

Curso: El Español en los Medios de Comunicación de Masas
Código: CH3121
Nivel: B2.2 / C1
Nº de créditos ECTS: 6
Requisitos: Dominio mínimo de la lengua nivel B2.2

Profesor:
C.e.:
Horario de atención al estudiante:

Descripción

Este curso va dirigido a estudiantes que, habiendo adquirido la suficiente competencia lingüística en español para desenvolverse con comodidad en situaciones informales y formales, precisan de un marco de referencia adecuado para su uso profesional, concretamente en el ámbito de la comunicación social. Se pretende, por tanto, proporcionar al estudiante los conocimientos teóricos y prácticos necesarios sobre el español en los medios de masas, así como analizar y reconocer las carencias de los estudiantes en este campo, con el fin de encontrar técnicas y propuestas que les permitan solucionarlas. Estas necesidades engloban componentes léxicos, gramaticales, socioculturales y comunicativos. Además, se tomarán en cuenta las exigencias relativas al entorno profesional en el que se desenvolverán en un futuro junto con un análisis de sus conocimientos previos sobre esta materia. Al tratarse de un curso de fines específicos, se prestará una especial atención al componente pragmático y funcional, trabajando con muestras reales en el análisis de materiales y elaborando casos prácticos, diseñados siguiendo el enfoque por tareas. El lenguaje profesional en la comunicación de masas abarca múltiples especialidades de entre las cuales se abordará materia referente al periodismo radiofónico y televisivo, al periodismo digital, a los medios impresos, a la publicidad y a las nuevas tecnologías.

Objetivos de aprendizaje

- Describir los aspectos y características generales de las lenguas de especialidad.
- Reflexionar sobre aspectos concretos, tanto sociales, lingüísticos como interculturales, para poder actuar de forma adecuada en el mundo del español en los medios de masas.
- Detectar las necesidades específicas de comunicación formal y funcional que se plantean en el ámbito profesional de los medios de comunicación social y de masas.
- Desarrollar las habilidades y conocimientos adecuados para desempeñar las tareas propias del profesional de la comunicación.
- Analizar cuál es el papel del periodista y profesional de los medios y adquirir los recursos para resolver los problemas concretos y cotidianos que este especialista encuentra en el mundo profesional.
- Proporcionar herramientas para la elaboración de sus propios materiales profesionales.
- Desenvolverse con fluidez en situaciones interculturales complejas y delicadas.
- Aprovechar la diversidad cultural como una fuente de enriquecimiento de la propia competencia cultural.

Actividades formativas

Las actividades formativas se desarrollan a través de diferentes estrategias didácticas:

- Clases teórico- prácticas
- Tutorías colectivas e individuales
- Presentaciones y exposiciones del alumno en clase
- Trabajo diario fuera de clase
- Trabajo en grupo fuera del aula
- Talleres y formación complementaria
- Actividades docentes fuera del campus

Horas presenciales: 45 horas

Metodología

En esta materia se siguen las líneas metodológicas propias de un enfoque comunicativo, basado en una concepción procesal y constructiva de la adquisición del conocimiento. Esta metodología se fundamenta en una enseñanza-aprendizaje, centrada en el alumno, que potencia la participación activa y favorece el desarrollo de competencias generales y específicas que demuestren conocimientos, habilidades y actitudes aplicables en un futuro ejercicio profesional.

Sistema de evaluación

La evaluación de los aprendizajes está inspirada por los principios de la evaluación educativa. Se basa en un proceso de enseñanza-aprendizaje activo y participativo, centrado en el alumno. Para realizar la evaluación, el profesorado se sirve de diferentes instrumentos y estrategias: exámenes, pruebas o actividades evaluables o autoevaluación. Para la calificación final se establece el siguiente baremo:

- **33 % participación activa en clase**
- **33 % trabajo diario**
- **34 % exámenes**

El baremo de calificaciones es de 0 a 10		
Calificación en número	Calificación en letra	Porcentaje
10	A+	100 %
9.5 – 9.9	A	95 – 99 %
9 – 9.4	A-	90 – 94 %
8.5 – 8.9	B+	85 – 89 %
7.5 – 8.4	B	75 – 84 %
7 – 7.4	B-	70 – 74 %
6.5 – 6.9	C+	65 – 69 %
6 – 6.4	C	60 – 64 %
5 – 5.9	C-	5 – 59 %
0 – 4.9	F	0 – 49 %

