



DATOS IDENTIFICATIVOS

Lingua: Linguaxe publicitaria en galego

Materia	Lingua: Linguaxe publicitaria en galego			
Código	P04G190V01102			
Titulación	Grao en Publicidade e Relacións Públicas			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	6	FB	1	1c
Lingua de impartición	Galego			
Departamento	Filoloxía galega e latina			
Coordinador/a	Fernández Salgado, Benigno			
Profesorado	Fernández Salgado, Benigno			
Correo-e	bfsalgado@gmail.com			
Web				
Descrición xeral	O propósito desta materia é adquirir as ferramentas lingüísticas que capaciten os estudantes para: (a) examinar as súas emocións ante o medio de xeito que se favoreza a adopción de posicións sensíbles e intelixentes con relación ó mundo e ás linguas, (b) favorecer a expresión en galego do pensamento crítico, independente, orixinal e tolerante, e (c) desenvolver a racionalidade e a creatividade mediante o exercicio da lingua galega, tanto na práctica oral coma escrita.			

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.			
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			
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			

Resultados de aprendizaxe

Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe
---------------------------------	---------------------------------------

Estudar os diversos elementos, formas e usos específicos do galego aplicados á publicidade e a súa funcionalidade dentro da comunidade galega.	A1		C2	
Ler literatura para aprender a apreciar valores coma a beleza, a bondade ou a xustiza e detectar a súa ausencia.	A3	B1 B3	C2 C7	
Analizar textos. Examinar, en particular, textos publicitarios con vistas a valorar criticamente a adecuación, coherencia e corrección da expresión oral e escrita. Estudar a súa dimensión social e semiótica con vistas a reflexionar sobre a cultura e o o discurso publicitario. Comprender e xulgar o valor pragmático da publicidade.		B2 B3	C7	D1
Promover a autonomía do alumno para producir e corrixir distintos tipos de textos relacionados co ámbito académico e publicitario. Aprender a manexar de maneira activa e consciente os recursos que a lingua galega ofrece. Desenvolver a creatividade que se supón resultado da liberdade no dominio da lingua. Favorecer, en suma, a expresión dun pensamento crítico, independente, orixinal e tolerante que axude a facer unha publicidade responsable.	A3		C5	D1 D2
Investigar e analizar o ámbito humano en que se produce o intercambio publicitario, atendendo á identidade e valores da comunidade, co propósito de eliminar prexuízos lingüísticos en contra da lingua propia, apreciar os beneficios da diversidade de linguas e sensibilizarnos con relación a todas elas.	A3	B3	C7	D1 D3 D4

Contidos

Tema

□ TEMA 1. A COMUNICACIÓN, A LINGUAXE E AS LINGUAS: A LINGUA GALEGA	□ A comunicación e a linguaxe. □ Comunicación verbal e non verbal. □ Unidade e diversidade das linguas. □ A lingua galega e as súas variedades.
□ TEMA 2. OS ÁMBITOS E REXISTROS DAS LINGUAS: OS USOS DO GALEGO.	□ As funcións da linguaxe. □ Os rexistros e niveis das linguas. □ Expresión oral e expresión escrita en galego: ortofonía e ortografía. □ A lingua galega e a súa historia: da literatura galega á publicidade en galego. □ As funcións da linguaxe publicitaria: historia e actualidade da linguaxe publicitaria en galego.
□ TEMA 3: A GRAMÁTICA E O LÉXICO DA PUBLICIDADE: A LINGUAXE PUBLICITARIA GALEGA.	□ Gramáticas e dicionarios galegos. □ Fonética e prosodia. A estrutura fonolóxica e os usos gráficos do galego. A entoación e os signos de puntuación. □ Morfoloxía e sintaxe. Formación de palabras. As clases de palabras e as categorías gramaticais. As relacións sintácticas e a construción oracional. Clasificación das oracións. □ Léxico e semántica. Usos e abusos léxicos. Escolla de palabras. Interferencias e neoloxismos. Precisión léxica. Relacións semánticas entre palabras.
□ TEMA 4: A MENSAXE PUBLICITARIA: AS LINGUAS NO PROCESO DE CREACIÓN E RECEPCIÓN DE MENSAXES PUBLICITARIAS EN SOCIEDADES MEDIÁTICAS.	□ A comunidade lingüística galega. Lingua e poder. Prestixio social e prexuízos lingüísticos. □ Lingua estándar e nacionalismo lingüístico. Lingua internacional e globalización da cultura. □ Multilingüismo e bilingüismo. Diglosia e semilingüismo. Monolingüismo. □ Da identidade ás identidades: valores, crenzas, actitudes e modos de comportamento.
□ TEMA 5. ANÁLISE DA LINGUAXE PUBLICITARIA. OS TEXTOS PUBLICITARIOS EN GALEGO.	□ Análise textual: coherencia, cohesión e gramaticalidade nos anuncios en galego. As secuencias textuais e os conectores. □ A adecuación nos textos publicitarios en galego. □ A intertextualidade dos enunciados publicitarios: o discurso repetido. □ A retórica da comunicación publicitaria: unha análise estilística da publicidade en galego.

Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Sesión maxistral	10	10	20
Seminarios	10	20	30
Debates	5	5	10
Resolución de problemas e/ou exercicios	10	10	20
Traballos tutelados	10	30	40
Probas prácticas, de execución de tarefas reais e/ou simuladas.	2	10	12
Traballos e proxectos	3	15	18

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

Metodoloxía docente	
	Descrición
Sesión maxistral	Exposición, por parte do profesor, dos contidos da materia con explicacións relativas ás bases teóricas que a sustentan. Tamén se englobaría aquí a explicación das directrices dos traballos, exercicios ou proxectos que os estudantes deben levar a cabo.
Seminarios	Actividades centradas en temas concretos que permiten afondar ou completar os contidos da materia. Poden complementar as clases teóricas sempre e cando un alumno ou un grupo prepare algún dos subtemas do programa fóra da clase con bibliografía e exemplificación axeitadas. Tamén se poderían utilizar para presentar ou expoñer os avances nos traballos de curso.
Debates	Intercambio de argumentacións entre estudantes ou grupos de estudantes sobre contidos da materia que incluírían a discusión de temas lingüísticos ou publicitarios controvertidos. Poderían centrarse tamén na análise dun caso ou nos diferentes puntos de vista con relación aos traballos que se vaian facendo.
Resolución de problemas e/ou exercicios	Actividade na que se formulan problemas ou exercicios relacionados coa materia (por exemplo, de corrección lingüística e estilística para mellorar a gramática e o léxico). É un complemento indispensable da lección maxistral. O estudante debe desenvolver as solucións adecuadas mediante a exercitación de rutinas, aplicación de procedementos de transformación da información e interpretación dos resultados.
Traballos tutelados	Elaboración dun texto académico de certa extensión baseado en investigacións feitas nas áreas de estudo relacionadas coa lingua e a publicidade. Coa súa realización, o que se pretende é que o estudante aprenda a documentarse, traballe de maneira crítica e analítica, e se habitúe os estándares formais das publicacións académicas baixo a orientación do profesor.

Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Traballos tutelados	Haberá titorías individuais e en grupos pequenos sobre os temas que se vaian tratar nas exposicións dos seminarios. Nelas comentaranse as dificultades que se encontren no estudo da materia e intercambiaranse ideas sobre os contidos a tratar e a forma en que mellor se poderían transmitir. No caso dos traballos guiados, o seguimento do traballo ou proxecto de curso debería levarse a cabo nas horas de titorías.
Seminarios	Haberá titorías individuais e en grupos pequenos sobre os temas que se vaian tratar nas exposicións dos seminarios. Nelas comentaranse as dificultades que se encontren no estudo da materia e intercambiaranse ideas sobre os contidos a tratar e a forma en que mellor se poderían transmitir. No caso dos traballos guiados, o seguimento do traballo ou proxecto de curso debería levarse a cabo nas horas de titorías.

Avaliación

	Descrición	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe
Sesión maxistral	Valorarase a asistencia ás aulas maxistras cando as faltas non superen o 20%.	10	C5
Seminarios	Valorarase a participación activa, en particular as exposicións, as preguntas, suxestións e comentarios que se fagan. Tamén o traballo previo dos estudantes encargados de preparar a presentación.	5	B2 C5 D1
Debates	Valorarase a participación activa e a contribución ao debate e ás conclusións que se poidan tirar da actividade argumentativa.	5	A1 B1 B3
Resolución de problemas e/ou exercicios	O profesor especificará as actividades prácticas que son avaliábeis. Valorarase a realización e resolución dos exercicios programados.	15	A3 B1 C2 B2 B3
Traballos tutelados	Valorarase o proceso e o resultado final da investigación ou traballo tutelado levado a cabo durante o curso. Terase en conta a forma e presentación externa (grafismo, ilustracións), a organización, as fontes e referencias usadas, a calidade dos argumentos e o coidado da lingua.	30	A3 B2 C2 D1 C7 D2 D3 D4
Probas prácticas, de execución de tarefas reais e/ou simuladas.	Farase unha proba ó final do cuadrimestre na que o estudante deberá demostrar o uso correcto e efectivo da lingua, compoñendo textos apropiados e corrixindo inadecuacións ou erros lingüísticos en textos escritos e orais.	30	C5
Traballos e proxectos	Valorarase a presentación do proxecto ou traballo tutelado	5	A3

Outros comentarios sobre a Avaliación

Avaliación continua a través do seguimento das lecturas, titorías e traballos realizados ao longo do curso.

Avaliación global do proceso de aprendizaxe e adquisición de competencias e coñecementos a través dunha proba presencial.

Avaliación baseada na participación activa do alumno e na entrega dos traballos e exercicios que se requiriron ao longo do curso.

A segunda convocatoria consistirá nun exame escrito. Poderíase valorar tamén a presentación dun traballo previamente acordado co profesor.

Cualificación numérica de 0 a 10 segundo a lexislación vixente (RD 1125/2003).

Bibliografía. Fontes 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, **Diccionario 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,
Wardagh, R., **Introducción á Sociolingüística**, 1995,

Nas clases achegarase **bibliografía específica** sobre lingua e publicidade para cada un dos temas.

Recomendacións

Materias que continúan o temario

Comunicación: Comunicación escrita/P04G190V01201
Teoría e práctica da comunicación publicitaria/P04G190V01105
Creatividade publicitaria/P04G190V01304
Elaboración da mensaxe publicitaria/P04G190V01401
Redacción e locución publicitaria/P04G190V01404

Outros comentarios

"Linguaxe publicitaria en galego" é recomendable se tes a intención de te servires do galego no teu futuro profesional. Tamén é unha materia apropiada se aínda non estás seguro de por que o deberías facer vivindo en Galicia.