



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	#EnglishFriendly Castelán 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) adoptar posicións sensíbeis 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, tanto na práctica oral coma escrita.			

Resultados de Formación e Aprendizaxe

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.		
A4	Que os estudantes poidan transmitir información, ideas, problemas e solución a un público tanto especializado coma non especializado.		
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.		
D1	Competencias interpretativas da comunicación: capacidade de recoñecer implicacións éticas en decisións profesionais.		

Resultados previstos na materia

Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe	
Adquirir os fundamentos teóricos relativos ao sistema da lingua galega dentro do marco da Comunicación social.	A1	C5
Estudar os diversos elementos, formas e usos específicos do galego aplicados á publicidade e a súa funcionalidade dentro da comunidade galega	B3	C2 C5
Analizar a comunicación publicitaria desde unha perspectiva lingüística (gramatical, estilístico-retórica e pragmática).		C5
Aprender a expresar ideas, informacións, problemas e solucións a un público tanto especializado como non especializado e a argumentar e debater os puntos de vista pertinentes.	A4	C5
Saber desenvolverse oralmente e por escrito con corrección e fluidez no ámbito académico e publicitario	A4	C5

Investigar e analizar a contorna humana e lingüística atendendo á identidade e valores da comunidade	B3	C2	D1
Analizar textos e valorar criticamente a adecuación, coherencia e corrección da expresión oral e escrita do discurso publicitario	B3	C5	
Coñecer e aplicar conceptos básicos das distintas ramas da lingüística a problemas ou retos publicitarios de distinta índole.		C2 C5	
Utilizar activa e conscientemente os recursos que a lingua galega ofrece. Promover a autonomía do alumno para producir e corrixir textos publicitarios. Desenvolver a creatividade que se supón resultado da liberdade no dominio da lingua	A4	C5	D1
Ler literatura para desenvolver un pensamento crítico, independente e tolerante. Ler para crear, para ter en conta aos demais; para entender o lugar que habitamos; para aprender a comprender e respectar as posicións alleas; para poder actuar adecuadamente na comunidade en que vivimos	B3		D1

Contidos

Tema

TEMA 1. A COMUNICACIÓN, A LINGUAXE E AS LINGUAS: A LINGUA GALEGA	1.1. A comunicación e a linguaxe. 1.2. Comunicación verbal e non verbal. 1.3. Unidade e diversidade das linguas: a lingua galega e as súas variedades.
TEMA 2. OS ÁMBITOS E REXISTROS DAS LINGUAS: OS USOS DO GALEGO.	2.1. As funcións, os usos e os rexistros das linguas 2.2. Expresión oral e expresión escrita en galego: ortofonía e ortografía. 2.3. A lingua galega e a súa historia: os medios e a publicidade en galego.
TEMA 3: A GRAMÁTICA E O LÉXICO DA PUBLICIDADE: A LINGUAXE PUBLICITARIA GALEGA.	3.1. Fonética e prosodia. A estrutura fonolóxica e os usos gráficos do galego. A entoación e os signos de puntuación. 3.2. Morfoloxía e sintaxe: Gramáticas galegas. Formación de palabras. As clases de palabras e as categorías gramaticais. As relacións sintácticas e a construción oracional. Clasificación das oracións. 3.3. Léxico e semántica: Dicionarios galegos. Usos e abusos léxicos. Escolla de palabras. Interferencias e neoloxismos. Relacións semánticas entre palabras.
TEMA 4: MENSAXES PUBLICITARIAS E PROPAGANDA: A PRODUCCIÓN E RECEPCIÓN DA PUBLICIDADE EN GALICIA	4.1. A comunidade lingüística galega. Lingua, identidade e poder. Prestixio social e prexuízos lingüísticos. 4.2. Lingua estándar e nacionalismos lingüísticos. Lingua internacional e globalización da cultura. 4.3. Multilingüismo e bilingüismo. Diglosia e semilingüismo. Monolingüismo.
TEMA 5. ANÁLISE DA LINGUAXE PUBLICITARIA. OS TEXTOS E OS DISCURSOS PUBLICITARIOS EN GALEGO.	5.1. Análise textual: coherencia, cohesión, gramaticalidade e intertextualidade nos anuncios en galego. Enunciados, conectores, discurso repetido. 5.2. Análise estilística: as figuras de estilo, a adecuación e estilo nos textos publicitarios en galego. 5.3. A retórica da comunicación publicitaria: globalización e localización. O discurso do mercado, da política e da cultura.

Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Actividades introdutorias	2	0	2
Lección maxistral	15	1	16
Seminario	15	45	60
Resolución de problemas	15	10	25
Traballo tutelado	10	30	40
Presentación	1	2	3
Exame de preguntas de desenvolvemento	1	2	3
Observación sistemática	1	0	1

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

Metodoloxía docente

	Descrición
Actividades introdutorias	Presentación do curso, dos contidos e lecturas, da metodoloxía docente, do atendimento personalizado que se dará e da avaliación.
Lección 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.

Seminario	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.
Resolución de problemas	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.
Traballo tutelado	Elaboración dun texto académico de certa extensión (4000 palabras) 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
Traballo tutelado	Atendemento no despacho ou por correo electrónico. Tamén se poderá atender ós estudantes a través do Campus Remoto por videoconferencia.
Seminario	Titorías no despacho. Tamén se poden facer a través do Campus Remoto por videoconferencia.

Avaliación

	Descrición	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe		
Seminario	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.	10		C5	D1
Resolución de problemas	O profesor especificará as actividades prácticas que son avaliadas. Valorarase a realización e resolución dos exercicios programados.	20		B3	C2
Traballo tutelado	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	A4	C2	D1
Exame de preguntas de desenvolvemento	Proba que avalía o coñecemento da materia. Inclúen preguntas abertas sobre un tema lingüístico e cuestións máis concretas de gramática e estilo. Os estudantes deben desenvolver, relacionar, organizar e presentar o aprendido nunha resposta argumentada.	30	A1	B3	C2
Observación sistemática	Percepción atenta, racional, planificada e sistemática para describir e rexistrar as manifestacións do comportamento do alumnado	10	A4	C5	D1

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 das metodoloxías especificadas incluída unha 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.

Bibliografía. Fontes de información

Bibliografía Básica

Callón, C., Galegocalantes e Galegofalantes , Xerais, 2017
Calvet, L.-J., (Socio)lingüística , Laiovento, 1998
Crystal, D., A Morte das Linguas. Razóns para a Sobrevivencia , Galaxia, 2003
Fernández Salgado, B. (ed.), Dicionario de Usos e Dificultades , Galaxia, 2004
González, M.; & Santamarina, A., VOLGa. Vocabulario Ortográfico da Lingua Galega , 2017, RAG / ILG, 2004
López Viñas, X., Gramática práctica da lingua galega: comunicación e expresión , 2ª (2011), Bahía Edicións, 2010
Navaza, X., Marcas : signo, comunicación e consumo na era da simulación , Xerais, 2015
RAG & ILG, Diccionario da Real Academia Galega , 2017, RAG, 1997