La nota final será el resultado de hacer la media entre el trabajo diario, la participación y los exámenes.
--

Normas de asistencia

La asistencia a clase es obligatoria. Para que la ausencia esté excusada, se necesita presentar un justificante médico o una justificación válida. Una falta de asistencia equivale a una sesión de clase. Dos retrasos superiores a 15 minutos serán considerados una falta de asistencia. Las faltas no justificadas afectarán negativamente a la nota final a través de la nota de participación. La nota de participación bajará de la siguiente manera:

NÚMERO DE FALTAS	PARTICIPACIÓN
3 faltas sin justificar	-30 %
4 faltas sin justificar	-40 %
5 faltas sin justificar	-50 %

Si un alumno tiene más de 5 faltas sin justificar, en la NOTA DE PARTICIPACIÓN aparecerá un cero (0). No superará el curso cualquier alumno con 7 o más faltas de asistencia. En el caso de los alumnos con faltas debidamente justificadas recibirán un *No presentado* (N.P). La no asistencia no exime de la presentación de tareas, trabajos o ensayos.

Participación activa

La metodología utilizada en clase exige por parte del estudiante una participación diaria en los siguientes puntos:

- corrección de ejercicios y actividades;
- reflexión sobre los diferentes aspectos gramaticales;
- actividades orales (individuales, en parejas o en grupos). Se tendrán en cuenta la fluidez, la corrección gramatical, la riqueza léxica y la adecuación a las diferentes situaciones de la vida cotidiana.

Criterios para evaluar la participación	Nota
El alumno ofrece muy frecuentemente contribuciones importantes y originales, que fomentan la discusión, haciendo comentarios críticos y analíticos claramente basados en las lecturas, la investigación, el trabajo diario y lo visto en clase.	8.5 - 10
El alumno participa de manera voluntaria y hace contribuciones útiles relativamente frecuentes que son por lo general basadas en una reflexión y en el trabajo diario.	7 - 8.4
El alumno hace algunos comentarios de manera poco frecuente, más bien limitándose a comentar cuando se le pregunta y no muestra un claro interés en el curso. No inicia un debate o muestra una clara conciencia de la importancia del trabajo y las lecturas.	5 - 6.9
El alumno no hace comentarios o hace comentarios irrelevantes y perjudiciales para el buen funcionamiento de la clase, normalmente resultado de la ausencia frecuente y la falta de preparación de la clase.	0 - 4.9

Trabajo diario

El trabajo diario consistirá en una variedad de tareas, lecturas e investigación fuera del horario de clase.

Exámenes/ Presentaciones/ Ensayos

Se realizará una prueba parcial y una prueba final que puede ser tanto escrita, como oral o a través de una exposición en clase dependiendo de las características del curso. Si un alumno no realiza un *examen/ trabajo o presentación* sin causa justificada recibirá como calificación en esta parte un cero (0). Las fechas de los exámenes se encuentran en el documento anexo.

Aviso sobre el plagio

Cuando se escribe un ensayo u otro documento para clase o examen, uno debe citar en los agradecimientos a los autores que ha leído. Se puede realizar mediante notas a pie de página, bibliografía, o por medio de una referencia directa al autor en cuestión. Cualquier error u omisión se considerará plagio. El plagio es la mayor ofensa académica en la que se puede incurrir y puede ocasionar serias consecuencias al plagiador.

Lecturas recomendadas:

- MARTÍNEZ ALBERTOS, José Luis: Curso General de Redacción Periodística. Editorial Paraninfo, Barcelona, (1992 edición revisada).
- CEBRIÁN, M.: Géneros informativos audiovisuales. Editorial Ciencia 3. Madrid, (1992).
- MUÑOZ, J.J. y César GIL: La Radio, Teoría y Práctica. Instituto Oficial de Radio y Televisión. Madrid, 1988.
- MATTELART, A. y M. MATTELART: Historia de las teorías de la comunicación. Paidós. Barcelona, (1997).
- SANCHÍS, José Luis: Comunicar con éxito: teoría y práctica de la Comunicación. Ediciones Gestión 2000. Madrid 2004.
- PÉREZ RUIZ, M. A.: La publicidad en España. Anunciantes, agencias y medios, 1950-1980. Fragua, Madrid, (2002).

