



Departamento: Lenguas

Carrera: Profesorado en Inglés / Licenciatura en Inglés

Asignatura: Lengua Inglesa para la Comunicación Social **Código/s:** 6401

Curso: tercer año

Comisión: Única

Régimen de la asignatura: Cuatrimestral

Asignación horaria semanal: 8 hs de clases teórico-prácticas

Asignación horaria total: 120

Profesor Responsable: Mgter. Renata F. Cardinali (Profesor Adjunto- Exclusivo)

– A cargo

Integrantes del equipo docente:

Prof. Eugenia Marra (Ayudante de Primera –Exclusivo)

Ayudante de Segunda: --

Año académico: 2018

Lugar y fecha: Río Cuarto, 5 de abril de 2018



1. FUNDAMENTACIÓN

La asignatura Lengua Inglesa para la Comunicación Social se organiza tomando como punto de partida los contenidos mínimos según están planteados en el plan de estudios del Profesorado de Inglés (1998) y la Licenciatura en inglés (2002). Los mismos son los que a continuación se detallan:

“El discurso oral y escrito de los medios de comunicación. Desarrollo de las cuatro macro-habilidades comunicativas para la recepción y producción en idioma inglés en el campo de los medios de comunicación. Reflexión sobre las funciones comunicativas y sociales de la lengua. Desarrollo de una actitud crítica frente al discurso de los medios de comunicación.”

El aprendizaje de una lengua extranjera supone un proceso complejo que involucra además del aprendizaje de su vocabulario, gramática, pronunciación y entonación, un acercamiento a la cultura que expresa. También involucra, en el caso de estudiantes de una lengua extranjera, una mirada de la propia cultura y una perspectiva ampliada del discurso social que se caracteriza por su diversidad y pluralidad por lo que se hace necesario el desarrollo de las competencias culturales e interculturales a la par de las tradicionales competencias lingüísticas logrando un abordaje integral. En cada evento comunicativo, el lenguaje cumple tres funciones a) *Función ideacional*: permite al escritor organizar su propia experiencia del mundo, real o imaginario, que le rodea en relación con otras personas, cosas, acontecimientos, etc. b) *Función interpersonal*: le sirve para establecer o mantener relaciones sociales con otras personas de su entorno mostrando una determinada actitud ante ciertos acontecimientos, su forma de expresarse, modalidad, etc. y c) *Función textual*: garantiza la creación de un texto coherente en sí mismo y con el contexto social en el que tiene lugar.

El discurso de los medios, escrito, oral, audiovisual, visual, es una manifestación de complejos procesos en los que el conocimiento, creencias, y opiniones son cotejados con la información existente o nueva sobre distintos eventos, los contextos sociales donde se producen las noticias, y las representaciones de la audiencia (van Dijk, 1983). Es por esto que no se lo considera un producto sino más bien un proceso en el cual quienes los producen lo (re)construyen a partir de los discursos de los que disponen. En otras palabras, las noticias no son simplemente una descripción (incompleta) de los hechos, sino que son una tipo de (re)construcción de la realidad de acuerdo a las normas y los valores de una sociedad. Su organización es el resultado de la interacción subyacente entre el escritor y el lector y por esto la comprensión e interpretación del discurso de los medios depende no sólo de las estructuras manifiestas sino también la información que se presupone que se tiene y los procesos o estrategias de interpretación y representación.

Teniendo esto en consideración, en el desarrollo de la asignatura, los medios de comunicación, sus canales y formas (noticias, editoriales, avisos publicitarios, entre muchos otros), se observan y exploran como instituciones sociales de gran influencia ya que tienen la función de narrar día a día las historias que protagonizan distintos actores sociales en su contexto social e histórico. Su rol es central no sólo en la presentación de la cultura, política y vida social, sino también en el modo que reflejan y



módelan las ideologías, creencias y opiniones con una estructura característica que materializa una perspectiva y valores particulares.

