

PROGRAMA DESGLOSADO

Fecha de elaboración: 27 de julio del 2014

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

SEMESTRE: **2015-2**
HORAS DE CLASE A LA SEMANA: **2**
HORARIO: **semipresencial grupo: 4468**

Objetivo:	Adquirir a través de la práctica, la óptima utilización de la lengua para expresarse con claridad y eficiencia. 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.
Metas y Productos:	Al concluir el curso se espera contar con las bases gramaticales que permitirán una correcta expresión oral y escrita. 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. La creación de textos producto de una investigación documental.
Dinámica del curso:	Las actividades de este curso se desarrollarán en 17 clases, el alumno revisara cada instrucción y material didáctico subido al sistema, posteriormente mandará su trabajo. El eje central es la comprensión y el análisis de lecturas a través de la revisión de temas como los medios de comunicación, los géneros literarios, el lenguaje articulado y el lenguaje visual. 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.
Materiales:	Cada alumno deberá acceder a la página: http://cvirtual.fad.unam.mx/educacion/ para las clases.

CALENDARIO DE SYLLABUS

ACTIVIDADES DEL PRESTADOR DE SERVICIO SOCIAL

^ Elaboración de material didáctico para los temas: Ilustración de un texto y recreación textual de una imagen

Ç Revisión de algunos trabajos sin otorgar calificación

SEMANA MES	TEMAS Y SUBTEMAS	OBJETIVOS PARTICULARES	ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA	MATERIAL DIDÁCTICO	VERIFICACIÓN DEL APRENDIZAJE	BIBLIOGRAFÍA (Número de referencia)
FEB	Unidad I: Medios de comunicación 1.1. Periódico y revista 1.2. Historieta 1.3. Audiovisual 1.4. Radio 1.5. Cine 1.6. Televisión 1.7. Internet	Comprender la importancia de los medios de comunicación y su alcance. Practicar la articulación de un texto. Reconocer el gran alcance que tienen los medios de comunicación, lo diverso y necesario que son en la transmisión de mensajes.	Explicación de la dinámica de trabajo del curso y de la evaluación durante este semestre Actividad 1: Entrega durante la semana la estructuración de un texto acerca de lo que son los medios de comunicación. De una a dos cuartillas de extensión.	Archivo con la información.	Revisión del texto sobre los medios de comunicación y su redacción, que reflejará el trabajo de investigación sobre este tema.	4, 8, 10, 11, 22, 25, 26, 28, 29 y 30
	Unidad II: Recursos y géneros literarios 2.1. Recursos 2.1.1. Descripción 2.1.2. Narración 2.1.3. Diálogo	Comprender que la descripción y la narración son dos recursos de la escritura que generalmente se entrelazan y se complementan. Describir es recoger los más relevantes detalles, seleccionarlos y presentarlos en un escrito preciso y ordenado. La descripción se refiere a fenómenos, acontecimientos que se perciben por medio de los sentidos. La descripción produce una imagen. Podría llevarse a cabo a partir de las preguntas ¿qué hay? y ¿cómo es? La narración es el relato de uno o varios sucesos ordenados de tal modo	Explicación de los recursos literarios. Actividad 2: Realiza un texto dónde describas a una persona a quien admiras. Actividad 3: Por su contenido, la narración puede ser subjetiva, objetiva, realista, fantástica o histórica. Redacta una pequeña narración de cada tipo de contenido.	Archivo con la información sobre la narración, descripción y diálogo	Revisión de textos.	1, 2, 5, 12, 13, 15, 20, 24 y 27.

