

Contenidos priorizados

en base a los Diseños Curriculares vigentes

Ciclo orientado del Bachillerato

Orientación en Comunicación

Secundaria
— *aprende*

Jefe de Gobierno

Jorge Macri

Ministra de Educación

Mercedes Miguel

Jefa de Gabinete

Lorena Aguirregomezcorta

Subsecretario de Planeamiento e Innovación Educativa

Oscar Mauricio Ghillione

Subsecretaria de Gestión del Aprendizaje

Inés Cruzalegui

Subsecretario de Gestión Administrativa

Ignacio José Curti

Subsecretario de Tecnología Educativa

Ignacio Manuel Sanguinetti

**Directora de la Unidad de Evaluación Integral de la Calidad
y Equidad Educativa**

Samanta Bonelli

Directora General de Educación de Gestión Estatal

Nancy Sorfo

Directora General de Educación de Gestión Privada

Nora Ruth Lima

Subsecretaría de Gestión del Aprendizaje (SSGDA)

Directora de Coordinación del Nivel Secundario

Carla Cecchi

Subsecretaría de Planeamiento e Innovación Educativa (SSPIE)

Directora General de Escuela de Maestros

Viviana Edith Dalla Zorza

Gerente Operativo de Innovación y Contenidos Educativos

Javier Simón

Equipo de especialistas en didáctica de Nivel Secundario: Hugo Labate (coordinación), Cecilia Bernardi, Silvia Blaustein, Adriana Vanin.

Especialista: Gabriela Rubinovich.

Equipo Editorial de Materiales y Contenidos Digitales

Coordinación general: Silvia Saucedo.

Coordinación de diseño: Alejandra Mosconi.

Asistencia editorial: Leticia Lobato.

Edición y corrección: Sebastián Vargas.

Diseño de tapa: Equipo de diseño.

Diseño gráfico y diagramación: María Laura Raptis, Silvina Roveda.

ISBN: en trámite.

Se autoriza la reproducción y difusión de este material para fines educativos u otros fines no comerciales, siempre que se especifique claramente la fuente. Se prohíbe la reproducción de este material para venta u otros fines comerciales.

© Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires / Ministerio de Educación / Subsecretaría de Planeamiento e Innovación Educativa, 2025.
Carlos H. Perette 750 - C1063 - Barrio 31 - Retiro - Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

© Copyright © 2025 Adobe Systems Software. Todos los derechos reservados. Adobe, el logo de Adobe, Acrobat y el logo de Acrobat son marcas registradas de Adobe Systems Incorporated.

Material de distribución gratuita. Prohibida su venta.

Introducción

El presente documento propone favorecer la organización, jerarquización y priorización de los contenidos previstos por el diseño curricular de nivel secundario para los espacios curriculares de la formación orientada de bachilleratos o, en el caso de Técnica, de especialidad.

En este marco, se ha seleccionado una serie de contenidos priorizados, es decir aquellos contenidos indispensables en cada área o campo de conocimiento para la continuidad de los estudios y que resultan estructurantes de la experiencia formativa de los estudiantes. Asimismo, estos contenidos aportan al desarrollo de las capacidades transversales.

Además, cada escuela puede definir contenidos de profundización seleccionando aquellas temáticas en las que consideren pertinente una ampliación, en función de su Proyecto Escuela, de la trayectoria educativa de sus estudiantes y de los tiempos institucionales.

El documento presenta también metas de aprendizaje, que expresan logros esperados al finalizar la trayectoria escolar, e indicadores de logros de los aprendizajes, que plantean aquellas manifestaciones de aprendizaje que un estudiante debiera lograr en cada año.

Esta priorización de contenidos promueve un fuerte compromiso institucional en ofrecer situaciones de enseñanza potentes y lograr aprendizajes significativos.

Índice

Ciclo orientado del Bachillerato en Comunicación	6
Metas de la Orientación.....	6
Bloque: Estudios de la comunicación	7
Bloque: Producción en lenguajes multimediales	12
Bloque: Saberes y prácticas en el campo de la comunicación	18
Historia orientada	20
Tecnologías de la Información orientada	21

Ciclo orientado del Bachillerato en Comunicación

Metas de la Orientación

- Ofrecer un marco conceptual para el análisis de procesos comunicacionales involucrados en la vida cotidiana.
- Acercar a los estudiantes a los modos de pensamiento y a los modelos explicativos de la comunicación social.
- Crear entornos variados de enseñanza que favorezcan la participación, el debate y el conocimiento de las formas de comunicación humana, considerando sus distintas dimensiones.
- Ofrecer múltiples y variadas experiencias que permitan a los estudiantes analizar situaciones comunicacionales a través de los conceptos centrales de las teorías de la comunicación.
- Ofrecer herramientas para el análisis de la enunciación de los discursos y de las condiciones de producción de los diferentes medios.
- Promover la comprensión de las relaciones existentes entre el desarrollo tecnológico y el devenir de la comunicación y los medios, en los entornos sociales que les dan sentido.

