

PROGRAMA DESGLOSADO

Fecha de elaboración: 27 de julio del 2014

LICENCIATURA: **DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL**
ASIGNATURA: **REDACCIÓN Y ANÁLISIS DE TEXTOS I**
ACADÉMICO: **MTRA. EDITH GERALDINE RUIZ LOZADA**

SEMESTRE: **2015-1**
HORAS DE CLASE A LA SEMANA: **2**
HORARIO: semipresencial **grupo: 3368**

Objetivo:	<p>Adquirir a través de la práctica, la óptima utilización de la lengua para expresarse con claridad y eficiencia.</p> <p>Comprender la importancia de la redacción con respecto a cualquier área de estudio; adquirir las bases gramaticales para la correcta expresión oral y escrita en el ámbito cotidiano; definir los fundamentos de la redacción de manera teórico-práctica que intervienen en la elaboración de textos para la publicidad y analizar lecturas afines al área de estudio con el objeto de criticar e interpretar adecuadamente el contenido de éstas.</p> <p>Conocer las reglas de ortografía porque es la herramienta fundamental de la escritura.</p>
Metas y Productos:	<p>Al concluir el curso se espera contar con las bases gramaticales que permitirán una correcta expresión oral y escrita.</p> <p>Fomentar en el alumno la interpretación, a través del análisis de lecturas pertenecientes al ámbito del diseño y la comunicación visual para contribuir así, a su visión crítica.</p> <p>La creación de textos producto de una investigación documental.</p>
Dinámica del curso:	<p>Las actividades de este curso se desarrollarán en 16 clases, el alumno revisara cada instrucción y material didáctico subido al sistema, posteriormente mandará su trabajo.</p> <p>El eje central es el conocimiento y aplicación de los elementos preliminares para redactar, la relación entre redacción y publicidad, el conocimiento de las figuras retóricas, su manipulación y los tipos de discursos.</p> <p>Estos conocimientos permitirán al profesional en el diseño y la comunicación gráfica contar con las herramientas básicas de redacción y análisis para su aplicación en la creación y lectura de textos sobre diseño.</p>
Materiales:	<p>Cada alumno deberá acceder a la página: http://cvirtual.fad.unam.mx/educacion/ para las clases.</p>

TEMAS Y SUBTEMAS	OBJETIVOS PARTICULARES	ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA	MATERIAL DIDÁCTICO	VERIFICACIÓN DEL APRENDIZAJE	BIBLIOGRAFÍA (Número de referencia)
Unidad I: Introducción 1.1. Qué es redacción y su importancia con el medio (cotidiano, académico, profesional, etc.)	Comprender que redactar bien un escrito es comunicar a quien lo ha de leer, lo que piensa. Se tiene que tener el conocimiento claro y preciso de lo que se quiere comunicar a través del escrito. La claridad de las ideas expuestas refleja el pensamiento, y es en cualquier caso el objetivo mínimo y obligado de una redacción correcta. El objetivo es conseguir una buena comunicación a través del lenguaje escrito.	Actividad 1. Redactar un texto de extensión una cuartilla sobre lo que el alumno considera sobre el diseño.	Archivo con la información teórica.	Revisión del texto sobre el diseño realizado y su correcta redacción, que será de utilidad para darse cuenta del nivel de conocimientos acerca de la articulación de las ideas que expresa cada alumno y en general el grupo.	2, 3, 4, 7, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 19, 20, 22, 24, 25, 28 y 33
Unidad II: Elementos preliminares para redactar (Normas para recordar) 2.1. Uso de la letra inicial mayúscula: 2.2. Acentuación 2.3. Verbos irregulares 2.4. Signos de puntuación	El objetivo es recordar que las mayúsculas se usan: - al comienzo de todo escrito - al empezar un párrafo - en los nombres propios, de personas, de países, de ciudades, etc. - en las abreviaturas que expresan un tratamiento honorífico. - en las iniciales seguidas en punto (.) expresivas de alguna palabra que no se cree oportuno transcribir íntegramente. Recordar las reglas de acentuación. Recordar las reglas de ortografía del uso de los verbos. Que el alumno identifique que los signos de puntuación cumplen el	Actividad 2. Sobre el uso de mayúsculas: Relacionar dos columnas que indican algunos de sus usos. Actividad 3. Acentuación de palabras de un párrafo intencionalmente seleccionado. Actividad 4: Identificar en un párrafo que verbos no están correctamente escritos. Actividad 5: Corregir un texto	Archivo con la información sobre las normas para redactar para la realización de los ejercicios.	Las respuestas de los ejercicios que se realizan comprueban la comprensión de las normas para redactar.	1, 8, 17 y 18