Teniendo en cuenta lo anteriormente mencionado, resulta esencial que los futuros Profesores y Licenciados en Inglés desarrollen una perspectiva crítica de los procesos involucrados en la producción y recepción de los distintos géneros de comunicación masiva y puedan desarrollar habilidades para observarlos, explorarlos, y discutirlos vinculando lo que ocurre en contextos globales con lo que ocurre a nivel local. Nuestra sociedad actual es multicultural ya que “se conforma a partir de las identidades múltiples que representan los distintos grupos, así como a través de las relaciones entre los diferentes grupos que conviven en un contexto común para salvaguardar la configuración de un futuro compartido” (Aguilar, 2008, p. 60).

Contextualización:

Materias correlativas:	
Para cursar	Para rendir
El alumno deberá haber regularizado: Fonética y Fonología Inglesa II, código 6397; Lengua Inglesa IV NA, código 6426 y Gramática Inglesa I, código 6427.	El alumno deberá haber rendido y aprobado: Lengua Inglesa IV NA, código 6426.

2. CONTENIDOS MÍNIMOS

“El discurso oral y escrito de los medios de comunicación. Desarrollo de las cuatro macro-habilidades comunicativas para la recepción y producción en idioma inglés en el campo de los medios de comunicación. Reflexión sobre las funciones comunicativas y sociales de la lengua. Desarrollo de una actitud crítica frente al discurso de los medios de comunicación.”

3. OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL:

- Desarrollar la habilidad de comprender, negociar y construir mensajes orales y escritos en contextos generales y en contextos específicos de los medios de la comunicación social en un nivel avanzado de lengua inglesa equivalente al nivel: *Advanced C2, ALTE (Association of Language Testers of Europe), Level 5.**

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Desarrollar el pensamiento y posicionamiento crítico hacia diferentes temas.
- Desarrollar la habilidad de comprender, negociar y construir mensajes en contextos específicos y con propósitos sociales específicos en un nivel de lengua que exhiba las características formales (pronunciación, entonación, y lexicogramaticales) apropiadas para los géneros: descriptivo, argumentativo, de opinión, de discusión, entrevista radial, aviso publicitario.
- Desarrollar la habilidad de lectura comprensiva de textos pertenecientes a los géneros: narrativo, ensayo argumentativo, artículo periodístico de noticia, de opinión, de entrevista, género literario de ficción y de cuento corto (short story).
- Desarrollar la habilidad escritura de textos pertenecientes a los géneros: ensayo argumentativo, artículo periodístico de noticia, y artículos de opinión.

- Adquirir los principios básicos/estructura esquemática de la argumentación retórica (formulación de tesis, fundamentación, refutación y conclusión) y de los géneros de los medios de comunicación masiva.
- Hacer uso de distintos recursos léxico-gramaticales, semánticos y discursivos en el género de argumentación crítica/retórica y en los géneros de los medios de comunicación masiva especificados.
- Desarrollar las estrategias de nivel superior e inferior adecuadas para las distintas habilidades de la lengua según correspondan.
- Desarrollar estrategias para la interpretación de imágenes.

* En este nivel, el usuario de la lengua se acerca a una competencia similar a la de un usuario nativo y puede usar el idioma en un amplio rango de formas culturalmente apropiadas. Los usuarios pueden mejorar su uso de la lengua extranjera ampliando su vocabulario y refinando el uso y manipulación de estilos y registros. Su nivel de competencia le posibilita acceder al discurso de la prensa y otros medios, además de aspectos culturales tales como el teatro, las películas y la literatura.

