



Consejo Federal de Educación

**marcos de
referencia**

Educación Secundaria Orientada

Bachiller en Comunicación

**DOCUMENTO APROBADO PARA LA
DISCUSIÓN POR RESOLUCIÓN CFE N° 137/11 - Anexo III**



Consejo Federal de Educación

1- Caracterización general de la propuesta educativa de la orientación

Las ciencias de la comunicación forman parte de las ciencias sociales y, por lo tanto, tienen una dimensión multidisciplinar. La Orientación en Comunicación está pensada como una apertura e introducción a dicho campo de estudios y pretende que las/os estudiantes que la cursen tengan un panorama amplio de las áreas, temas y especialidades que lo constituyen.

Esta Orientación permitirá crear un lugar donde enseñar y aprender por un lado sobre temáticas vinculadas a la comunicación en general y los medios en particular y por otro a las características fundamentales de la comunicación interpersonal, intercultural, comunitaria e institucional. Estos saberes forman parte de una trama más amplia que incluye tanto las comunicaciones en el vínculo social interpersonal como las políticas culturales, el estudio de las dinámicas de poder alrededor de los medios y la historia cultural.

Los procesos comunicacionales atraviesan, desde los aspectos cotidianos (escuchar la radio o prender la TV para conocer el pronóstico del tiempo, conectarse a Internet para mirar la cartelera de espectáculos o leer el diario), hasta el ejercicio del poder (macro escenarios de la sociedad y el Estado) en todas sus dimensiones. La velocidad a la que se mueve y desarrolla la revolución tecnológica, la videocultura como un hecho omnipresente en este tiempo, el lugar del mercado en la hiperconcentración mediática, las formas de comunicación mediatizadas por redes sociales, las experiencias de contrainformación, entre otras, hacen de la cuestión comunicacional un asunto importante del debate cultural y político.

Esto se debe a que los medios de comunicación constituyen hoy una dimensión central de la experiencia humana y son actores fundamentales en la disputa por la construcción del sentido. Se los utiliza para la información, la comunicación, la socialización, la toma de decisiones y el ejercicio de los derechos cívicos. Por eso, el estudio de los medios y sus implicaciones para la sociedad y la cultura, posibilita un acercamiento no sólo a entender el mundo actual sino también a pensar formas posibles para su transformación, considerando principalmente a aquellos sectores de la población que no ven representada su realidad en los medios y en los discursos hegemónicos.

A pesar de que en la actualidad se vive en un mundo intensamente mediatizado, y del permanente desarrollo de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), la distribución y el acceso a la información continúa siendo desigual e inequitativo. En este sentido, la comunicación también estudia cuestiones de legislación que pueden ayudar a modificar el estado de cosas

Es imprescindible, entonces, que esta orientación para la escuela secundaria no reduzca la comunicación a esquemas lineales de análisis sino que se estudien las complejas situaciones culturales, políticas, sociales y económicas que la atraviesan. El campo de la comunicación puede y tiene que jugar un rol importante para favorecer una más justa distribución de saberes y experiencias acerca de los procesos socio-históricos vinculados a la comunicación, para poder comprenderlos y elaborar estrategias de intervención.



Consejo Federal de Educación

Para ello es importante tener en cuenta que la comunicación no se reduce a los medios de comunicación, que los medios a su vez no se limitan a los medios masivos y que los medios masivos no se reducen a los medios masivos concentrados y multimediáticos.

Se trata de superar la identificación de la comunicación con las tecnologías y comprender que los procesos comunicacionales son interacciones sociales. Esto supone entender la comunicación como disciplina clave para comprender los procesos de producción de sentido, como parte de una disputa cultural, histórica y social, y como producto de relaciones materiales y simbólicas.

Las distintas dimensiones que forman parte de este campo son: la comunicación interpersonal, intercultural, comunitaria e institucional y la comunicación masiva.

La valoración de saberes comunicacionales que estén más allá del predominio tecnológico e industrial de los medios masivos, como son las interacciones interpersonales y grupales y la comunicación intercultural y comunitaria, deben complementarse, a su vez, con la creación de dispositivos de experimentación, visualización y producción de la mayor cantidad de experiencias culturales, mediáticas, y/o artísticas posibles para las/los estudiantes.

De este modo, la orientación se funda en el conocimiento y reconocimiento de la comunicación que construyen otros; como también en la producción, la reflexión y el fomento de la creatividad de los propios estudiantes. Por ello tiene como uno de sus principales objetivos la participación, el compromiso y la intervención social, a partir de elaborar y llevar a cabo proyectos escolares interdisciplinarios y socio-comunitarios.