<p>2.5. Partículas “conflicto” dentro de la oración</p> <p>2.6. Vicios del lenguaje (Problemas lexicológicos)</p>	<p>cometido de jerarquizar un poco la importancia de las ideas contenidas en el mensaje escrito. Sirven a la claridad del mensaje mismo, dando sentido exacto y matizado a las expresiones y vocablos empleados en su redacción.</p> <p>Ayudan a la lectura correcta de la redacción misma, y son: la coma, el punto y coma, el punto, los dos puntos, puntos suspensivos, guiones, paréntesis y comillas. Concientizar al alumno sobre los vicios del lenguaje que son formas de construcción o empleo de vocabulario inadecuado, que pueden dificultar la interpretación correcta de un escrito. Se consideran como vicios del lenguaje: barbarismos, solecismos, cacofonías, anfibologías y pobreza de vocabulario.</p> <p>Como recomendación: no repetir vocablos, no emplear sinónimos rebuscados, evitar los lugares comunes y las palabras gastadas, no desperdiciar los adverbios y cuando aparezcan, colocarlos junto al verbo; evitar las palabras vagas, evitar los verbos que sirven para todo, no elegir las palabras bonitas, sino por su significado, pensar en el público, no emplear tecnicismos innecesarios, no</p>	<p>que no utiliza correctamente los signos de puntuación.</p> <p>Actividad 6: Identificar los vicios del lenguaje dentro de párrafos.</p>			
---	---	--	--	--	--

	abusar de las siglas, la prosa no debe rimar, evitar la cacofonía, etc.				
Unidad III: Redacción y publicidad 3.1. Funciones del lenguaje	<p>Considerando al lenguaje como un instrumento cuya función central es la comunicación podemos afirmar que la publicidad, en sentido moderno, resulta irrealizable sin idioma y este es casi inconcebible sin la publicidad.</p> <p>Comprender que el lenguaje es la específica facultad que el hombre tiene de poder expresarse y comunicar sus pensamientos en cualquier tipo de actividad que desarrolle. Es el instrumento más rico y útil ya que por medio de él nos informamos de lo que pasa en el mundo. El lenguaje nos permite gozar tanto de la lectura como de la escritura.</p> <p>Analizar las funciones del lenguaje</p> <p>Funciones empíricas: Expresa el estado de ánimo y la actitud del emisor que pretende expresar sus sentimientos y emociones. Ejemplo: <i>¡Que dolor!</i> <i>¡Que triste es la vida!</i></p> <p>Conativa o apelativa: Manifiesta la intención del emisor de pretender una respuesta del interlocutor, los recursos lingüísticos más apropiados son el uso del modo imperativo.</p>	Actividad 7: análisis y comprensión del texto: “La publicidad” de Domingo Cardona y R. Fernández Berasarte, en <i>Lingüística de la publicidad: el idioma español y la publicidad</i> . España, Azanca, 1972. pág. 19-26.	Archivo con lecturas.	El análisis por parte de los alumnos acerca de las lecturas.	5, 9, 10, 23, 26, 27, 29, 30 y 31.

<p>3.2. El lenguaje de los medios</p>	<p>Ejemplo: <i>Sal de aquí por favor, compre este producto.</i></p> <p>Fatica: El mensaje no tiene otra finalidad comunicativa que la de abrir o comprobar que sigue abierto o cerrado el canal de comunicación. Ejemplo: <i>Hola, Digamos, Adiós.</i> Comprender que cuando los hombres sienten la necesidad de hacer llegar un mensaje en forma inmediata a un gran número de personas, como por ejemplo cuando se quiere informar respecto de una noticia, promocionar un nuevo producto, dar a conocer las ideas de un candidato a senador, se recurre a la comunicación de masas. Su propósito es informar a los lectores acerca de un hecho de interés. El emisor nos comunica qué sucedió, dónde, cómo, cuándo, por qué y quiénes fueron los protagonistas. La comunicación periodística cumple una función social muy importante, porque nos permite compartir en forma inmediata lo que está ocurriendo. Las noticias, por su parte, se refieren a lo actual, a lo que está pasando ahora.</p>	<p>Actividad 8: Análisis del texto: “El lenguaje publicitario en funciones” de Eulalio Ferrer, en <i>La publicidad: textos y conceptos</i>. 4ª ed. México, Trillas, 1990. pág. 162- 169.</p>			
<p>3.3. Persuasión a través de la palabra</p>	<p>Recordar la importancia de la persuasión a través de la palabra. Bien es verdad que lo esencial en</p>				