		que adquieren un significado propio. Podría responder a ¿qué sucede? El diálogo es una obra literaria escrita en forma de conversación.	Actividad 4: Realizar un diálogo inventado entre un Diseñador y Comunicador Visual y su cliente. El objetivo es practicar este género, las estrategias de convencimiento para poder vender un producto intelectual y las ideas en el área profesional. Ç			
MAR	2.2. Géneros 2.2.1. Novela 2.2.2. Cuento	Reconocer estos dos géneros literarios que tienen como característica la ficción y la mentira. Comprender que la novela es una obra literaria en prosa de considerable extensión, en la que se describen y narran acciones fingidas, imitando las de la vida real. Entender que el cuento es también una forma de narración.	Actividad 5: Lectura de una novela para comentar sus características en el foro. Actividad 6: Realización de un pequeño cuento, 50% de ilustraciones y 50% de texto totalmente inventado por el alumno. El objetivo de esta actividad es practicar, conocer e inventar, para fomentar la creatividad. Ç	Archivo con la información de novela y el cuento	Intercambio de comentarios en el foro y del cuento ilustrado que elaborarán para evaluar.	2, 3, 13, 19, 20, 24 y 27
	2.2.3. Ensayo 2.2.4. Teatro	Identificar que el ensayo se caracteriza porque se apoya en el punto de vista del que escribe, es un género literario que se alimenta y vive de la personalidad del autor, refleja lo amado y lo odiado, es una forma libre donde se piensa en voz alta, caben en él las dudas, los comentarios, lo que está al margen y rescata lo efímero. En resumen es una puesta en escena del pensamiento vivo	Actividad 7: Realización de un ensayo con una extensión de dos a tres cuartillas. Este género permite comprender la importancia de este tipo de investigación. Actividad 8: Análisis de una obra de teatro.	Archivo con la información sobre ensayo	Evaluación de los ensayos.	2, 3, 9, 13, 19, 24, 25, 26, 27, 28, 29 y 30

		que trata de convencer al destinatario. Es una reflexión y una investigación. Ubicar también el género del teatro y reconocer así, sus características.	El objetivo es comprender y disfrutar de este género.			
	Unidad III: Lenguaje articulado y	<p>Reconocer que el lenguaje es importante porque permite a los seres humanos manifestar sus pensamientos, gracias a el podemos manifestar la capacidad de pensar.</p> <p>Es el instrumento más rico y útil ya que por medio de él nos informamos de lo que pasa en el mundo.</p> <ul style="list-style-type: none"> • El lenguaje nos permite gozar tanto de la lectura como de la escritura. Subrayar las características del lenguaje oral: Es producido por las articulaciones de sonidos. <p>El lenguaje auditivo esta relacionado con la facultad de hablar (por lo que también se llama lenguaje articulado) y constituye el objetivo de la ciencia del lenguaje articulado.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Es instantáneo, móvil rico y puede manifestar más carga afectiva que el escrito. • Se expresa de forma inmediata. <p>A través de el se refleja el grado de cultura de la persona, su buena o mala educación.</p>	Actividad 9: Realización de un texto que cumpla con los requisitos sobre el lenguaje escrito y la explicación oral del mismo por parte de cada alumno, durante la clase. El objetivo es aplicar las características e importancia antes mencionadas acerca del lenguaje articulado.	Archivo sobre el lenguaje articulado y el visual.	Evaluación del texto.	31
ABRL	lenguaje visual 3.1. Características e importancia 3.2. Semejanzas y diferencias	Distinguir las semejanzas y diferencias entre el lenguaje articulado y el visual. El lenguaje visual es el que se adquiere por medio de la vista; señales, avisos, carteles, entre otros. Con sintaxis más o menos conocidas y gramáticas peor o mejor articuladas, llevamos milenios	Actividad 10: Realización de un diseño que sea lo suficientemente claro dentro del lenguaje visual. Ç	Archivo sobre el lenguaje	Revisión de imágenes	31