CONTENIDOS PRIORIZADOS

Bloque: Estudios de la comunicación

Eje: Fenómenos comunicacionales	
Indicadores de logro de los aprendizajes	Contenidos priorizados
<ul style="list-style-type: none">Describe desde la complejidad un fenómeno comunicacional de su entorno cotidiano.Discrimina los diferentes factores interviniéntes en una situación comunicativa.Analiza y reflexiona acerca de situaciones diversas de comunicación intercultural, valorando las diferencias y la complementariedad entre los grupos.Utiliza criterios propios para explicar los elementos de la comunicación comunitaria.Analiza diversas organizaciones sociales teniendo en cuenta los modos de comunicación que cada una promueve.Reconoce y analiza críticamente la función social de los medios en su complejidad, elementos interviniéntes y su impacto social.Discrimina en el análisis de casos las distintas formas de producción que los diferentes medios emplean.	<p>La comunicación</p> <ul style="list-style-type: none">La comunicación humana: participantes, ámbitos, propósitos, modos y soportes de la comunicación.La comunicación como encuentro y/o como difusión. Tipos de comunicación visual y de comunicación mediada por las tecnologías.El ecosistema comunicativo: la comunicación como fenómeno omnipresente en el mundo actual. La comunicación en diversos ámbitos. <p>Comunicación interpersonal</p> <ul style="list-style-type: none">La interacción humana, la comunicación como relación con el otro.Elementos centrales de la comunicación (verbal y no verbal; oral y escrita). Limitaciones del modelo telegráfico de la comunicación.Los diferentes lenguajes de la comunicación: soportes y modos. <p>Comunicación comunitaria/institucional</p> <ul style="list-style-type: none">Elementos centrales de la comunicación en la comunidad: actores, ámbitos, momentos y espacios comunicacionales.Modos institucionales y organizacionales de comunicación. <p>Comunicación mediada por los medios masivos</p> <ul style="list-style-type: none">Función social de los medios en la sociedad actual.Aproximaciones al estudio de la industria de los medios y los modos de circulación de los discursos mediáticos.Características, audiencias, recursos para la elaboración de mensajes.Nuevos modos de lo mediático/masivo: televisión, cine, Internet, redes sociales.Modos de recepción y construcción de subjetividad de las audiencias.

CONTENIDOS PRIORIZADOS

Eje: Fenómenos comunicacionales	
Indicadores de logro de los aprendizajes	Contenidos priorizados
	<ul style="list-style-type: none"> Formas de participación de las audiencias. Asimetría entre las instancias de producción y de recepción. Formas de organización cooperativa y solidaria para la producción de los nuevos medios.
Eje: Teorías de la comunicación	
Indicadores de logro de los aprendizajes	Contenidos priorizados
<ul style="list-style-type: none"> Identifica los diferentes modelos de comunicación propuestos desde las ciencias sociales a lo largo del tiempo. Establece relaciones de causalidad entre las teorías de la comunicación y los fenómenos sociales que pretenden analizar. Conoce, menciona y relaciona las principales características de las distintas teorías. Aplica las nociones centrales de las teorías para el análisis de situaciones y fenómenos comunicacionales de diversos tipos. Distingue los conceptos de la semiótica y las teorías lingüísticas en los mensajes y productos culturales que lo rodean. Explica desde los conceptos centrales de las teorías las características particulares de la comunicación popular. 	<p>La modelización de los procesos comunicacionales</p> <ul style="list-style-type: none"> El devenir de los modelos hacia las teorías: diferencias entre los estudios basados en modelos y los basados en teorías. Introducción a los modelos que intentaron describir la comunicación: técnicos, lingüísticos, psicosociológicos. <p>Aspectos centrales de las teorías de la comunicación de corte sociocultural</p> <ul style="list-style-type: none"> El concepto de aguja hipodérmica de los medios, el impacto de la propaganda, de las encuestas y el análisis de contenidos, de la <i>mass communication research</i>. La noción de comunicación “orquestral”. La comunicación como proceso social permanente. La conceptualización de la proxémica y la kinésica, de la Escuela de Palo Alto. Conceptos de industria cultural y alienación; la función social del arte y el lugar de los medios masivos en la sociedad, la idea de racionalidad técnica de la Escuela de Frankfurt. Las nociones de prácticas culturales, comunidades interpretativas y actividad de los receptores, de los Estudios Culturales Británicos.