<p>3.4. Lenguaje publicitario</p>	<p>el uso de palabras técnicas no es que éstas sean comprendidas, sino que capten la atención del lector u oyente. Muchas de estas designaciones están vacías de contenido para el público; pero en la mayoría de los casos no es su significación lo que importa, lo verdaderamente importante es su poder atractivo, su prestigio social y su efecto psicológico. Decisivo no es el vocablo raro y su significado, sino el impacto connotado.</p> <p>Recordar que no puede darse publicidad consistente sin que los elementos idiomáticos que la componen alcancen el nivel requerido por el fin pragmático propuesto para cada caso.</p> <p>En la publicidad, el emisor utiliza la comunicación de masas para influir en el receptor. Su propósito es destacar las cualidades de un producto para convencer al público de que lo compre. Aunque su finalidad es instrumental, el emisor se ha preocupado de que el lenguaje utilizado resulte atractivo y fácil de recordar para que sea más convincente. Una de las estrategias puede ser establecer un juego de palabras.</p> <p>La publicidad depende del idioma en su realización, pero también es creadora de un idioma.</p>	<p>Actividad 9: Lectura de algunos fragmentos del libro: <i>Otras perlas publicitarias</i> de Eulalio Ferrer, México, Herrero, 1970.</p>			
-----------------------------------	--	---	--	--	--

	Las palabras en publicidad tienden a ser puente de equilibrio entre el tiempo y el deseo; entre el medio y el fin; entre la imaginación y el resultado.				
Unidad IV: Retórica y manipulación 4.1. Definición 4.2. Origen y evolución 4.3. Figuras retóricas	<p>Explicación de la importancia sobre los elementos de la retórica en la elaboración de un texto ya que estos pueden describirse como mecanismos del pensamiento y de la comunicación, sin los cuales multitud de conceptos no podrían crearse y mucho menos transmitirse.</p> <p>El objetivo es conocer a que se refiere cada una y que se clasifican en operaciones efectuadas sobre la morfología, la sintaxis, la semántica y la lógica, grupos que reciben respectivamente los nombres de metaplasmos, metataxas, metasemas y metalogismos.</p> <p>Metataxas: elipsis, asíndeton, polisíndeton, digresión, enumeración, repetición, silepsis, quiasmo y hipérbaton.</p> <p>Figuras de contenido, metasemas: comparación, metáfora, prosopopeya, sinécdoque, metonimia y oxímoron.</p> <p>Metalogismos: lítote, hipérbole, gradación, pleonasma, antitesis, alegoría, ironía, paradoja y dilogía.</p>	Actividad 10: Exposición por equipos de las diferentes figuras retóricas y deberán proporcionar por escrito publicado en el foro el reporte de su investigación para sus compañeros.	Archivo con la información general de retórica.	Evaluación de la exposición y su contenido, que refleja la investigación sobre el tema por parte del alumno. Clase presencial	4, 11 y 25

4.4. Eslogan	Recordar el objetivo del eslogan . El eslogan es una frase o palabra sugerente y fácil de recordar, que se utiliza para la publicidad de un producto.	Actividad 11: Realización de un eslogan.	Archivo con la información sobre el eslogan.	Evaluación de las características del eslogan realizado por los alumnos, para comprender el poder que tienen las palabras.	
Unidad V: Tipos de discursos	Conocer que el discurso es una serie de palabras e ideas que alguien emplea para manifestar lo que piensa o siente, ya sea de manera oral o escrita. Es sinónimo de texto y los tipos de discurso son: coloquial, científico y periodístico.				11, 12, 19, 24, 32 y 33.
5.1. Discurso cotidiano	El objetivo es comprender que el discurso coloquial se refiere a las voces, giros o frases propios de la conversación cotidiana. Se caracteriza por el uso de construcciones sintácticas un tanto sencillas, utiliza un vocabulario muy reducido, así como frecuentes barbarismos y neologismos; además de no respetar las reglas lógicas y gramaticales. En algunos casos se llega a degradar, tornándose vulgar; sin embargo, aun cuando se utilice el lenguaje colonial, se deberán respetar las normas básicas, en términos de gramática y sintaxis, redacción y ortografía.	Actividad 12: Redactar un texto mínimo de una cuartilla, en el que el alumno describa a su mejor amigo utilizando un discurso coloquial.	Archivo acerca de los tipos de discurso.	La evaluación de los escritos sobre la práctica de este tipo de discurso.	
5.2. Discurso científico	El objetivo es comprender que el texto científico es el conjunto de conocimientos organizados sistemáticamente en un método	Actividad 13: Realización de un texto científico, investigando sobre un tema que sea de interés del alumno, la		La evaluación de la investigación que se entregará.	