4. CONTENIDOS

CONTENIDOS CONCEPTUALES:

UNIDAD 1: medios de comunicación		
Contenidos Conceptuales	Contenidos procedimentales	Bibliografía
<p>Medios de comunicación masiva: diarios (impresos y digitales) revistas, televisión, radio, publicidades. Formatos y contenidos. Características en relación al contenido, audiencia, distribución, tamaño y extensión, diseño, color, formato impreso o digital. Uso de la lengua en relación a las variables del contexto de situación: campo, tenor y modo).</p> <p>Argumentación retórica: Comprensión del argumento: ¿Qué es argumento? ¿Qué es retórica? Objetivos del argumento. El argumento para convencer/ persuadir: su estructura y estrategia: estructura de caso (tesis, razón/es y evidencia), contexto retórico y audiencia.</p>	<p>• TRABAJOS PRÁCTICOS: Análisis de distintos diarios, revistas, canales de televisión y estaciones de radio (locales, nacionales, e internacionales). Material auténtico.</p> <p>• Discusión del concepto de audiencia a partir de los contenidos y formatos.</p> <p>• Lectura, escucha, y observación de material audiovisual sobre “los medios de comunicación y su efecto en la audiencia” y “sucesos novedosos en nuestro país y en el mundo”. Discusión de material auténtico.</p> <p>• Proyecto socio-comunitario “Lecturas para la salud”: distintas lecturas para distintas audiencias.</p> <p>• Lectura e identificación de argumentos. Identificación de su estructura. Material auténtico.</p>	<p>• Sharma, P. (2007). <i>Reading the news</i>. USA: Thompson ELT.</p> <p>• Tiersky, E. y Hughes, R. (1997). <i>Moring edition. Mastering reading and language skills with the newspaper</i>. USA: National Book Company.</p> <p>• Floyd, A. (2000). The Reporting Verbs and Bias in the Press <i>Revista Alicantina de Estudios Ingleses</i>, 13, p. 43-5.</p> <p>• Material impreso, oral y audiovisual compilado por la cátedra.</p> <p>• Listado de palabras utilizando un corpus de diarios publicados en la web.</p>

	<ul style="list-style-type: none"> • Escritura: ensayos argumentativos, artículos de diarios (hard news) y editoriales: escritura y reescritura (process writing) <p><u>Evaluación 1:</u> Identificación de géneros periodísticos. Características de titulares, primera plana y tapa. Vocabulario específico de los medios de comunicación.</p>	
--	--	--

UNIDAD 2: diarios y revistas		
Contenidos Conceptuales	Contenidos procedimentales	Bibliografía
<ul style="list-style-type: none"> • Diarios y revistas. Tipos. • Primera plana y tapa de revista. Características. • Títulos y titulares. Características. <p><u>Secciones del diario:</u> noticias, opinión, finanzas/negocios, perfiles, artes y entretenimiento, salud, ciencia, deportes, clasificados, sociales.</p> <p><u>Secciones de revistas:</u> tapa, historia central, contenidos, editorial, tendencias, educación, moda, música, famosos, columnas, recetas, avisos publicitarios.</p> <p><u>Géneros periodísticos:</u> Los Informativos: la noticia, el reportaje y la crónica. Los de opinión: el editorial, los artículos de opinión y las cartas al director.</p> <p>Código sistemático</p> <ul style="list-style-type: none"> • Primer nivel de lectura: <p>Cintillos Volantas Destacados Pies de foto</p>	<ul style="list-style-type: none"> • TRABAJOS PRÁCTICOS: Lectura y análisis de primera planas y tapas de revistas. • Lectura e identificación de la temática y estructura de artículos de diarios y revistas. • Análisis de los títulos de diarios y revistas. Discusión y escritura. • Análisis de distintos géneros periodísticos. Discusión. Escritura. • Lectura, escucha, y observación de material audiovisual sobre tema seleccionado de acuerdo a los intereses del grupo. • Escritura de noticias, editoriales y artículos de opinión. • Escritura: ensayos argumentativos, artículos de diarios (hard news) y editoriales: escritura y reescritura (process writing) <p><u>Evaluación 2:</u> Estructura de la noticia- partes. <u>Evaluación 3:</u> Lectura comprensiva de noticias</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Bell, A. (2007). The Discourse Structure of News Stories. In Van Dijk, T. (ed). (2007). <i>Discourse Studies</i>. London: Sage Publications Ltd. (p.58-89). • Richardson, J. (2007). Analysing texts: Some concepts and tools of linguistic analysis. In Richardson, J. (2007). <i>Analysing newspapers. An analysis from critical discourse analysis</i>. New York: Palgrave Mcmillan. • Lavid, Arús, and Moratón (2010). <i>Signalling genre through Theme: The case of news reports and commentaries</i> • Martin, J.R. y White P.R.R (2005). <i>The language of evaluation. Appraisal in English</i>. New York: Palgrave Macmillan. Capítulo 4: Evaluative Key: Taking a stance • Material impreso y audiovisual preparado por la cátedra.