RAG, Dicionario Castelán-Galego da Real Academia Galega , RAG, Fundación Barrié, 2004
RAG, & ILG, Normas Ortográficas e Morfolóxicas do Idioma Galego , 2017, RAG, ILG, 2003
Ramallo, F., & Rei Doval, G., Publicidade e Lingua Galega , Consello da Cultura Galega, 1995
Romero, M ^a V. (coord.), Lenguaje publicitario : la seducción permanente , Ariel, 2005
Rosales, M., A Linguaxe Literaria. Guía de Recursos para a Análise Textual , Xerais, 2003
Santamarina, A. (dir.), Dicionario de Dicionarios , 2017, ILG-USC, SLI -UVigo, 2000
Bibliografía Complementaria
Álvarez, R., & Xove, X., Gramática da Lingua Galega , Galaxia, 2002
Blanco Pérez, M., Cine y Semiótica. La teoría del Emplazamiento/ Desplazamiento aplicada al lenguaje cinematográfico y publicitario de la era Netflix , Ediciones Universidad de Salamanca, 2020
Boullón Agreló, A.I. & Méndez, Luz, Os nomes comerciais. Estudos de Onomástica Galega , RAG, 2020
Calvet, L.-J., A guerra das linguas e as políticas lingüísticas , Laiovento, 1995
Costas González, X.H., & Expósito Loureiro, A., Galician. The Galician Language in Education in Spain , Mercator European Research Centre, 2016
Escribano Hernández, A., Redacción publicitaria : el arte del buen decir para vender , Síntesis, 2018
Feixó, X., Pena, X.R., & Rosales, M., Galego Século XXI. Nova Guía da Lingua Galega , Galaxia, 2004
Fernández Rei, F., Dialectoloxía da Lingua Galega , Xerais, 1991
Fernández Salgado, B. (ed.), Manual de Estilo de O Correo Galego , Compostela, 2001
Ferreiro, M., Gramática Histórica Galega. Lexicoloxía , Laiovento, 1997
Fill, A., & Mühlhäusler, P. (eds.), Language, Ecology and Environment , Continuum, 2001
Formoso Gosende, V., Do estigma á estima. Propostas para un novo discurso lingüístico , Xerais, 2013
Freixeiro Mato, X. R., Lingua, nación e identidade , Laiovento, 2006
Freixeiro Mato, X. R., Estilística da lingua galega , Xerais, 2013
García Gondar, F. (dir.), BILEGA. Bibliografía Informatizada da Lingua Galega , 2017, C. R. Piñeiro para a Investigación en Humanidades, 1998
González, M. (dir.), O Galego segundo a Mocidade. , RAG, 2004
González, M. (dir.), Mapa Sociolingüístico de Galicia 2004 , RAG, 2007
González Rei, B., Ortografía da Lingua Galega , Galinova, 2004
Hellín Ortuño, P.A., El Discurso publicitario : bases simbólicas, semióticas y mitoanalíticas , Comunicación Social, 2016
Hermida Gulías, C., Gramática Práctica (Morfosintaxe) , Sotelo Blanco, 2004
Lausberg, H., Elementos de Retórica Literaria , Calouste Gulbenkian, 2004
López Taboada, C.; & Soto Arias, R., Dicionario de Fraseoloxía Galega , Xerais, 2008
Martínez Costa, S., Series de ficción de producción propia en Galicia. Inserción publicitaria e audiencias , Universidade de Vigo, 2015
Méndez, L., & Navaza, G. (eds.), Actas do I Congreso Internacional de Onomástica Galega , Asociación Galega de Onomástica, 2007
Monteagudo, H. (ed.), Estudios de Sociolingüística Galega , Galaxia, 1995
Mühlhäusler, P., Language of Environment. Environment of Language. A Course in Ecolinguistics , Battlebridge, 2003
Regueira Fernández, X.L. (dir.), Dicionario de pronuncia da Lingua Galega , 2017, ILG, Universidade de Santiago, 2010
Royo, J., Unha lingua é un Mercado , Xerais, 1997
Sánchez Rei, X.M., Lingua galega e variación dialectal , Laiovento, 2011
Sánchez Vidal, P., O debate normativo da lingua galega , Pedro Barrié de la Maza, 2010
Sapir, E., A Linguaxe. Introducción ó estudo da fala , Universidade de Santiago, 2010
Valderrama Santomé, M., A Publicidade televisiva en Galicia: análise dos emisores, soportes e tendencias creativas (1960-2000) , Xunta de Galicia, 2008
Wardagh, R., Introducción á Sociolingüística , Universidade de Santiago, 1995
Wellings, M.P. & Mosquera Castro, E., Os códigos lingüísticos da rede e a paisaxe lingüística galega , Estudos de Linguística Galega, 2014
Xunta de Galicia, Observatorio da lingua galega , Secretaría Xeral de Política Lingüística, 2020

Recomendacións

Materias que continúan o temario

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 te queres servir 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.