5.3. Discurso artístico	<p>lógico y coherente. Se clasifican en científicos, tecnológicos, didácticos, de divulgación y de consulta. Comprender que el estudio de la historia del arte es importante porque los artistas son grandes comunicadores de mensajes. Con sus obras han transmitido contenidos muy complejos, cuya descripción hubiera necesitado ríos de palabras. El lenguaje de las imágenes es directo, rico y potente. Como ocurre con todos los lenguajes es necesario, sin embargo, aprender a conocerlo. De otra forma, la imagen permanece muda y no se realiza la comunicación.</p>	<p>extensión será de 2 a 3 cuartillas. Actividad 14: Análisis de un texto sobre el discurso artístico.</p>	<p>Archivo de un texto que trata el tema del discurso artístico.</p>	<p>Evaluación acerca del análisis de la lectura que realizaron los alumnos.</p>	
-------------------------	---	---	--	---	--

CALENDARIO DE SYLLABUS

SEMANA	MES	MIÉRCOLES
1	AGO	Explicación de la dinámica de trabajo del curso y de la evaluación durante este semestre.
2		Tema: que es redacción y su importancia. Actividad 1: redactar en clase un texto de extensión una cuartilla sobre lo que el alumno considera sobre el diseño.
3		Tema: uso de la letra inicial mayúscula. ^ Actividad 2: sobre el uso de mayúsculas: Relacionar dos columnas que indican algunos de sus usos. Ç
4	SEP	Tema: acentuación. ^ Actividad 3: Acentuación de palabras de un párrafo intencionalmente seleccionado. Ç
5		Tema: Verbos irregulares. ^ Actividad 4: Identificar en un párrafo que verbos no están correctamente escritos. Ç
6		Tema: Signos de puntuación. ^ Actividad 5: Corregir un texto que no utiliza correctamente los signos de puntuación. Ç

7		Tema: vicios del lenguaje.^ Actividad 6: Identificar los vicios del lenguaje dentro de párrafos. Ç
8	OCT	Tema: Funciones del lenguaje. Actividad 7: análisis y comprensión del texto: “La publicidad” de Domingo Cardona y R. Fernández Berasarte, en <i>Lingüística de la publicidad: el idioma español y la publicidad</i> . España, Azanca, 1972. pág. 19-26.
9		Tema: Lenguaje publicitario. Actividad 8: Análisis del texto: “El lenguaje publicitario en funciones” de Eulalio Ferrer, en <i>La publicidad: textos y conceptos</i> . 4ª ed. México, Trillas, 1990. pág. 162- 169. Actividad 9: Lectura de algunos fragmentos del libro: <i>Otras perlas publicitarias</i> de Eulalio Ferrer, México, Herrero, 1970.
10		Tema: figuras retóricas.E Actividad 10: Exposición por equipos de las diferentes figuras retóricas y deberán proporcionar por escrito el reporte de su investigación a sus compañeros.
11		Tema: figuras retóricas.E Actividad 10: Exposición por equipos de las diferentes figuras retóricas y deberán proporcionar por escrito el reporte de su investigación a sus compañeros.
12		Tema: Eslogan. Actividad 11: Realización de un eslogan.Ç
13	NOV	Tema: Discurso cotidiano. Actividad 12: Redactar un texto mínimo de una cuartilla, en el que el alumno describa a su mejor amigo utilizando un discurso coloquial.
14		Tema: Discurso científico. Actividad 13: Realización de un texto científico, investigando sobre un tema que sea de interés del alumno, la extensión será de 2 a 3 cuartillas.
15		Tema: Discurso artístico. Actividad 14: Análisis de un texto sobre el discurso artístico.
16		Cuestionario Final

ACTIVIDADES DEL PRESTADOR DE SERVICIO SOCIAL

E Exposición sobre el tema: figuras retóricas en las clases presenciales

^ Elaboración de material didáctico para los temas: mayúsculas, acentuación, verbos irregulares, signos de puntuación y vicios del lenguaje.

Ç Revisión de algunos trabajos sin otorgar calificación

ACUERDOS DE EVALUACIÓN

-Contar con el 90 % asistencia (entrega de trabajos) para tener derecho a evaluación.

-Evaluación de los ejercicios realizados durante la clase y de los proyectos de investigación para promediarse al final.