<p>Títulos Bajadas Epígrafes</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cuerpo de texto <p>Texto base Capitulares Subtítulos Firmas</p> <p><u>Lectura crítica del argumento:</u> Pensamiento crítico: ¿Qué se entiende por pensamiento lógico-crítico? Escritura de argumentos/ensayos críticos a partir de la lectura y el pensamiento lógico-críticos. Análisis y escritura de argumentos: método/esquema Toulmin simplificado: identificación de posicionamiento/tesis (thesis statement o claim), razones para tal posicionamiento (reasons), evidencia/pruebas para sustentar el argumento (evidence), refutación del argumento (refutation(s)), y conclusión/cierre del argumento (conclusión).</p>	<p>de diarios. Expresión de opinión y voz. <u>Evaluación 4:</u> escritura de editorial sobre tema de interés.</p>	
--	---	--

UNIDAD 3: televisión y radio		
<u>Contenidos Conceptuales</u>	<u>Contenidos procedimentales</u>	<u>Bibliografía</u>
<ul style="list-style-type: none"> • Televisión y radio contenido y formatos: periodístico, entretenimiento, deportivo, musical, interactivo. Características. • Análisis de audiencia y propósito. • Presentación de noticias • <u>Broadcasting:</u> characteristics and purposes. • <u>Entonación:</u> • El rol de la entonación en la comunicación oral y 	<ul style="list-style-type: none"> • <u>TRABAJOS PRÁCTICOS:</u> Identificación de distintos tipos de programas de televisión y radio de distintos tipos (noticias, entretenimiento, talk shows, entrevistas). Análisis de publicidades. Identificación de sus características. • Lectura, escucha, y observación de material audiovisual sobre tema de interés para el grupo. • Lectura en voz alta de presentación de noticias. 	<ul style="list-style-type: none"> • Material audiovisual y radial compilado por la cátedra. • Frost, C. (2002). <i>Reporting for journalists</i>. London and New York: Routledge.

<p>audiovisual.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Características de entonación en distintos géneros: presentación de noticias. • Características de los hablantes y actitudes. 	<ul style="list-style-type: none"> • <u>Escritura</u>: ensayos, artículos de diarios (hard news) y editoriales: escritura y reescritura (process writing) • <u>Proyecto socio-comunitario “Lecturas para la salud”</u>: rol de la entonación en la lectura oral <p><u>Evaluación 5</u>: Identificación de contenidos en programas de televisión.</p> <p><u>Evaluación 6</u>: Discusión sobre temas de interés.</p> <p><u>Evaluación 7 y 8</u>: comprensión auditiva de programas de radio.</p>	
--	--	--