En relación con la comunicación masiva, en programas y documentos relacionados con la educación en medios es frecuente encontrar referencias a la lectura crítica. Se considera, entonces, necesario precisar qué implica esta denominación: la lectura crítica es la capacidad para analizar y evaluar ideas, contrastar fuentes de información, establecer comparaciones, examinar antes de aceptar y desarrollar capacidad de argumentación. Asimismo, la crítica implica un doble movimiento de reflexión – proposición, es decir, que toda crítica requiere no solo de análisis sino también una instancia en la cual se materialice una propuesta, una alternativa, frente a lo que se cuestiona. La crítica de medios debe complementarse con una reflexión acerca de cómo esas representaciones actúan y/o impactan sobre las propias prácticas. Analizar, por ejemplo, cómo son tratadas las mujeres en la publicidad televisiva debe ir acompañada de una reflexión profunda sobre cómo las/los estudiantes incorporan esos mensajes y formas de representación en sus prácticas cotidianas y en sus elecciones particulares. Sin esa reflexión, la lectura crítica puede transformarse en un discurso que no modifica el estado de las cosas.

Esta lectura crítica se debe enriquecer, por un lado, con el sentido social de la formación en comunicación y por otro, con el conocimiento de los diferentes medios (prensa, TV, radio, fotografía, cine, historietas, multimedia, entre otros, desde una perspectiva sociohistórica) y de los matices con los que se puede trabajar con cada uno de



Consejo Federal de Educación

ellos en el aula, indagando, por ejemplo, en sus lenguajes, sus modos de funcionamiento y producción.

Acerca de los jóvenes como productores

Las producciones comunicacionales en diferentes lenguajes y formatos, en el ámbito educativo, son una instancia de construcción de sentido. Las/os estudiantes, al crear un material, necesariamente se apropian de las herramientas de producción de mensajes y pasan a elaborar narrativas según sus propias formas de pensar, sus elecciones, sus posibilidades y limitaciones. Esta apropiación simbólica es un paso de suma importancia para su conformación como ciudadanos, que se plasma en el doble acto de producir una voz propia y hacerla circular más allá del aula. Estas experiencias permiten que las voces de los estudiantes sean amplificadas y escuchadas por otras/os, ayudan al fortalecimiento de su autoestima y favorecen el diálogo en las escuelas y con las comunidades en las que están insertas. De ese modo, las propuestas de producción ya no tienen sólo un sentido didáctico en el aula sino que adquieren relevancia para la comunidad educativa y, en muchos casos, para un entorno ampliado. A través de las producciones los estudiantes expresan sus opiniones, su forma de ver e interpretar el mundo, temores, deseos, inquietudes e intereses.

Las experiencias culturales de los jóvenes están hoy fuertemente atravesadas por su relación con los medios de comunicación, pero en esa relación son interpelados generalmente desde su rol de receptores y/o consumidores y no como productores culturales. Proponemos desde esta orientación que la escuela se reafirme en su rol como espacio productor de conocimiento y de lugar clave de aprendizajes y de constitución de identidades individuales y colectivas, lo que promueve un reconocimiento de los/as estudiantes como actores sociales.

Las finalidades de la Educación Secundaria en la Orientación en Comunicación

En la Ley de Educación Nacional se sostiene que la Educación Secundaria “... *tiene la finalidad de habilitar a los/ las adolescentes y jóvenes para el ejercicio pleno de la ciudadanía, para el trabajo y para la continuación de estudios.*”¹

Las tres finalidades mencionadas constituyen un entramado que se expresa en la propuesta de enseñanza de la Orientación y en los saberes que se priorizan en este Marco de Referencia, tendientes a generar las mejores posibilidades para que los estudiantes se formen en la cultura del trabajo y del esfuerzo individual y cooperativo; reconozcan, planteen y demanden condiciones justas de trabajo; continúen estudiando más allá del nivel secundario; y se incorporen a la vida social como sujetos de derecho, autónomos y solidarios. Estas finalidades se plantean como complementarias e inescindibles, ya que todo estudiante es un ciudadano a quien la escuela secundaria debe preparar para que se incluya en el mundo del trabajo y para que continúe estudiando.

En este sentido, la orientación en Comunicación contribuye en la formación política y ciudadana del estudiante:

¹ Ley N°26206, artículo 30.