		<p>usando los gráficos para expresar ideas y conceptos. Son lenguajes de carácter no secuencial en el que los dibujos transmiten igualmente, pero a veces de forma mucho más efectiva, ideas y hasta sentimientos.</p> <p>En realidad podemos pensar en múltiples lenguajes visuales con reglas sintácticas muy específicas. Por ejemplo las señales de tráfico o la notación musical proporcionan un lenguaje visual con significados muy precisos. También podemos hablar del lenguaje visual de los gráficos de barras y de pastel o de los organigramas corporativos.</p> <p>En definitiva, el lenguaje visual está por doquiera que vayamos y nos rodea continuamente. Conocer las reglas generales de que participan todos ellos nos puede ayudar a expresarnos visualmente con mayor efectividad de lo que estamos acostumbrados.</p>				
	3.3. Ilustración de un texto ^	<p>Comprender la importancia de la imagen junto a un texto y darse cuenta que una imagen que ilustra a un texto no tiene que rebasarlo, tienen que complementarse, el objetivo es que se articulen para la correcta comprensión del mensaje.</p>	<p>Actividad 11: Ilustrar el texto seleccionado. Desempeñar la tarea de ilustrar un texto para valorar la relación entre el texto y la imagen. Ç</p>	<p>Archivo con texto.</p>	<p>Revisión de las ilustraciones.</p>	<p>31</p>
	3.4. Recreación textual de una imagen ^	<p>Aceptar que para cada persona una misma imagen tiene diferentes lecturas y significados.</p> <p>Es ahí donde reside la diversidad de pensamientos y se reconoce al ser humano como único e irreplicable.</p> <p>Reconocer que la articulación de un</p>	<p>Actividad 12: A partir de una imagen elaborar un texto basado en ella. El objetivo es que cada alumno partiendo de la misma imagen realizará una lectura diferente y lo</p>	<p>Archivo con la imagen a interpretar.</p>	<p>Revisión de textos y comentarios en el foro.</p>	<p>31</p>

		texto que provoco una imagen resulta interesante.	reportara en su texto. Ç Compartir en foro			
	Unidad IV: Comprensión y análisis de lecturas 4.1. Lectura 4.2. Revisión de vocabulario 4.3. Localización del tema 4.4. Ideas principales y secundarias	Apreciar que dentro del análisis de una obra se deben reconocer las características formales (estructura, tipo de narración, estilo, etc.) y temáticas, contenido (tipo de argumento: histórico, social, etc.)	Actividad 13: Análisis y comprensión de un texto relacionado con el diseño gráfico. Aplicar las estrategias que se deben seguir para el análisis de un texto.	Archivo con texto	Comentarios sobre el texto.	15, 19, 21 y 24
MAY	4.5. Síntesis 4.6. Resumen 4.7. Cuadro sinóptico	Destacar la importancia de la comprensión de un texto en la elaboración de su resumen, síntesis o cuadro sinópico. Un resumen es la reducción de un escrito a términos breves y precisos; consiste en tomar en cuenta únicamente la parte esencial de una información. Para elaborar un resumen se siguen los siguientes pasos: leer cuidadosamente el texto, subrayar las ideas principales y redactar.	Actividad 14: realizar un resumen de un texto.Ç	Archivo con texto	Revisión de ejercicio.	5, 15, 18, 19 y 21
	4.8. Exposición y réplica oral	Valorar que en una exposición se expresan ideas o hechos con el objeto de informar al lector acerca de un tema o asunto en particular. Un texto expositivo puede ser: un trabajo de investigación, un análisis, un resumen, un informe, una reseña crítica, un reporte, etc.	Actividad 15: Presentación de un tema para exponer para practicar este método de la práctica profesional. Se pretende que los oyentes elaboren preguntas al ponente con el fin de conseguir una replica oral.	Archivo con información sobre la réplica oral.	Propiciar la replica oral. Conclusiones y comentarios.	5 y 9

	Cuestionario final		Contestar cuestionario		Evaluar el curso	
--	--------------------	--	------------------------	--	------------------	--

EVALUACIÓN

ACUERDOS DE EVALUACIÓN

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

-Evaluación de los ejercicios enviados, de los proyectos de investigación y exposiciones para promediarse al final.

