



## DATOS IDENTIFICATIVOS

### Lengua: Lenguaje publicitario en gallego

Asignatura	Lengua: Lenguaje publicitario en gallego			
Código	P04G190V01102			
Titulación	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas			
Descriptor	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	FB	1	1c
Lengua Impartición	Gallego			
Departamento	Filología gallega y latina			
Coordinador/a	Fernández Salgado, Benigno			
Profesorado	Fernández Salgado, Benigno			
Correo-e	bfsalgado@gmail.com			
Web				
Descripción general	El propósito de esta materia es adquirir las herramientas lingüísticas que capaciten los estudiantes para: (la) examinar sus emociones ante lo medio de suerte que se favorezca la adopción de posiciones sensibles e inteligentes con relación al mundo y a las lenguas, (*b) favorecer la expresión en gallego del pensamiento crítico, independiente, original y tolerante, y (*c) desarrollar la racionalidad y la creatividad mediante el ejercicio de la lengua gallega, tanto en la práctica oral como escritura.			

## Competencias

Código	
A1	Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.
A3	Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.
B1	Competencias interpretativa y operativa de la comunicación como realidad y como campo de estudio desde el punto de vista humanístico y técnico: conocimiento teórico de la comunicación.
B2	Competencia interpretativa de la comunicación: capacidad de analizar los elementos de la comunicación y generar los conocimientos en esta disciplina.
B3	Competencia interpretativa del entorno: capacidad para analizar e interpretar el entorno económico, político, socio-cultural, tecnológico y comunicativo.
C2	Competencias socio-culturales: Conocimiento de los procesos sociopsicológicos que afectan al desarrollo de la comunicación en general, los específicos de la comunicación publicitaria y los propios de relaciones con los públicos
C5	Conocimiento teórico-práctico de los elementos, formas y lenguajes de la publicidad y de las relaciones públicas en el contexto local/regional, nacional e internacional.
C7	Conocimiento de la ética y la deontología profesional de la publicidad y de las relaciones públicas así como del ordenamiento jurídico que afecta a las prácticas comunicativas
D1	Competencias interpretativas de la comunicación: capacidad de reconocer implicaciones éticas en decisiones profesionales.
D2	Competencias creativas: capacidad para la creatividad, la innovación y la adaptación al cambio
D3	Competencias colaborativas: capacidad de adaptación a los objetivos y valores organizacionales y de trabajo en equipo
D4	Competencias directivas: capacidad para gestionar el tiempo, con habilidad para la organización de tareas

## Resultados de aprendizaje

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
------------------------------------	---------------------------------------

Estudiar los diversos elementos, formas y usos específicos del gallego aplicados a la publicidad y su funcionalidad dentro de la comunidad gallega.	A1		C2 C5
Leer literatura para aprender a apreciar valores como la belleza, la bondad o la justicia y detectar su ausencia.	A3	B1 B3	C2 C7
Analizar textos. Examinar, en particular, textos publicitarios con vistas a valorar *críticamente la adecuación, coherencia y corrección de la expresión oral y escrita. Estudiar su dimensión social y *semiótica con vistas a reflexionar sobre la cultura y el el discurso publicitario. Comprender y juzgar el valor pragmático de la publicidad.		B2 B3	C7 D1
Promover la autonomía del alumno para producir y corregir distintos tipos de textos relacionados con el ámbito académico y publicitario. Aprender a manejar de manera activa y consciente los recursos que la lengua gallega ofrece. Desarrollar la creatividad que se supone resultado de la libertad en el dominio de la lengua. Favorecer, en suma, la expresión de un pensamiento crítico, independiente, original y tolerante que ayude a hacer una publicidad responsable.	A3		C5 D1 D2
Investigar y analizar el ámbito humano en que se produce el intercambio publicitario, atendiendo a la identidad y valores de la comunidad, con el propósito de eliminar perjuicios lingüísticos en contra de la lengua propia, apreciar los beneficios de la diversidad de lenguas y sensibilizarnos con relación a todas ellas.	A3	B3	C7 D1 D3 D4