Consejo Federal de Educación

- Potenciando dicha formación para que las/los estudiantes ejerzan su condición de sujetos de derechos y obligaciones, a través de una formación crítica, reflexiva y propositiva, en el marco de una convivencia democrática, que respete las identidades y la diversidad cultural para una sociedad más justa e igualitaria.
- Promoviendo la lectura y producción crítica de distintos tipos de textos (escritos, sonoros, audiovisuales y multimediales) desde una perspectiva socio-histórica.
- Promoviendo, desde una perspectiva comunicacional, la reflexión y la participación en problemáticas sociales y comunitarias (vinculadas a la salud, la ecología, los derechos de los jóvenes y adolescentes, las problemáticas de género, las problemáticas interculturales, entre otras).
- Generando espacios de debate sobre la relación comunicación, memoria y derechos humanos, promoviendo espacios de trabajo con temáticas vinculadas al pasado reciente.
- Fomentando actitudes reflexivas, críticas, creativas y propositivas frente a los temas y problemas del mundo contemporáneo.
- Brindando espacios de conocimiento y debate sobre la normativa vigente y el derecho a la información y a la comunicación.
- Favoreciendo la reflexión crítica sobre las lógicas productivas del ámbito comunicacional para reconocer los condicionantes que impone el trabajo en los medios de comunicación.

A su vez, esta orientación promueve una formación para el trabajo, que brinda saberes y capacidades intelectuales, prácticas, comunicativas y valorativas, para:

- Visualizar la necesidad y el derecho de acceso a lo comunicacional, es decir, comprender los aportes que los estudios de la comunicación pueden realizar en múltiples espacios, como instituciones barriales, medios de comunicación comunitarios, regionales o locales, movimientos sociales, organismos estatales, ONG, entre otros.
- Participar en diversas instancias de producción de medios escritos, sonoros, audiovisuales y/o multimediales que promuevan la construcción y la circulación de múltiples discursos, voces y formatos.
- Desarrollar habilidades sociales para el trabajo: capacidad de escucha, diálogo y trabajo en equipo, respeto a la diversidad cultural, participación en actividades cooperativas, entre otras.
- Conocer y tomar conciencia de sus derechos laborales y gremiales ligados al campo del periodismo y la comunicación.
- Reconocer y valorar sus conocimientos, destrezas y habilidades ligados al campo de la comunicación.
- Participar en procesos de democratización de la comunicación en comunidades y/o instituciones diversas.
- Colaborar en el desarrollo de diagnósticos de problemas comunicacionales para diversas instituciones, organismos estatales y/u organizaciones sociales.
- Integrar equipos que desarrollen proyectos socio-comunitarios y campañas de bien público (gráficas, audiovisuales y/o multimediales).



Consejo Federal de Educación

- Integrar equipos que desarrollen proyectos colaborativos que involucren las tecnologías de la información y la comunicación (redes sociales, wikis, blogs, sitios web), manejo de software de edición de imagen y sonido, entre otros.

De la misma manera, dichos saberes y capacidades preparan a los estudiantes para dar continuidad a sus estudios de nivel superior. En particular, para los relacionados con:

- Comunicación, Periodismo, Ciencias Sociales, Humanidades, Letras, Publicidad, Diseño, Educación, Artes y otros estudios afines.
- El campo de lo socio-comunitario, específicamente lo referido a lo intercultural y a la comunicación institucional-comunitaria.
- Los lenguajes artísticos, por ejemplo, el cine o la fotografía, entre otros.
- La formación docente, en Comunicación y áreas afines.

2- Saberes que se priorizan para los egresados.

Durante el ciclo orientado en Comunicación la escuela ofrecerá propuestas de enseñanza para que todas/os las/los estudiantes:

- Reconozcan al campo de la comunicación como parte de las Ciencias Sociales e identifiquen el núcleo de problemáticas que constituyen su objeto de estudio.
- Asuman una actitud crítica y como tal, propositiva, frente a los fenómenos y procesos comunicacionales en su dimensión interpersonal, intercultural, comunitaria, institucional y masiva.
- Analicen los procesos comunicacionales desde una mirada socio-histórica que considere el entramado de relaciones en las que éstos tienen lugar, poniendo en juego sus saberes, sus experiencias, sus deseos.
- Conozcan y comprendan las relaciones entre el campo de la comunicación y las expresiones y producciones de otros campos, como el educativo, el social, el económico, el político, el artístico, o el cultural, entre otros.
- Desarrollen habilidades de lectura y escritura reflexiva de textos académicos del campo con distintos grados de complejidad, adecuados al nivel.
- Desarrollen estrategias para hablar, leer, escribir, mirar y escuchar en el contexto de los múltiples lenguajes de la comunicación, que les permitan construir discursos propios.
- Realicen diversas producciones comunicacionales atendiendo a una problemática y a un contexto comunicacional, producto del análisis crítico de las variables intervinientes.
- Analicen críticamente los discursos de los medios y otras producciones comunicacionales
- Utilicen de manera reflexiva, responsable y creativa las TIC y reconozcan la diferencia entre un uso productivo y crítico y uno meramente instrumental.
- Conozcan las características centrales del campo de la comunicación, las posibilidades de desarrollo laboral y profesional y los ámbitos de formación académica específicos.