UNIDAD 4: avisos publicitarios, imágenes y tiras cómicas

<u>Contenidos Conceptuales</u>	<u>Contenidos procedimentales</u>	<u>Bibliografía</u>
<ul style="list-style-type: none"> • Definición de aviso publicitario. Tipos de publicidades de diarios, revistas, televisión y radio. Características del discurso publicitario. El rol de las imágenes. Ideología. • Display and classified ads; advertorials (printed media). • Publicidades de radio. Características: extensión, voces, audiencia (género, grupo etario, interés), efectos de sonidos (iconicidad) y música - ambientación. • Construcción de imágenes sonoras. • La imagen y tira cómica como texto multimodal y retórico. <p>Entonación:</p> <ul style="list-style-type: none"> • El rol de la entonación en los avisos publicitarios. • Características de los hablantes y actitudes. 	<p><u>TRABAJOS PRÁCTICOS:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Observación de publicidades de radio, tv, diarios y revistas. Material auténtico. Descripción y análisis de avisos. Discusión de su rol en su contexto social. ○ Influencia de los medios: Lectura: Browall, V. (The effect of advertising on gender roles within America marriages) • <u>Escritura</u>: ensayos, artículos de diarios (hard news) y editoriales: escritura y reescritura (process writing) <p><u>Evaluación 9</u>: Análisis de avisos publicitarios.</p> <p><u>Evaluación 10</u>: Análisis de tiras cómicas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Vahid, H. (2012). The power behind images: Advertisement discourse in focus. <i>International Journal of Linguistics</i>, 4, 4, 36-51). • Chand, P. y Chaudhary, S. (2012). Advertising discourse: Studying creation and perception of meaning. <i>International Journal of English and Literature</i>, 3, 2, p. 40-49. • Sells, P. y Gonzalez, S. The language of advertising. Retrieved from http://www.stanford.edu/class/linguist34/ • Jakob, D. (2007). Beyond Visual Rhetoric: Multimodal Rhetoric and Newspaper Comic Strips. <i>Int J Comic, Spring</i>, 502-14. • Material impreso, de audio y audiovisual preparado por la cátedra.

5. METODOLOGÍA DE TRABAJO

Los contenidos y las formas metodológicas usadas se desprenden de los objetivos del área de Lengua Inglesa y en especial de los objetivos de Lengua Inglesa para la Comunicación Social del Plan de Estudios en vigencia de las carreras Profesorado de Inglés (1998, versión 02) y Licenciatura en Inglés (año 2002, versión 0).

La asignatura es de carácter presencial con clases teórico-prácticas. El enfoque pedagógico para el proceso de enseñanza-aprendizaje es ecléctico e incorpora una variedad de aproximaciones metodológicas focalizadas en el desarrollo de estrategias de aprendizaje para las cuatro macro habilidades de la lengua. La metodología favorece la comunicación interactiva, resolución de problemas, desarrollo de estrategias, autonomía de trabajo y la reflexión sobre las funciones socio-comunicativas de la lengua.

De las siguientes formas metodológicas se seleccionarán las que mejor conduzcan en cada caso al logro de los objetivos fijados:

Técnicas de incentivación grupal, de exposición, de interrogación, de demostración, de resolución de problemas, de trabajo en pares, de discusión, de interpretación de roles (role-playing).

Grupos de discusión/debates sobre lecturas realizadas.

Presentaciones orales individuales y en grupos a partir de lecturas de noticias periodísticas/gráficas.

Se modelarán, estimularán y usarán estrategias de aprendizaje aplicadas a las cuatro habilidades de la lengua extranjera.

Recursos Tecnológicos:

Se utilizarán reproductores de CD, grabadores, aula virtual SIAT, internet, monocañón, parlantes y notebook/pc.

6. EVALUACIÓN

En las instancias de *prácticos*, evaluaciones *parciales* y *finales* se seleccionarán se de las siguientes formas de evaluación las que mejor conduzcan en cada caso a evaluar el nivel de conocimiento alcanzado por los estudiantes. Las pruebas que a continuación se detallan se pueden presentar de manera individual o integrada en las instancias de evaluación.

- En las **pruebas de comprensión y producción oral** se evaluará, según corresponda, por medio de: participación en clase, discusión de temas en forma individual/pares/grupos, respuestas accidentales, respuestas a temas específicos, interrogación, discusión/debate, lectura en voz alta de noticias, respuestas guiadas, de complementación, de opción múltiple, de falso/verdadero, de apareamiento, de comprensión. La evaluación se realizará teniendo en cuenta los siguientes **criterios de corrección**: producción y reconocimiento de sonidos característicos del inglés y uso de patrones de entonación adecuados a los propósitos del hablante, la situación comunicativa y tema, uso de un amplio rango de vocabulario general y específico, conexión de ideas e interacciones, expresión de opiniones y puntos de vista, presentación de argumentos, acuerdos y desacuerdos (Ver detalles en nota 1).