## Contenidos

### Tema

<p><input type="checkbox"/> TEMA 1. La COMUNICACIÓN, EL LENGUAJE Y LAS LENGUAS: La LENGUA GALLEGA</p>	<p><input type="checkbox"/> La comunicación y el lenguaje.  <input type="checkbox"/> Comunicación verbal y no verbal.  <input type="checkbox"/> Unidad y diversidad de las lenguas.  <input type="checkbox"/> La lengua gallega y sus variedades.</p>
<p><input type="checkbox"/> TEMA 2. Los ÁMBITOS Y REGISTROS DE LAS LENGUAS: Los USOS DEL GALLEGO.</p>	<p><input type="checkbox"/> Las funciones del lenguaje.  <input type="checkbox"/> Los registros y niveles de las lenguas.  <input type="checkbox"/> Expresión oral y expresión escrita en gallego: ortofonía y ortografía.  <input type="checkbox"/> La lengua gallega y su historia: de la literatura gallega a la publicidad en gallego.  <input type="checkbox"/> Las funciones del lenguaje publicitario: historia y actualidad del lenguaje publicitario en gallego.</p>
<p><input type="checkbox"/> TEMA 3: La GRAMÁTICA Y EL LÉXICO DE LA PUBLICIDAD: EL LENGUAJE PUBLICITARIO GALLEGA.</p>	<p><input type="checkbox"/> Gramáticas y diccionarios gallegos.  <input type="checkbox"/> Fonética y prosodia. La estructura fonológica y los usos gráficos del gallego. La entonación y los signos de puntuación.  <input type="checkbox"/> Morfología y sintaxis. Formación de palabras. Las clases de palabras y las categorías gramaticales. Las relaciones sintácticas y la construcción oracional. Clasificación de las oraciones.  <input type="checkbox"/> Léxico y semántica. Usos y abusos léxicos. Elección de palabras. Interferencias y neologismos. Precisión léxica. Relaciones semánticas entre palabras.</p>
<p><input type="checkbox"/> TEMA 4: EL MENSAJE PUBLICITARIO: LAS LENGUAS EN EL PROCESO DE CREACIÓN Y RECEPCIÓN DE MENSAJES PUBLICITARIOS EN SOCIEDADES MEDIÁTICAS.</p>	<p><input type="checkbox"/> La comunidad lingüística gallega. Lengua y poder. Prestigio social y perjuicios lingüísticos.  <input type="checkbox"/> Lengua estándar y nacionalismo lingüístico. Lengua internacional y globalización de la cultura.  <input type="checkbox"/> Multilingüismo y bilingüismo. Diglosia y semilingüismo. Monolingüismo.  <input type="checkbox"/> De la identidad a las identidades: valores, creencias, actitudes y modos de comportamiento.</p>
<p><input type="checkbox"/> TEMA 5. ANÁLISIS DEL LENGUAJE PUBLICITARIO. LOS TEXTOS PUBLICITARIOS EN GALLEGO.</p>	<p><input type="checkbox"/> Análisis textual: coherencia, cohesión y gramaticalidad en los anuncios en gallego. Las secuencias textuales y los conectores.  <input type="checkbox"/> La adecuación en los textos publicitarios en gallego.  <input type="checkbox"/> La intertextualidad de los enunciados publicitarios: el discurso repetido.  <input type="checkbox"/> La retórica de la comunicación publicitaria: un análisis estilístico de la publicidad en gallego.</p>

## Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Sesión magistral	10	10	20
Seminarios	10	20	30
Debates	5	5	10
Resolución de problemas y/o ejercicios	10	10	20
Trabajos tutelados	10	30	40
Pruebas prácticas, de ejecución de tareas reales y/o simuladas.	2	10	12
Trabajos y proyectos	3	15	18