Consejo Federal de Educación

- Conozcan diversos ámbitos ligados a lo comunicacional (como radios, diarios, cine, museos, estudios de TV, etc.) a través de experiencias de contacto que les permitan vivenciar, conocer y comprender sus dinámicas y lógicas de funcionamiento.
- Desarrollen experiencias de comunicación alternativa que se organicen con una lógica diferente a la propuesta por medios hegemónicos.

3 - Título que otorga

“Bachiller en Comunicación”.

4- Criterios para la elaboración de diseños curriculares jurisdiccionales de la orientación

a. Temas, perspectivas, áreas y/o disciplinas considerados fundamentales para la orientación.

Las temáticas significativas de este campo, que serán abordadas con una complejidad acorde al nivel de enseñanza, son: la vinculación de la comunicación y la cultura; las teorías de la comunicación; la propiedad de los medios; los distintos lenguajes y sus modos de producción, los espacios de socialización a través de las tecnologías; las industrias culturales; las políticas comunicacionales y culturales; la historia de los medios y los medios en la historia; el lugar de la publicidad; la comunicación institucional; la comunicación y la educación; la comunicación alternativa y hegemónica; las relaciones entre medios y sociedad, política y comunicación, medios y mercado; las problemáticas de comunicación interpersonales, interculturales, comunitarias e institucionales, entre otros.

Teniendo en cuenta las dimensiones de la comunicación antes mencionadas, se proponen dos grandes ejes a trabajar desde los distintos espacios curriculares:

- 1) La comunicación interpersonal, intercultural y comunitaria/institucional
- 2) La comunicación y los medios

Cabe aclarar que estos dos ejes han sido pensados con fines organizativos y didácticos, pero no son compartimentos estancos, sino que comparten contenidos y problemáticas transversales.

Los ejes planteados precisan para su desarrollo de un recorrido curricular que considere necesariamente: una introducción a los conceptos centrales, tanto de la comunicación interpersonal, comunitaria/institucional e intercultural, como de la mediática; una visión socio-histórica que considere a los procesos comunicacionales como producto de relaciones materiales y simbólicas; e instancias de investigación, análisis y producción.

1- La comunicación interpersonal, intercultural y comunitaria/ institucional

Hablar de comunicación interpersonal supone poner en juego la dimensión humana de dicha interacción. Este área se propone trabajar sobre los diversos modos y



Consejo Federal de Educación

especificidades de la comunicación verbal y no verbal, oral y escrita, proxémica y kinésica, vinculados con aspectos grupales y sociales, y con formas de comunicación mediadas.

La comunicación intercultural incorpora la reflexión sobre diferentes tipos de vínculos y formas de relación, la promoción de estrategias de mediación, acuerdos de convivencia; así como problemáticas relacionadas con la discriminación, conflictos interétnicos, de diversidad de género, entre otros.

Por su parte, el estudio de la comunicación comunitaria e institucional permitirá a las/os estudiantes apropiarse del conocimiento de la comunicación al servicio de los intereses y necesidades propias de las distintas comunidades e instituciones. Toda organización social, movimiento o institución desarrolla necesariamente estrategias explícitas o implícitas de comunicación, aunque no posean un área específica. Desde este punto de vista, los saberes de este campo pueden favorecer prácticas democratizadoras de comunicación interna, externa, institucional y/o comunitaria. Del mismo modo, permiten la generación de proyectos socio-comunitarios solidarios tales como instancias de capacitación y formación, configuración de la identidad, contención, entre otras posibilidades.

2- La comunicación y los medios

Como se señala en la caracterización de la propuesta, hablar de medios de comunicación no implica exclusivamente pensar en medios masivos; y los medios masivos, por su parte, no se reducen a los medios masivos concentrados y multimediáticos.