Recursos online:

<http://ares.cnice.mec.es/mcs/>
<https://sites.google.com/site/diversificacionestelas/asl-4o-diver/tema-1-3-los-medios-de-comunicacion-social-mas-actuales-que-nunca>
http://docencia.udea.edu.co/bacteriologia/comunicacion/voz_relaciones_sociales.html
http://laprensa.uuuq.com/12_la_prensa_escrita.html
<http://recursostic.educacion.es/comunicacion/media/web/>
<http://iesgabrielgalanm.juntaextremadura.net/web/atemon/udis/publi1/index.html>

Medios de comunicación:

Prensa:

<http://www.elpais.es>
<http://www.elmundo.es>
<http://www.elperiodico.es>
<http://www.20minutos.es/>
<http://www.diarioadn.com/>
<http://www.lasrevistas.com>

Radio:

<http://www.rne.es>
<http://www.m80radio.com>
<http://www.los40.com>

Televisión:

<http://www.rtve.es/>
<http://www.cuatro.com/>
<http://www.antena3.com/>
<http://www.telecinco.es/>

Campus Virtual

El curso de *Español en los Medios de Comunicación de Masas* está diseñado para trabajar a través del campus virtual: <https://campusvirtual.nebrija.es/>. El contenido del curso, así como los ejercicios y el material de apoyo están ubicados en dicho campus. Además, los alumnos podrán:

- Consultar las características y programación del curso.
- Verificar las fechas del examen parcial y de las presentaciones finales, así como las pautas para dichas pruebas.
- Consultar la agenda de eventos relacionados con la asignatura, como por ejemplo la visita a Telemadrid (obligatoria).
- Descargar el material utilizado en clase: artículos, videos, audios, presentaciones, actividades...
- Consultar enlaces prácticos a Internet.
- Interactuar con el resto del grupo.
- Subir al campus material nuevo aportado por el alumno: presentaciones, comentarios, artículos, enlaces...

El profesor ofrecerá a los alumnos al comienzo del curso una orientación básica de cómo utilizar el campus virtual y sus herramientas. Además, a través del campus virtual los alumnos podrán enviar sus tareas al profesor, participar en los foros de debate y tener acceso al trabajo de sus compañeros. El profesor, a su vez, podrá utilizar el campus virtual como forma de evaluar el trabajo diario y la participación de los alumnos.

Las tareas que se cuelguen por el profesor en el campus virtual son de carácter obligatorio, lo que implica que la ausencia a clase no es un impedimento para poder realizarlas.