PERIODECIDAD	TEMAS	% POR EJERCICIO	% DE TODOS LOS EJERCICIOS	ACT. EXTRACTASE	%	TOTAL
CADA CLASE	RELACIONADOS CON LAS ACTIVIDADES DURANTE LA CLASE Y SON 15 A ENTREGAR	6	90	TEMA A EXPONER	10	100 %

BIBLIOGRAFÍA

NÚMERO	BIBLIOGRAFÍA BÁSICA O DE TEXTO	NÚMERO	BIBLIOGRAFÍA DE CONSULTA O DE APOYO
1	BAENA, G. (1984) <i>Redacción práctica: El estilo personal de redactar</i> . México: Editores Mexicanos Unidos.	22	BREWSTER, A. (1963) <i>Introducción a la publicidad</i> . México: Editorial Continental.
2	BARTHES, R. (1984) <i>El placer del texto</i> . México: Siglo XXI.	23	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	BLOCK DE BEHAR, L. (1984) <i>Una retórica del silencio</i> . México: Siglo XXI.	24	DIJK, T. (1983) <i>Estructuras y funciones del discurso</i> . México: Siglo XXI.
4	CARDONA, D. y Fernández, B. (1972) <i>Lingüística de la publicidad. El idioma español y la publicidad</i> . España: Las ediciones de los Papeles de Son Armadans AZANCA, 5.	25	DIRKSEN, C. (1978) <i>Principios y problemas de la publicidad</i> . México: Continental.

5	CHÁVEZ, P. y Oseguera, E. (2004) <i>Acercamiento a los textos: taller de lectura y redacción</i> . (5ª reimp.1998). México: Publicaciones Cultural.	26	DOUGLAS, T. (1993) <i>Guía completa de la publicidad</i> . Madrid: H. Blume.
6	COL-VINENT, R. (1972) <i>Redacción y estilo</i> . (4ª ed.) Compendios de divulgación filológica 6, Barcelona: Biograft.	27	DUCROT, O. (1986) <i>El decir y lo dicho</i> . Barcelona: Paidós.
7	ESCALANTE, B. (2005) <i>Ortografía instantánea</i> . México: Publicaciones Cultural.	28	MATTELART, A. (1991) <i>La publicidad</i> . Barcelona: Paidos.
8	GARCÍA, M. (2000) <i>Las claves de la publicidad</i> . (4ª ed.) Madrid: ESIC editorial.	29	PARRAMON, J. (1969) <i>Publicidad; técnica y práctica</i> . Barcelona: Parramon.
9	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.	30	PENINOU, G. (1976) <i>Semiótica de la publicidad</i> . México: G. Gilli.
10	GALINDO, E. (1975) <i>Publicidad dinámica</i> . México: Editorial Herrero.	31	THIBAUT-LAULAN, A. (1973) <i>El lenguaje de la imagen</i> . Madrid: Marova.
11	GUINSBERG, E. (1985) <i>Control de los medios, control del hombre. Medios Masivos de Difusión y Formación Psicosocial</i> . México: Ediciones Nuevomar.	32	ZAVALA Ruiz, 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	OCÉANO PRÁCTICO. (s.f.) <i>Gramática fácil del español</i> . España: Océano.		
18	QUESADA, J. (1983) <i>Redacción y presentación del trabajo intelectual</i> . Madrid, Paraninfo.		
19	RODRÍGUEZ, V. (1988) <i>Manual de redacción: Ortografía, recursos literarios, estilos, comentarios de textos</i> . Madrid: Paraninfo.		
20	SEGRE, C. (1985) <i>Principios de análisis del texto literario</i> . Barcelona: Crítica.		
21	TORRE. (1991) Francisco Javier de la. <i>Taller de lectura y redacción</i> . México: McGraw-Hill.		