Una parte clave de una Orientación en Comunicación es analizar los medios, no como instituciones aisladas, sino como parte de un campo que tiene sus propias reglas. En este caso adquiere particular relevancia el campo periodístico en particular, por la gran influencia que ejerce sobre las demás instancias sociales, incluida la educación y por la influencia de la lógica del mercado en su desarrollo. Asimismo, los medios ocupan un espacio central en la disputa por el tiempo de ocio y de entretenimiento, elementos que también son objeto de análisis clave en esta orientación.

En este eje se incluyen los conceptos centrales vinculados a las teorías de la comunicación y a cómo fueron abordados por cada una de ellas (funcionalismo, usos y gratificaciones, teoría crítica, estudios culturales, teorías de la recepción, etc.), como por ejemplo los conceptos de: emisores y receptores, comunicación e información, sociedad, sociedad de masas, industria cultural, cultura y subculturas (relaciones entre “cultura culta”, “cultura popular” y “cultura masiva”), manipulación, audiencia, público, mercado, tecnología, globalización, prácticas y políticas culturales, conciencia, ideología, hegemonía, alternatividad, opinión pública, entre otros.

Asimismo se incluyen aquellos contenidos vinculados con la enseñanza de saberes, destrezas, habilidades y prácticas que tienen lugar en el marco de diferentes talleres (prensa, radio, video, multimedia, fotografía, etc.).

Es relevante, en este eje, estudiar la historia de los medios y reconstruir la genealogía de los mismos a fin de entender los cómo y porqué de su devenir y actualidad,



Consejo Federal de Educación

teniendo en cuenta la relación entre historia, técnica y sociedad. Una historia de los medios de comunicación implica tener en cuenta los cambios que suceden en los modos de percepción, aspectos como lo estético, cultural, técnico, económico, jurídico, político y social, así como la interrelación entre los mismos.

Otro aspecto importante para conocer la relación entre medios, cultura y sociedad tiene que ver con las políticas culturales y las políticas públicas de comunicación, tanto locales como regionales, nacionales e internacionales. Esto implica el análisis de dichas políticas, de la acción del Estado y de otros actores sociales involucrados, los marcos legales, entre otros. Por otro lado, las relaciones entre la política y la comunicación nos permiten reflexionar críticamente acerca de las influencias que se ejercen en la formación de la opinión pública y las respuestas sociales a dichos fenómenos.

Acerca de la producción en comunicación

La instancia de la producción es un aspecto fundamental en la formación de un bachiller en comunicación. Se sugiere que esta instancia esté incluida desde el inicio del trayecto orientado y promueva proyectos de intervención en la propia comunidad, contemplando distintos niveles de complejidad, en los que se ofrezcan múltiples opciones:

- Producción gráfica (periódicos y revistas institucionales o comunitarias)
- Producción radial (guiones, programas para una radio local o para ser subidos a Internet)
- Producción audiovisual (guiones, trabajo en diversos géneros: noticiero, magazine, espectáculo, deportivo, ficciones, animaciones, documentales, etc.)
- Producción fotográfica (documental, artística y/o periodística).
- Producciones publicitarias.
- Producción multimedial y digital (desarrollo de páginas web, blogs, etc)
- Producción de textos de distintos géneros vinculados al campo de la comunicación (crónicas, noticias, ensayos, afiches, guiones, entrevistas, editoriales, notas de opinión, entre otros)

b. Particularidades de la formación general en la orientación.

Como parte de las Ciencias Sociales, el campo de la comunicación se nutre dialécticamente de las mismas, para lo cual es importante, entre otras cuestiones, recuperar la mirada socio-histórica de los acontecimientos culturales, fortalecer la formación cultural general y complejizar la lectura de los fenómenos sociales desde múltiples perspectivas. Cabe plantear que, en este sentido, los espacios curriculares de la formación general deberían considerar las particularidades de la orientación, en el desarrollo de sus contenidos.

En todos los espacios curriculares de la formación general es de fundamental importancia el fortalecimiento de la lectura, la escritura y la oralidad. Y específicamente en



Consejo Federal de Educación

el área de lengua, el trabajo con diferentes géneros discursivos propios del campo de la comunicación, en distintos soportes.

En el área de las ciencias sociales, la política y la ciudadanía es importante el trabajo y la participación en debates acerca de los derechos, deberes y garantías especialmente relacionados con los derechos humanos, el derecho a la información y la libertad de expresión. También el trabajo por el respeto y la valoración de la diversidad cultural, las identidades y las ideas colectivas de los pueblos con una mirada específica sobre los jóvenes, sus expectativas, formas de participación e intereses.