\*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

<b>Metodologías</b>	
	Descripción
Sesión magistral	Exposición, por parte del profesor, de los contenidos de la materia con explicaciones relativas a las bases teóricas que la sustentan. También se englobaría aquí la explicación de las directrices de los trabajos, ejercicios o proyectos que los estudiantes deben llevar a cabo.
Seminarios	Actividades centradas en temas concretos que permiten profundizar o completar los contenidos de la materia. Pueden complementar a las clases teóricas siempre y cuando un alumno o un grupo prepare alguno de los subtemas del programa fuera de la clase con bibliografía y ejemplificación idóneas. También se podrían utilizar para presentar o exponer los avances en los trabajos de curso.
Debates	Intercambio de argumentaciones entre estudiantes o grupos de estudiantes sobre contenidos de la materia que incluirían la discusión de temas lingüísticos o publicitarios controvertidos. Podrían centrarse también en el análisis de un caso o en los diferentes puntos de vista con relación a los trabajos que se vayan haciendo.
Resolución de problemas y/o ejercicios	Actividad en la que se formulan problemas o ejercicios relacionados con la materia (como por ejemplo, de corrección lingüística y estilística para mejorar la gramática y el léxico). Es un complemento indispensable de la lección magistral. El estudiante debe desarrollar las soluciones adecuadas mediante la ejercitación de rutinas, aplicación de procedimientos de transformación de la información e interpretación de los resultados.
Trabajos tutelados	Elaboración de un texto académico de cierta extensión basado en investigaciones hechas en las áreas de estudio relacionadas con la lengua y la publicidad. Lo que se pretende con su realización, es que el estudiante aprenda a documentarse y trabaje de manera crítica y analítica habituándose al mismo tiempo a los estándares formales de las publicaciones académicas bajo la orientación del profesor.

### **Atención personalizada**

<b>Metodologías</b>	<b>Descripción</b>
Trabajos tutelados	Habrán tutorías individuales y en grupos pequeños sobre los temas que se vayan a tratar en las exposiciones de los seminarios. En ellas se comentarán las dificultades que se encuentren en el estudio de la materia y se intercambiarán ideas sobre los contenidos a tratar y la forma en que mejor se podrían transmitir. En el caso de los trabajos guiados, el seguimiento del trabajo o proyecto de curso debería llevarse a cabo en las horas de tutorías.
Seminarios	Habrán tutorías individuales y en grupos pequeños sobre los temas que se vayan a tratar en las exposiciones de los seminarios. En ellas se comentarán las dificultades que se encuentren en el estudio de la materia y se intercambiarán ideas sobre los contenidos a tratar y la forma en que mejor se podrían transmitir. En el caso de los trabajos guiados, el seguimiento del trabajo o proyecto de curso debería llevarse a cabo en las horas de tutorías.

### **Evaluación**

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje
Sesión magistral	Se valorará la asistencia a las aulas magistrales cuando las faltas no superen el 20%.	10	C5
Seminarios	Se valorará la participación activa, en particular las exposiciones, las preguntas, sugerencias y comentarios que se hagan. También el trabajo previo de los estudiantes encargados de preparar la presentación.	5	B2 C5 D1
Debates	Se valorará la participación activa y la contribución al debate y a las conclusiones que se puedan extraer de la actividad argumentativa.	5	A1 B1 B3
Resolución de problemas y/o ejercicios	El profesor especificará las actividades prácticas que son evaluables. Se valorará la realización y resolución de los ejercicios programados.	15	A3 B1 C2 B2 B3
Trabajos tutelados	Se valorará el proceso y el resultado final de la investigación o trabajo tutelado llevado a cabo durante el curso. Se tendrá en cuenta la forma y presentación externa (grafismo, ilustraciones), la organización, las fuentes y referencias usadas, la calidad de los argumentos y el cuidado de la lengua.	30	A3 B2 C2 D1 C7 D2 D3 D4
Pruebas prácticas, de ejecución de tareas reales y/o simuladas.	Se hará una prueba al final del cuatrimestre en la que el estudiante deberá demostrar el uso correcto y efectivo de la lengua, componiendo textos apropiados y corrigiendo inadecuaciones o errores lingüísticos en textos escritos y orales.	30	C5
Trabajos y proyectos	Se valorará la presentación del proyecto o trabajo tutelado	5	A3

### **Otros comentarios sobre la Evaluación**

Evaluación continua a través del seguimiento de las lecturas, tutorías y trabajos realizados a lo largo del curso.

Evaluación global del proceso de aprendizaje y adquisición de competencias y conocimientos a través de una prueba presencial.

Evaluación basada en la participación activa del alumno y en la entrega de los trabajos y ejercicios que se requirieron a lo largo del curso.

La segunda convocatoria consistirá en un examen escrito. Se podría valorar también la presentación de un trabajo previamente acordado con el profesor.

