

PROGRAMA ANUAL

ORIENTACIÓN: Lenguas	CICLO LECTIVO: 2026
NOMBRE DEL ESPACIO CURRICULAR: EDI Comprensión y Producción de textos	
ÁREA: Lengua	AÑO: 5.º
FORMATO: Asignatura	CICLO: Orientado
CURSO Y DIVISIÓN: 5.ª, 6.ª, 11.ª y 12.ª	TURNOS: mañana y tarde
PROFESORES A CARGO: José Luis López	HORAS SEMANALES PRESENCIALES/ VIRTUAL: 2 h presenciales / 1 h virtuales

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS DISCIPLINARES (DEL CICLO BÁSICO U ORIENTADO)

- Producir distintos tipos de textos orales vinculados con diversas prácticas sociales.
- Comprender de manera autónoma distintos tipos de textos escritos relacionados con diversas prácticas sociales.
- Producir diferentes tipos de textos escritos con adecuación, coherencia y cohesión.
- Utilizar correctamente estructuras oracionales compuestas y complejas, respetando las normas de concordancia.
- Producir textos argumentativos y creativos que respondan a distintos propósitos comunicativos.
- Analizar distintos formatos publicitarios atendiendo a sus recursos verbales, icónicos y persuasivos.

CAPACIDADES

- Seleccionar el tipo de texto en función del tema, del propósito comunicativo y de la audiencia.
- Exponer a partir de un plan global o de organizadores gráficos.
- Argumentar y contraargumentar en conversaciones y debates polémicos.
- Anticipar, escuchar, verificar, organizar y reproducir información relevante de diversos textos.
- Desarrollar una actitud crítica frente a la publicidad y reconocer sus maniobras discursivas.
- Ejercer la responsabilidad, el respeto por las opiniones ajenas, la participación activa y la presentación de trabajos en tiempo y forma.

APRENDIZAJES/SABERES

Las prácticas discursivas como instrumento de análisis.

Unidad I. Las prácticas sociales y los discursos

- Aplicación de estrategias de lectura para identificar participantes, propósito y contexto de la enunciación.
- Reconocimiento de maniobras discursivas propias del infomercial y de otros formatos publicitarios.
- Análisis de recursos gráficos y visuales del texto publicitario: tablas, porcentajes, enfoques, ubicación, luz y colores.
- Producción de notas de opinión y esbozos de publicidad gráfica.
- Conocimiento del sistema lingüístico en función de la comprensión y la producción.

Reconocimiento de relaciones lógico-semánticas y pragmáticas en textos publicitarios.

Unidad II. Cuando de convencer se trata

Identificación de categorías del texto argumentativo: tesis, tipos de argumentos y objetos de acuerdo.

Reconocimiento de voces, marcas de subjetividad, valores y jerarquías valorativas.

Caracterización de géneros argumentativos: ensayo, nota editorial, ensayo periodístico, ensayo filosófico, publicidad y propaganda.

Unidad III. Procesos mentales implicados en la lectura

Identificación de procesos inferenciales: inferencias conectivas y elaborativas.

Aplicación de estrategias inferenciales a la comprensión de textos argumentativos y publicitarios.

Reconocimiento de los procesos mentales implicados en la producción de un texto.

Aplicación de estrategias cognitivas para la redacción de textos argumentativos y de publicidad gráfica: planificación, metas comunicativas y manejo de fuentes de información.

CONDICIONES DE APROBACIÓN (PRIORIZADOS EN EL ÁREA O ESPACIO)

Participación en trabajos prácticos, evaluaciones y exposiciones orales, individuales y grupales, según lo establecido institucionalmente.

Presentación de carpeta completa y de los trabajos prácticos escritos o impresos, según corresponda.

Para las mesas de diciembre-febrero: examen oral sobre los temas desarrollados en el programa.

Para estudiantes con espacio pendiente de aprobación: examen oral sobre la totalidad de los contenidos del programa, hayan sido o no desarrollados durante el ciclo lectivo.

BIBLIOGRAFÍA DEL ESTUDIANTE

Material elaborado por el docente de la cátedra, con selección de textos para el trabajo en el aula y ejercitación complementaria.



JOSÉ LUIS LÓPEZ
Prof. de Lengua y Literatura
UNCuyo