Asimismo, el trabajo con diversos textos audiovisuales, multimediales, comunicacionales en general y periodísticos en particular, en los diferentes espacios curriculares de la formación general de la orientación, es un aspecto central que favorecería el aprendizaje significativo, el anclaje de los conocimientos y una continuidad entre la formación general y la específica, en el marco de la orientación.

c. Criterios para la organización de las estructuras curriculares de la orientación

Se sugiere construir el camino curricular de esta formación específica, a partir de los dos grandes ejes: la comunicación interpersonal, intercultural, comunitaria/institucional y la comunicación y los medios.

Cada uno de ellos debe considerar necesariamente en su recorrido curricular:

- Una introducción a los conceptos centrales de la comunicación interpersonal, intercultural y comunitaria/institucional por un lado, y de la comunicación y los medios, por el otro
- Una visión socio-histórica de la comunicación y de los procesos comunicacionales, como producto de relaciones materiales y simbólicas
- Instancias de análisis, investigación y producción

Para formular propuestas de espacios curriculares, se tendrá en cuenta que es necesario que el estudiante se apropie de los saberes de la orientación sin disociar la teoría de la práctica, la reflexión de la producción, puesto que estas instancias se enriquecen y retroalimentan mutuamente.

Asimismo, se promueve la actuación de los docentes en la construcción de proyectos colectivos, tanto intra como interinstitucionales de carácter solidario. La comunicación, como objeto de conocimiento (y de enseñanza), posibilita el trabajo y la creación de múltiples proyectos interdisciplinarios y colaborativos.

Dentro de la estructura curricular de la formación específica, debería contemplarse una combinación de asignaturas regulares con otras propuestas de enseñanza como las enunciadas en la Resolución CFE n° 93/09, entre ellas talleres, seminarios, jornadas, proyectos sociocomunitarios.



Consejo Federal de Educación

Dadas las características particulares de la orientación, los talleres propuestos en la mencionada Resolución pueden adquirir el carácter de espacio curricular regular y ser sostenidos en el tiempo.

A continuación se mencionan algunas propuestas de enseñanza a modo de ejemplo. Cabe aclarar que las mismas no se encuentran delimitadas en un formato específico, ya que pueden ser desarrolladas a través de diversas formas de organización curricular, en función de los objetivos políticos, pedagógicos, institucionales, definidos por cada jurisdicción.

Cada una de estas instancias podrían adquirir, entonces, diferentes formatos: jornadas, seminarios, talleres, observatorios, laboratorios, proyectos sociocomunitarios.

Algunas propuestas relacionadas al análisis crítico de medios y otras producciones culturales:

- Observatorio de medios
- Lectura comparativa de medios
- Cine Debate
- La representación de género en los medios
- Medios y estereotipos
- Los medios y la cultura juvenil
- Medios, géneros y sexualidades
- Medios y diversidad
- Medios y discriminación
- Medios de Comunicación y derechos humanos

Algunas propuestas relacionadas con instancias de producción:

- Taller de radio (en sus diversos géneros)
- Taller de redacción periodística
- Taller de fotografía documental, periodística y/o artística
- Taller de cortometrajes
- Taller de periodismo deportivo
- Taller de periodismo de investigación.
- Taller de campañas publicitarias
- Taller de grafitis y de murales callejeros
- Taller sobre comunicación y promoción comunitaria

Algunas propuestas relacionadas con proyectos sociocomunitarios:

- Campañas de bien público sobre derechos humanos, salud, medioambiente, etcétera.
- Proyectos comunitarios radiales, gráficos, audiovisuales, multimediales.
- Proyectos comunicacionales para diversas instituciones



Consejo Federal de Educación

- Proyectos de reinserción escolar

Otras propuestas posibles vinculadas a la comunicación y la cultura:

- Periodismo internacional
- El humor y los medios
- Arte y comunicación
- Cambios tecnológicos y sociedad
- La comunicación institucional, política, publicitaria
- Comunicación y memoria
- Comunicación y democracia
- Medios alternativos
- Comunicación y deporte
- Opinión pública y campañas políticas
- Mapa de industrias culturales locales
- Análisis de políticas culturales locales
- Consumos culturales comunicacionales
- Historia de un medio local
- Jóvenes, ocio y entretenimiento
- Biografías comunicacionales

5- Sugerencias para la organización pedagógica e institucional

Cierta especificidad de la enseñanza en comunicación está relacionada con la presencia de *saberes previos* de los estudiantes que otorgan sentido a los contenidos comunicacionales. Esas competencias, habilidades, imaginarios, representaciones y/o saberes operan como la “materia prima” de aquellos que enseñan temáticas comunicacionales. Se considera necesario trabajar y partir de esos saberes para profundizarlos, retomarlos y/o desnaturalizarlos, según sea el caso.

