengua Española), Madrid, Espasa.

RAE (2004): *Diccionario de la lengua española* [Recurso electrónico], Madrid, Espasa Calpe (<http://buscon.rae.es/drae/>).

RAE/ Asociación de academias de la lengua española (2009): *Nueva gramática de la lengua española* (2 vol.), Madrid, Espasa libros.

Sánchez Corral, Luis (1991): *Retórica y sintaxis de la publicidad: itinerarios de la persuasión*, Córdoba, Universidad.

#### **Otras fuentes**

A lo largo del curso los alumnos tendrán que consultar también fuentes electrónicas, fuentes orales, etc.

---

#### **Recomendaciones**

---

##### **Materias que se recomienda cursar simultáneamente**

Comunicación: Comunicación escrita/P04G190V01201

---