

**CET N°13
PLANIFICACION ANUAL**

**COMUNICACIÓN ORAL Y ESCRITA
CURSOS: 3° 1° - 3°2° T.V
DOCENTE: CALDERÓN ROSANA**

FUNDAMENTACION

La materia Comunicación Oral y Escrita ofrece a los estudiantes la oportunidad de involucrarse en el estudio y las prácticas de interpretación y producción de los procesos comunicacionales, tanto en el amplio campo de la comunicación (la comunicación interpersonal, intercultural, comunitaria/institucional) como en el campo específico de los medios de comunicación masiva.

Se pretende el abordaje de los medios masivos de comunicación desde un enfoque multimedial, pero sin disociarlos de las dimensiones humanas de la comunicación. Con diversos modos y especificidades de la comunicación verbal y no verbal, oral y escrita, relacionados con aspectos grupales y sociales, y con formas de comunicación mediadas. Ésto, posibilita a los estudiantes complejizar su mirada acerca de la sociedad en que se hayan insertos y de las prácticas de comunicación que se producen y reproducen en algunos ámbitos específicos del escenario social: las instituciones, organizaciones y comunidades.

La comunicación, en tanto multidimensional e interpersonal, no puede pensarse como un mero y único fenómeno de intercambio de mensajes; lejos de ello, debe ser abordada como productora de sentido cultural, en el marco de las interacciones sociales.

PROPOSITOS

- ✓ Propiciar y construir un espacio para hablar, escuchar, leer y escribir en el contexto de los nuevos lenguajes de la comunicación.
- ✓ Se pretende que el alumno adquiera, desarrolle y profundice habilidades, destrezas y actitudes para poseer las competencias necesarias, que les permitan desenvolverse correctamente ante las distintas situaciones comunicativas y expresivas que se le presenten en el plano de la oralidad y de la escritura.

- ✓ Lectura y análisis de textos dispares, de interés general, personal, de artículos de opinión, entrevistas, noticias.
- ✓ Promover la lectura crítica y la producción de distintos textos en los que construyan sus propias ideas.

EXPECTATIVAS

- ✓ Qué el alumno/a: Identifique y analice distintos fenómenos comunicacionales.
- ✓ Logre reconocer situaciones comunicacionales, incluidos los discursos de los Medios Masivos de Comunicación.
- ✓ Realice diversas producciones comunicacionales.
- ✓ Comprenda y reconozca las herramientas para construir discursos propios en múltiples lenguajes (oral, escritos, audiovisuales, sonoros, visuales).

CONSIDERACIONES METODOLOGICAS

- ✓ Planificar estrategias comunicacionales en sus diferentes soportes escritura, lectura y oralidad, teniendo en cuenta situaciones y contextos.
- ✓ Desarrollo de prácticas de argumentación: paneles de discusión; comunicación oral y escrita de ideas; búsqueda de información en apoyo de los argumentos.
- ✓ Consulta de bibliografía, como artículos periodísticos, páginas de Internet, etcétera, para fundamentar ideas y opiniones.
- ✓ Presentaciones de temas específicos de forma individual o grupal.
- ✓ Analizar la realidad que los rodea y generar inquietudes, siendo productores de sus propios discursos en múltiples lenguajes (oral, escrito, audiovisual, visual, sonoros).

EVALUACIÓN

La evaluación será formativa: se realizara durante todo el proceso donde se tendrá en cuenta el transcurso de los/as alumnos/as, conociendo sus puntos de partida.

Se llevará a cabo una planilla de seguimiento de cada estudiante, donde constará la asistencia, participación y realización de las propuestas áulicas, entrega de trabajos prácticos en tiempo y forma y carpeta completa.

Se conversará con el/la estudiante a fin de reflexionar sobre el proceso de seguimiento durante el proceso.

LINEAMIENTOS DE LA ACREDITACIÓN

- ✓ Se pretende lograr que el aula sea un espacio abierto a la comunicación y a la libre circulación de información, donde el docente promueva la generación de un ambiente de discusión, reflexión y participación activa.

Profundizar los conocimientos teóricos y conceptuales que le permitan abordar y comprender diferentes problemáticas del campo de la comunicación.

- ✓ Producir e interpretar textos en el marco de los nuevos lenguajes de la comunicación
- ✓ Escuchar y leer en voz alta diferentes textos producidos por ellos mismos.
- ✓ Realización de contenidos multimediales.
- ✓ La acreditación se realizará mediante una instancia de presentación de un trabajo final, el mismo incluirá todos los saberes abordados en la materia.

SABERES

1° CUATRIMESTRE:

EJE: Elementos y ámbitos de la comunicación.

Los Medios Masivos de Comunicación.

- La Comunicación: definición, elementos participantes. Su importancia como herramienta fundamental en la evolución social, cultural e interpersonal. Teoría de la Comunicación Humana
- Características propias de los Medios Masivos de Comunicación. Panorama histórico de la evolución de los medios de comunicación. Concepto de masa, audiencia y opinión pública. Propósitos/funciones, estructura, formatos y mensajes.
- Las fuentes de información. La información como derecho, lectura dominante, oposicional y negociada.
- Fake News, Manipulación mediática, influencia de los M.M.C en la formación de la opinión pública.
- Cobertura de la información: tratamiento, posturas y análisis de los contenidos multimediales sobre diversos asuntos de la realidad desde un rol crítico y refle

SABERES

2° CUATRIMESTRE:

EJE: PROPAGANDA, PUBLICIDAD Y NUEVOS MEDIOS

- Publicidad. Análisis discurso publicitario. Estereotipos. Visión estereotipada de la realidad.
- Estereotipos y colectivos sociales. Análisis. Propaganda por los hechos. La revolución de los nuevos medios de comunicación y su impacto en la sociedad.
- La influencia de los Medios Masivos de comunicación en la construcción de estereotipos en la publicidad: La mujer ama de casa; la mujer compañera; la mujer madre; la mujer cuidadora, la mujer bella; la mujer-niña.
- Realización de contenidos multimediales con un discurso propio: spot, micros, propagandas, podcasts, programas.
- ARGUMENTACIÓN ORAL Y ESCRITA: Principales recursos argumentativos: Cita de autoridad, Generalización, Ejemplificación, Comparación, Concesión, Negación. Diferencias entre la argumentación escrita y oral.
- Reconocer los recursos de la argumentación (verbal, lógica, visual) que aparecen en diferentes géneros de opinión para evaluar su impacto argumentativo e incorporarlos como herramientas para la propia producción de textos.

Bibliografía

- CARBONARO, ESTEBAN, CATANZARITI, LAURA, FRITZ, ROMINA (2021). Comunicación y Culturas del consumo, 1º ed. Ituzaingò, Buenos Aires: Editorial

Maipue.

- GOMIS, LORENZO (1991). Teoría del periodismo, Cómo se forma el presente, Barcelona: Paidós Comunicación.
- MCGRAWW, Publicidad Radiofónica, Interamericana, S.A.
- PEDRANTI GABRIELA (2011). Introducción a la Comunicación. 1ª edición 2011. Buenos Aires: Editorial Maipue.
- ULANOVSKY, CARLOS (1995). Días de radio, Buenos Aires: Espasa Calpe.