En los diseños curriculares los contenidos vinculados a la comunicación permiten la convivencia de reflexiones y lecturas sobre problemáticas sociopolíticas e históricas, factores económicos y políticas culturales, la necesidad de medios alternativos y nuevas formas de expresión con conocimientos técnicos, herramientas didácticas y metodológicas que permitan trabajar, entender y producir con distintos formatos, lenguajes y contenidos mediáticos y comunicacionales. A su vez, cada uno de los temas debe inscribirse en el desarrollo histórico, lo cual permitirá ver las relaciones causales y sus derivaciones.

Pero al mismo tiempo este campo entraña un doble riesgo:

En primer lugar, en la formulación de los Diseños Curriculares, es necesario tener en cuenta que la selección de contenidos no se convierta en una sucesión inabarcable de contenidos panorámicos, tan amplios y extensos que impiden su tratamiento en profundidad..



Consejo Federal de Educación

En segundo lugar, los contenidos comunicacionales se han estudiado en muchos casos como contenidos dañinos, frívolos, alienantes o manipulatorios, y en otros casos acríticamente, solo por la necesidad de actualización y sin ser problematizados. Ante esto, la propuesta de esta orientación es evitar estas visiones reduccionistas, que podrían limitar a su mínima expresión las potencialidades de la enseñanza de la comunicación en las escuelas.

Es por ello que se plantea, por un lado, la necesidad de trabajar la lectura crítica de medios y sistemas comunicacionales y por el otro, trabajar la idea de la productibilidad de los propios mensajes.

Estos contenidos deben brindar una formación que les plantee a los estudiantes, además de herramientas prácticas y metodológicas, una reflexión teórica de y a través de esas mismas prácticas. Esta orientación se propone romper con la falsa dicotomía teoría/práctica pensando en que toda práctica encierra una dimensión reflexiva y que toda exposición teórica, debe incluir estudios de casos, ejemplos y/o analogías, como así también espacios e instancias de producción.

Por ello, se considera primordial la asunción de un enfoque de enseñanza que en un mismo movimiento recorra los tres aspectos fundamentales de acercamiento a los procesos y productos comunicacionales: observación, análisis y producción. En el mismo sentido, resulta de gran relevancia el uso de bibliografía acorde al nivel que aborde desde diversas perspectivas las temáticas y problemáticas que la orientación plantea como relevantes.

En síntesis, se apunta a generar el espacio para propuestas de enseñanza de la comunicación que favorezcan un aprendizaje significativo, el trabajo cooperativo, un acceso al conocimiento que contribuya al desarrollo de la actividad creadora y posibilite una intervención transformadora de lo social.

Sugerencias para planificar la evaluación en la orientación

En la presente orientación se asume un enfoque evaluativo que a través de diversas modalidades y/o instrumentos recorra los aspectos claves del acercamiento de los estudiantes a los procesos y productos comunicacionales: observación, interpretación, análisis crítico, reflexión y producción.

En esta orientación, las formas de evaluación deberán ser diversas y variadas, y se sugiere que se desarrollen durante todo el período de trabajo en el marco del acompañamiento, la escucha y el diálogo entre estudiantes y docentes, y de estudiantes entre sí. En este marco se recomiendan diversas estrategias e instrumentos de evaluación, tanto individuales como grupales, que pongan en juego múltiples saberes, disposiciones, actitudes y habilidades en las/los estudiantes, y que al mismo tiempo incluyan los aportes teóricos y prácticos desarrollados en la orientación. Asimismo, se recomiendan evaluaciones que permitan apreciar el grado de apropiación de los saberes comunicacionales puestos en juego, a través de instancias que vinculen a los estudiantes no solo con textos sino con contextos.



Consejo Federal de Educación

En este marco es importante reafirmar que el proceso evaluativo es un insumo para la reflexión del docente sobre su propia práctica y también para la autorregulación del aprendizaje de los estudiantes, motivo por el cual es indispensable que los criterios de evaluación sean explicitados. En el ciclo orientado es importante pensar algunas instancias de construcción conjunta (entre docentes y estudiantes) de estos criterios que favorezcan la autonomía en los procesos de aprendizaje. En el caso particular de esta orientación, la creatividad y/o la originalidad son un buen ejemplo de dicha posibilidad de construir de manera compartida los criterios de evaluación.