PERIORIZIDAD	TEMAS	% POR EJERCICIO	% DE TODOS LOS EJERCICIOS	ACT. EXTRACLASE	%	TOTAL
CADA CLASE	RELACIONADOS CON LAS ACTIVIDADES DURANTE LA CLASE Y SON 13 A ENTREGAR	7	91	INVESTIGACIÓN SOBRE LAS FIGURAS RETÓRICAS.	9	100 %

BIBLIOGRAFÍA

NÚMERO	BIBLIOGRAFÍA BÁSICA O DE TEXTO	NÚMERO	BIBLIOGRAFÍA DE CONSULTA O DE APOYO
1	ALARCOS, E. (1999) <i>Gramática de la Lengua Española</i> . Colección Nebrija y Bello Real Academia Española. España: Espasa.	23	BREWSTER, A. (1963) <i>Introducción a la publicidad</i> . México: Editorial Continental.
2	BAENA, G. (1984) <i>Redacción práctica: El estilo personal de redactar</i> . México: Editores Mexicanos Unidos.	24	COMES, P. (1974) <i>Técnicas de expresión: Guía para la redacción y presentación de trabajos científicos, informes técnicos y tesis</i> . Barcelona: Oikos-Tau.
3	BARTHES, R. (1984) <i>El placer del texto</i> . México: Siglo XXI.	25	DIJK, T. (1983) <i>Estructuras y funciones del discurso</i> . México: Siglo XXI.
4	BLOCK DE BEHAR, L. (1984) <i>Una retórica del silencio</i> . México: Siglo XXI.	26	DIRKSEN, C. (1978) <i>Principios y problemas de la publicidad</i> . México: Continental.
5	CARDONA, D. y FERNÁNDEZ, R. (1972) <i>Lingüística de la publicidad: el idioma español y la publicidad</i> . España: Azanca.	27	DOUGLAS, T. (1993) <i>Guía completa de la publicidad</i> . Madrid: H. Blume.
6	CHÁVEZ, P. y Oseguera, E. (2004) <i>Acercamiento a los textos: taller de lectura y redacción</i> . (5ª reimp. 1998). México: Publicaciones Cultural.	28	DUCROT, O. (1986) <i>El decir y lo dicho</i> . Barcelona: Paidós.

7	COL-VINENT, R. (1972) <i>Redacción y estilo</i> . (4ª ed.) Compendios de divulgación filológica 6, Barcelona: Biograft.	29	MATTELART, A. (1991) <i>La publicidad</i> . Barcelona: Paidós.
8	ESCALANTE, B. (2005) <i>Ortografía instantánea</i> . México: Publicaciones Cultural.	30	PARRAMON, J. (1969) <i>Publicidad; técnica y práctica</i> . Barcelona: Parramon.
9	FERRER, E. (1990) <i>La publicidad: textos y conceptos</i> . (4ª ed.) México: Trillas.	31	PENINOU, G. (1976) <i>Semiótica de la publicidad</i> . México: G. Gilli.
10	FERRER, E. (1970) <i>Otras perlas publicitarias</i> . México: Herrero.	32	THIBAUT-LAULAN, A. (1973) <i>El lenguaje de la imagen</i> . Madrid: Marova.
11	GALINDO, C. y M. y Torres-Michúa A. (1997). <i>Manual de redacción e investigación Guía para el estudiante y el profesionalista</i> . México: Grijalbo.	33	ZAVALA, R. (1995) <i>El libro y sus orillas: tipografía, originales, redacción, corrección de estilo y de pruebas</i> . México: UNAM, Dirección General de Publicaciones y Fomento Editorial.
12	GONZÁLEZ, S. (1984) <i>Manual de redacción e investigación documental</i> . México: Trillas.		
13	GREIMAS, J. (1983) <i>La semiótica del texto</i> . Barcelona: Paidós.		
14	<i>Manual de español urgente</i> . (1991) (8ª ed.) Madrid: Agencia efe, Cátedra.		
15	MAQUEO, A. (1985) <i>Redacción</i> . México: Limusa.		
16	MARTIN, G. (1992) <i>Del pensamiento a la palabra: curso de redacción teoría y práctica de la composición y del estilo</i> . Madrid: Paraninfo.		
17	MATEOS, A. (2006) <i>Ejercicios ortográficos</i> . (57ª ed.) México:		

	Esfinge.		
18	OCÉANO PRÁCTICO. (s.f.) <i>Gramática fácil del español</i> . España: Océano.		
19	QUESADA, J. (1983) <i>Redacción y presentación del trabajo intelectual</i> . Madrid: Paraninfo.		
20	RODRÍGUEZ J., V. (1988) <i>Manual de redacción: Ortografía, recursos literarios, estilos, comentarios de textos</i> . Madrid, Paraninfo.		
21	SEGRE, C. (1985) <i>Principios de análisis del texto literario</i> . Barcelona: Crítica.		
22	TORR, F. (1991) <i>Taller de lectura y redacción</i> . México: McGraw-Hill.		