Calificación numérica de 0 a 10 segundo a legislación vigente (RD 1125/2003).

---

### Fuentes de información

Álvarez, R. / Xove, X., **Gramática da Lingua Galega**, 2002,  
Callón, C., **Como falar e escribir en galego con corrección e fluidez**, 2012,  
Calvet, L.-J., **(Socio)lingüística**, 1998,  
Crystal, D., **A Morte das Linguas. Razóns para a Sobrevivencia**, 2003,  
Feixó, X. / Pena, X.R. / Rosales, M., **Galego Século XXI. Nova Guía da Lingua Galega**, 2004,  
Fernández Salgado, B. (dir.), **Dicionario de Usos e Dificultades**, 2004,  
Fernández Salgado, B. (ed.), **Manual de Estilo de O Correo Galego**, 2001,  
Fernández Rei, F., **Dialectoloxía da Lingua Galega**, 1991,  
Ferreiro, M., **Gramática Histórica Galega. (II) Lexicoloxía**, 1997,  
Fill, A. & Mühlhäusler, P. (eds.), **Language, Ecology and Environment**, 2001,  
Formoso Gosende, V., **Do estigma á estima. Propostas para un novo discurso lingüístico**, 2013,  
García Gondar, F. (dir.), **Repertorio Bibliográfico da Lingüística Galega**, 2013 [1995],  
González, M. / Santamarina, A., **Vocabulario Ortográfico da Lingua Galega (VOLGa)**, 2004,  
González, M. (dir.), **O Galego segundo a Mocidade.**, 2004,  
González, M. (dir.), **Mapa Sociolingüístico de Galicia 2004**, 2007,  
González Rei, B., **Ortografía da Lingua Galega**, 2004,  
Hermida Gulías, C., **Gramática Práctica (Morfosintaxe)**, 2004,  
Lausberg, H., **Elementos de Retórica Literaria**, 2004,  
López Taboada, C. / Soto Arias, R., **Dicionario de Fraseoloxía Galega**, 2008,  
Méndez, L. & Navaza, G. (eds.), **Actas do I Congreso Internacional de Onomástica Galega**, 2007,  
Monteagudo, H. (ed.), **Estudios de Sociolingüística Galega**, 1995,  
Mühlhäusler, P., **Language of Environment. Environment of Language. A Course in Ecolinguistics**, 2003,  
RAG, **Dicionario Castelán-Galego da Real Academia Galega**, 2004,  
RAG/ILG, **Dicionario da Real Academia Galega**, 1997,  
RAG/ILG, **Normas Ortográficas e Morfolóxicas do Idioma Galego**, 2003,  
Ramallo, F. & Rei Doval, G., **Vender en galego. Comunicación, empresa e lingua en Galicia**, 1997,  
Ramallo, F. & Rei Doval, G., **Publicidade e Lingua Galega**, 1995,  
Regueira Fernández, X. L., **Dicionario de pronuncia da Lingua Galega**, 2010,  
Rosales, M., **A Linguaxe Literaria. Guía de Recursos para a Análise Textual**, 2003,  
Royo, J., **Unha Lingua É un Mercado**, 1997,  
Sapir, E., **A Linguaxe. Introducción ó estudo da fala**, 2010,  
Valderrama Santomé, M., **A Publicidade televisiva en Galicia: análise dos emisores, soportes e tendencias creativas (1960-2000)**, 2008,  
Wardough, R., **Introducción á Sociolingüística**, 1995,

**Bibliografía específica** sobre lengua y publicidad será aportada en clase para cada uno de los temas.

<http://www.xunta.es/tradutor/text.do>

---

### Recomendaciones

#### Asignaturas que continúan el temario

Comunicación: Comunicación escrita/P04G190V01201  
Teoría y práctica de la comunicación publicitaria/P04G190V01105  
Creatividad publicitaria/P04G190V01304  
Elaboración del mensaje publicitario/P04G190V01401  
Redacción y locución publicitaria/P04G190V01404

---

### Otros comentarios

"Lenguaje publicitario en gallego" es recomendable se tienes la intención de usar del gallego en tu futuro profesional.

También es una asignatura apropiada si aún no estás seguro de por que lo deberías de utilizar en Galicia.

---