- En las **pruebas de comprensión y producción escrita** se evaluará, según corresponda, por medio de: respuestas guiadas, de complementación, de opción múltiple, de falso/verdadero, de apareamiento, de comprensión, de redacción de



párrafo, ensayo argumentativo y retórico, de redacción de noticias periodísticas y de revistas, artículos de opinión y editoriales. La evaluación se realizará teniendo en cuenta los siguientes **criterios de corrección** para la escritura y la lectura, producción o reconocimiento según corresponda: principios del argumento: audiencia, puntos conflictivos del argumento, tesis clara, oraciones tópicas que apoyen la tesis, organización de cada párrafo, presentación de evidencia relevante, análisis e interpretación adecuadas, y una conclusión coherente y significativa (Ver detalles en nota 1).

• **Proyecto integrador:** Los estudiantes realizarán un trabajo que tendrá como objetivo integrar los contenidos del programa (programa de radio/tv, prensa impresa: revista/diario). El mismo será evaluado con los criterios de corrección descriptos en el punto 5).

NOTA 1: “Superior”, según **criterios de evaluación** de ACTFL, *ACTFL Proficiency Guidelines*.
http://www.actfl.org/files/public/ACTFLProficiencyGuidelines2012_FINAL.pdf

6.1. REQUISITOS PARA LA OBTENCIÓN DE LAS DIFERENTES CONDICIONES DE ESTUDIANTE

ALUMNOS REGULARES: SISTEMA DE PROMOCIÓN CON EXAMEN FINAL

Para regularizar la materia los alumnos deberán cumplimentar con **todos** y cada uno de los requisitos que se listan a continuación (Según Resolución C.S.N° 356/2010). El incumplimiento de uno o más de ellos inhabilita el derecho a la regularidad.

a) **Asistencia:** 70%

b) **Prácticos:** 70% de los prácticos orales y escritos aprobados con una nota no inferior a 5 (cinco).

c) **Exámenes Parciales:** Aprobar dos exámenes parciales (Nota no inferior a 5 equivalente al 50% de los conocimientos solicitados en el examen). De no alcanzarse dicha calificación se prevé una instancia de recuperación por cada evaluación desaprobada que tendrá lugar al final del cuatrimestre.

Examen final: Será escrito y oral. Cada una de estas partes será eliminatoria.

ALUMNOS LIBRES: Serán examinados sobre el último programa vigente de la asignatura. Los alumnos en esta condición deberán presentar un proyecto integrador (Ver punto 5) que responderá a distintas consignas propuestas por la cátedra. Este proyecto deberá ser presentado y aprobado una semana antes del día del examen. El examen libre consistirá en una prueba eliminatoria escrita previa al examen regular donde se evaluará el desempeño del estudiante en relación a los temas del programa y los siguientes aspectos: escucha, lectura, gramática, vocabulario y escritura.

Examen final: Será escrito y oral. Cada una de estas partes será eliminatoria¹.

ALUMNOS VOCACIONALES: son aquellos que cursan alguna/s asignatura/s de la oferta estable de grado de la Universidad Nacional de Río Cuarto sin estar inscriptos en la carrera a la que pertenece/n la/s mencionada/s asignatura/s y sin estar sometidos a las exigencias del plan de estudio. Habiendo cumplido con las obligaciones de cursado para estudiantes regulares, tendrán derecho a presentarse a examen y a solicitar certificado de aprobación del curso, según las normas dictadas por las respectivas Facultades para esta condición de estudiantes. En caso de solicitar equivalencias para una carrera de la UNRC, se otorgará como máximo el 20% (veinte por ciento) del total de horas de la carrera correspondiente en las asignaturas que haya aprobado como estudiante vocacional.

NOTA 2: Los alumnos que no hayan cursado la asignatura deberán contactar a los miembros de la cátedra a fin de interiorizarse del examen final. Este requisito es indispensable para rendir la materia.

Puntaje: los exámenes orales y escritos (prácticos, parciales y finales) serán puntuados según los criterios explicitados en el punto 5 (Evaluación).