En relación a lo propuesto, a continuación se sugieren ejemplos de posibles estrategias y criterios de evaluación:

- En producciones mediáticas y multimediales, algunos criterios de evaluación pueden ser: el conocimiento de las características específicas del medio elegido; la pertinencia de los contenidos trabajados; la coherencia de la propuesta en su conjunto; el trabajo colaborativo; la elaboración de diversas clases de textos; el manejo adecuado de fuentes y la selección crítica de la información, entre otros.
- En la definición y desarrollo de proyectos socio-comunitarios, algunos criterios de evaluación pueden ser: el conocimiento del proceso y las etapas de la elaboración del proyecto; la identificación del problema; la planificación y diseño del proyecto; la selección pertinente de las estrategias de difusión; y el trabajo colaborativo; entre otros.

Sugerencias sobre las condiciones de enseñanza

Existen dos aspectos clave de trabajo que esta orientación puede propiciar: por un lado la posibilidad de brindar nuevas y variadas experiencias culturales y comunicacionales a los estudiantes que cursan estas disciplinas y por otro, el trabajo de fortalecimiento de la lectura, la oralidad y la escritura, elemento que no debe descuidarse por la incorporación de herramientas y lenguajes visuales, sonoros o interactivos, que las materias específicas del campo facilitan.

La aparición de nuevas tecnologías demuestra la importancia del desarrollo del lenguaje como vehículo de pensamiento, de expresión, de recepción y producción de información, así como de la necesidad de comunicación con los demás. Leer y escribir de manera comprensiva y compleja no sólo permite dominar contenidos sino que constituye el instrumental básico para adquirirlos. En el escenario actual de información globalizada, de concentración económica y mediática, y de cambios tecnológicos acelerados, la lectura y la escritura siguen siendo los pilares estratégicos para comprender e interpretar distintos tipos de textos, leer entre líneas, contrastar fuentes, y producir mensajes, entre otros.

En dicho marco, la orientación en comunicación debe ampliar la mirada y enriquecer las experiencias culturales y comunicacionales de los estudiantes.

En las escuelas se puede favorecer el abordaje desde un nuevo lugar y con las herramientas que ofrece el campo de la comunicación, al cine, a la prensa, a textos de diferentes tipos, a la televisión, a las redes sociales, a la radio, a la historieta, a las



Consejo Federal de Educación

imágenes en general. Brindar a los estudiantes la posibilidad de conocer, ver, sentir, experimentar y, en la medida de las posibilidades, de hacer y construir.

Respecto del trabajo con medios de comunicación, se propone enfatizar las miradas alternativas, locales, regionales, nacionales y latinoamericanas para fortalecer el compromiso con las propias problemáticas que muchas veces son invisibilizadas.

Resulta indispensable una organización institucional que propicie la activa participación de los docentes en el diseño, implementación y evaluación de las distintas propuestas curriculares.

Además, se debe favorecer la flexibilidad de los tiempos y de los espacios, garantizando la apertura y la disposición institucional de los recursos adecuados para la concreción de las diferentes propuestas y en función de los proyectos que lleven a cabo las y los docentes y estudiantes a través de las múltiples metodologías –observación, observación participante, encuestas, entrevistas, investigación en archivos historiográficos, museos, visitas a otras instituciones, entre otras organizaciones- que se utilicen.

La orientación en Comunicación precisa contar con la disponibilidad de un archivo de películas, programas educativos, documentales, cortometrajes y otros, con múltiples y variadas propuestas de trabajo que respondan a los ejes centrales de esta orientación.

Se recomienda el trabajo para conformar archivos documentales y/o ficcionales y fomentar asimismo el acceso a archivos existentes que cuente con fuentes documentales, fotográficas, periodísticas, fílmicas, literarias y artísticas.

En síntesis, desde esta orientación se propone potenciar pedagogías de acción y participación, hacer énfasis en la lectura crítica de medios y en cómo abordar la producción de los mismos, fomentando la creatividad y el disfrute con el objetivo de construir proyectos institucionales de intervención social. Se considera que son estos los elementos necesarios para formar estudiantes autónomos, con motivaciones propias, en tanto actores de la realidad social y no solo receptores o emisores de mensajes.