UNIDAD	CONTENIDOS ESPECÍFICOS	TAREAS
<p style="text-align: center;">1 INTRODUCCIÓN A LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE MASAS</p>	<p>1.1 La cultura de masas. 1.2 La comunicación y el proceso comunicativo.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Factores del proceso comunicativo. <ul style="list-style-type: none"> - Emisor y receptor; audiencias. - El canal y el código. - Contenido y mensaje. 	<ul style="list-style-type: none"> - Elaborar una lluvia de ideas con relación a los medios de comunicación social. - Comparar las diferencias principales de los medios de masas en España y otros países. - Debate: social vs. Masas. - Ejercicios Elementos de la comunicación. - Identificar en un ejemplo los elementos que intervienen en el proceso comunicativo.
<p style="text-align: center;">2 INTRODUCCIÓN A LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE MASAS</p>	<p>1.3 Clasificación de los medios de comunicación social.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Funciones: Informar, formar y entretener. 	<ul style="list-style-type: none"> - Análisis de la presentación de <i>power-point</i> sobre la clasificación de los medios y ejercicios y preguntas sobre la presentación. - Ejercicio práctico sobre clasificación de medios según funciones. - Lectura de artículos para posterior debate en clase.
<p style="text-align: center;">3 CARACTERÍSTICAS DEL ESPAÑOL EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE MASAS</p>	<p>2.1 La comunicación verbal y no verbal. 2.2 Oralidad y escritura. 2.3 Deontología profesional del periodista.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Las imágenes en la comunicación. - El lenguaje gestual. - Análisis y elaboración de casos prácticos sobre la deontología profesional periodística, que serán comentados en clase por los alumnos.
<p style="text-align: center;">4 CARACTERÍSTICAS DEL ESPAÑOL EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE MASAS</p>	<p>2.4 La retórica mediática y el discurso narrativo. 2.5 Manipulación, "lo políticamente correcto" y el lenguaje sexista.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Lectura de artículos para posterior análisis y debate en clase. - Presentación de conceptos relacionados con la retórica mediática. - Búsqueda de ejemplos de manipulación del lenguaje. - Comentar las características de la retórica mediática y el discurso narrativo en una noticia de prensa digital.
<p style="text-align: center;">5 LOS MEDIOS IMPRESOS</p>	<p>3.1 La palabra escrita. 3.2 Saber leer un periódico 3.3 Los géneros periodísticos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Reconocer un género periodístico de unos ejemplos dados. - Trabajar con titulares y pie de foto. - Lectura de imagen, ¿qué te dice esta foto? - PROYECTO: Construir una NOTICIA O REPORTAJE para prensa escrita y posterior presentación en clase.
<p style="text-align: center;">6 LOS MEDIOS ELECTRÓNICOS: LA TELEVISIÓN</p>	<p>4.1.1 La Televisión: Imagen, sonido y movimiento. 4.1.2 La pequeña pantalla.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Lectura de artículos para posterior análisis y debate en clase. - Tarea TELEMADRID. - Elaborar un guión televisivo de un género determinado. Ejemplo: Telenoticias.

UNIDAD	CONTENIDOS ESPECÍFICOS	TAREAS
7 LOS MEDIOS ELECTRONICOS: LA RADIO	4.2.1 La Radio: Las palabras, la música y los efectos sonoros. 4.2.2 Redactar para el oído.	- Elaborar un guión radiofónico de un género determinado. Ejemplo: Magazine.
EXAMEN PARCIAL		
8 LA PUBLICIDAD	5.1 El mensaje publicitario: disuasión y persuasión. 5.2 Los marcos interpretativos.	- Lectura de artículos y visionado de anuncios en diferentes soportes para posterior análisis y comentario en clase. - Los alumnos podrán elegir un anuncio en un determinado soportes para su posterior análisis y presentación.
9 EL CINE Y LOS CORTOMETRAJES	6.1 Elaboración de un guión para un cortometraje. 6.2 Técnicas de doblaje.	- Visionado de diferentes cortometrajes y posterior análisis. - Estudio de un guión para cortometrajes. - Algunas técnicas y ejercicios de doblaje y dicción.
10 LOS MEDIOS DIGITALES	7.1 El periodismo digital. 7.2 La comunicación multimedia.	- Actividad práctica sobre el periodismo digital. - Análisis y crítica de la comunicación multimedia.
11 PRESENTACIÓN DE LOS TRABAJOS DE INVESTIGACIÓN (alumnos)	- Los alumnos presentarán de forma individual y/o en grupo los trabajos de investigación para los demás estudiantes de la clase. Después de la presentación se abrirá un foro de debate y preguntas en cuanto al tema presentado.	- Presentación de los trabajos de investigación. - Análisis de material audiovisual. - Intervención de los alumnos con preguntas, comentarios...
12 PRESENTACIÓN DE LOS TRABAJOS DE INVESTIGACIÓN (alumnos)	- Los alumnos presentarán de forma individual y/o en grupo los trabajos de investigación para los demás estudiantes de la clase. Después de la presentación se abrirá un foro de debate y preguntas en cuanto al tema presentado.	- Presentación de los trabajos de investigación. - Análisis de material audiovisual. - Intervención de los alumnos con preguntas, comentarios...
13 PRESENTACIÓN DE LOS TRABAJOS DE INVESTIGACIÓN (alumnos)	- Los alumnos presentarán de forma individual y/o en grupo los trabajos de investigación para los demás estudiantes de la clase. Después de la presentación se abrirá un foro de debate y preguntas en cuanto al tema presentado.	- Presentación de los trabajos de investigación. - Análisis de material audiovisual. - Intervención de los alumnos con preguntas, comentarios...