7. BIBLIOGRAFÍA

7.1. BIBLIOGRAFÍA OBLIGATORIA

- Bell, A. (2007). The Discourse Structure of News Stories. In Van Dijk, T. (ed). (2007). *Discourse Studies*. London: Sage Publications Ltd. (p.58-89).
- Capel, A. y Sharp, W. (2009). *Objective Proficiency. Workbook*. UK: Cambridge University Press.
- Chand, P. y Chaudhary, S. (2012). Advertising discourse: Studying creation and perception of meaning. *International Journal of English and Literature*, 3, 2, p. 40-49.
- Evans, V. (1998). *Successful writing. Proficiency*. Express Publishing. (Unit 9: articles, news reports and reviews, p. 136-153)
- Frost, C. (2002). *Reporting for journalists*. London and New York: Routledge. (unit 9: Interviewing, p. 96-113).
- Jakob, D. (2007). Beyond Visual Rhetoric: Multimodal Rhetoric and Newspaper Comic Strips. *Int J Comic, Spring*, 502-14.
- Sells, P. y Gonzalez, S. The language of advertising. Retrived from <http://www.stanford.edu/class/linguist34/>
- Sharma, P. (2007). *Reading the news*. USA: Thompson ELT.
- Tiersky, E. y Hughes, R. (1997). *Moring edition. Mastering reading and language skills with the newspaper*. USA: National Book Company.
- Vahid, H. (2012). The power behind images: Advertisement discourse in focus. *International Journal of Linguistics*, 4, 4, 36-51).
- van Dijk, T. A. (1983). Discourse Analysis: Its development and application to the structure of news. *Journal of Communication*, 33,2, p. 20-43.
- Wright, C. (2002). Broadcasting. In Frost, C. (ed). *Reporting for journalists*. London and New York: Routledge. (p.114-129).
- Diccionario Monolingüe Inglés (Longman Exams Coach, o similar).

7.2. BIBLIOGRAFÍA DE CONSULTA

FUENTES PARA LECTURA, ESCRITURA, ESCUCHA Y DICUSIÓN

- ✓ **RADIO STATIONS (online):**
 - Australian radio station: <http://www.abc.net.au/am/>
 - Australian radio station **The World Today**: <http://www.abc.net.au/worldtoday/>
 - The BBC: <http://www.bbc.co.uk/radio/>
 - The Strand podcasts: <http://www.bbc.co.uk/podcasts/series/globalarts/all>
 - CBS CHICAGO: <http://chicago.cbslocal.com/category/news/>
- ✓ **NEWSPAPERS (online editions):**
 - THE TIMES: <http://www.thetimes.co.uk/tto/news/>
 - The independent: <http://www.independent.co.uk/>
 - The Irish times: <http://www.ireland.com/>
 - The BBC: <http://www.bbc.co.uk/>
 - The Scotsman: <http://www.scotsman.com/the-scotsman>
 - The Washington Post <http://www.washingtonpost.com/>
 - The New York Times <http://www.nytimes.com/>
- ✓ **MAGAZINES (online editions):**
 - The New York Times magazine: <http://www.nytimes.com/pages/magazine/index.html>
 - Time: <http://www.time.com/time/>
 - People: <http://www.people.com/people/>



- Aguilar, J.J. (2008). Nuevos retos, nuevas perspectivas para la educación multicultural. *Revista Educación Inclusiva* No 1, 59-76.
- Biber, D., Johansson, S., Leech, G., Conrad, S., & Finegan, E. (1999). *Longman Grammar of Spoken and Written English*. London: Longman.
- Bloor, T., & Bloor, M. (1995). *The functional analysis of English. A Hallidayan Approach*. London: Edward Arnold.
- Bolivar, A. (1994). The structure of newspaper editorials. In Coulthard, M. (ed). *Advances in written text analysis*. New York and Canada: Routledge. (p.276-294).
- Caldas- Coulthard, C. R. (1994). On reporting reporting: the representations of speech in factual and fictional narratives. In Coulthard, M. (ed). *Advances in written text analysis*. New York and Canada: Routledge. (p.295-308).
- Flowerdew, J. Ed. (2002). *Academic Discourse*. Great Britain: Pearson Educational Limited.
- Floyd, A. (2000). The Reporting Verbs and Bias in the Press *Revista Alicantina de Estudios Ingleses*, 13, p. 43-5.
- Franklin, B. (1998). *Pulling Newspapers Apart. Analyzing print journalism*. USA and Canada: Routledge.
- Hyland, K. (2004). Perspectives on genre. In K. Hyland (2004). *Genre and second language writing* (pp. 24-50). Ann Arbor, MI: The University of Michigan Press.
- Hyland, K. (2009). *Academic Discourse. English in a global context*. New York and London: Continuum International Publishing Group.
- Keeble, R. (1998). *The newspapers handbook*. 2nd edition. London and New York: Routledge.
- Lavid, Arús, and Moratón (2010). *Signalling genre through Theme: The case of news reports and commentaries*
- Manoff, R. K. & Schudson, M. Ed. (1986). *Reading the news. A pantheon guide to popular culture*. New York: Pantheon Books.
- Martin, J.R. y White P.R.R (2005). *The language of evaluation. Appraisal in English*. New York: Palgrave Macmillan.
- Quirk, R., Greenbaum, S., Leech, G. & Svartvik, J. (1985). *A Grammar of Contemporary English*. London: Longman Group Limited.
- Richardson, J. (2007). *Analysing newspapers. An analysis from critical discourse analysis*. New York: Palgrave Mcmillan.
- Smith, L. (n.d.). *Implementing the reading and writing connection*. Retrieved from <http://www.umkc.edu/cad/nade/nadedocs/98conpap/lscpap98.htm> (1 of 4) [11/11/01 2:12:01 PM] febrero 2012
- Tench, P. (1996). *The intonation systems of English*. New York: Cassell
- Thompson, G. (2004). *Introducing Functional Grammar*. Second Edition. London: Arnold.
- Van Eemeren, F; Grootendorst, R. y Snoeck Henkemans, F. (2006). *Argumentación. Análisis, evaluación, presentación*. Buenos Aires: Biblos.
- Warley, J. (2007). *Semiótica de los medios*. Buenos Aires: Biblos

8. CRONOGRAMA

FECHA	CLASE/EVALUACIÓN
Mes de marzo	Inicio de clases Presentación de la asignatura Unidades 1 y 2 Práctica áulica
Mes de abril	Unidad 3 y 4 Prácticos de evaluación orales y escritos Práctica áulica
Mes de mayo	Unidad 5 Repaso de unidades 1, 2, 3 y 4 Práctica áulica Prácticos de evaluación orales y escritos
7 Y 8 de mayo	Primer Parcial: unidades 1, 2 y 3
Mes de junio	Aplicación de los contenidos introducidos en las unidades 1, 3, 4 y 5.



15 de junio	Segundo Parcial: unidades 1, 2, 3, 4, y 5.
23 de junio	Recuperatorio
Fin del primer cuatrimestre	
23 de junio	Asignación de condiciones

9. HORARIOS DE CLASES Y DE CONSULTAS

CARGA HORARIA	DÍAS Y HORARIOS
8 horas semanales (120 hs en total) de clases teórico-prácticas	Clases: Lunes (8-10), Martes (20-12), y Viernes (8-12) Consulta Prof. Cardinali: Martes: 9 – 10 y 12-13 (Of. 19 del Pab B) Jueves 10-12 (Of. 19 del Pab B) Consulta Prof. Marra: Lunes 13:30 a 15:30 (Of. 20 del Pab B)
10 horas en total de evaluación (prácticos y parciales)	Fechas: ver cronograma

OBSERVACIONES: Dada la naturaleza de la asignatura, algunos de los temas serán seleccionados teniendo en cuenta los intereses de los estudiantes, por lo que las temáticas tratadas pueden variar de un año a otro.

Prof. Eugenia Marra

Colaboradora

Mgter. Renata F. Cardinali

Responsable