CONTENIDOS PRIORIZADOS

➤ Eje: Teorías de la comunicación

Indicadores de logro de los aprendizajes	Contenidos priorizados
	<p>Aspectos centrales de las teorías de la comunicación de corte lingüístico, semiótico y discursivo</p> <ul style="list-style-type: none"> • El giro semiótico en el estudio de la comunicación. Influencias de modelos lingüísticos o semióticos en las teorías sobre la comunicación. • Conceptos de sujetos de la enunciación, géneros discursivos y modos de organizar los discursos (narración, argumentación, explicación, descripción) de las teorías de la enunciación y el análisis del discurso. • Las nociones de significado y sentido, lo que se dice y lo que se comunica; lo no dicho, las relaciones entre lenguaje y acción de las teorías semánticas y pragmáticas. • La idea de comunicación popular y alternativa. Discusiones en torno a la cultura popular y la masiva.

➤ Eje: Discursos sociales y medios

Indicadores de logro de los aprendizajes	Contenidos priorizados
<ul style="list-style-type: none"> • Conoce y relaciona las principales características del conglomerado mediático actual. • Contextualiza las condiciones del funcionamiento de la industria audiovisual local y argumenta al respecto. • Problematiza las relaciones de poder que intervienen en los procesos de construcción de las agendas temáticas. • Interroga con una mirada crítica los productos mediáticos y las redes digitales que lo rodean. 	<p>Condiciones de producción y recepción de los medios</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mapa de medios y grupos productores. Modos de producción de los mensajes mediáticos en las empresas comunicacionales. • Tipos de organizaciones productoras (multimedios, productoras, agencias, asociaciones, organizaciones de prensa, etcétera) y el mensaje que generan. • Políticas de comunicación vigentes en los niveles internacional, regional y nacional. Implicancias en los mensajes mediáticos de las complejas relaciones entre los medios y el mercado. Influencias de la publicidad en la producción mediática. • El establecimiento de “agendas temáticas” y la constitución de la llamada opinión pública. • Los diferentes “contratos de lectura” en la comunicación de masas.

CONTENIDOS PRIORIZADOS

Eje: Discursos sociales y medios	
Indicadores de logro de los aprendizajes	Contenidos priorizados
	<p>Configuraciones sociales del discurso de los medios</p> <ul style="list-style-type: none"> • El problema de la objetividad en los medios: discursos de justificación del rol de los medios informativos como “reflejo de la realidad” en la prensa y la televisión. La construcción de la “realidad” en los medios. Punto de vista, intereses. • Modos de jerarquizar, presentar y recortar la información en la prensa, la radio, la televisión y/o Internet. • Las diferenciaciones de los géneros periodísticos en los diferentes soportes mediáticos. El debate sobre el rol social del periodista. • Algunos aspectos de las figuraciones de la ficción en los medios. El verosímil en la ficción y el informativo. El uso y creación de estereotipos en la ficción.

Eje: Tecnología y sociedad	
Indicadores de logro de los aprendizajes	Contenidos priorizados
<ul style="list-style-type: none"> • Establece relaciones claras entre los diferentes inventos tecnológicos y el desarrollo comunicacional que cada uno permitió a la hora de ser difundido. • Distingue las diferentes etapas en el desarrollo de los avances tecnológicos y su impacto en los modos de comunicación de cada época. • Problematica cuestiones ligadas al acceso a los diferentes medios y tecnologías en relación a pertenencia de clases, intereses políticos y desarrollos industriales. 	<p>Transformaciones de la comunicación por el surgimiento de nuevas tecnología en la sociedad</p> <ul style="list-style-type: none"> • La aparición de la escritura, el pasaje de las culturas orales a la cultura escrita. Nuevos espacios de poder y modos de comunicación a partir de la escritura. • Desarrollo y adaptación de la imprenta. Nuevas prácticas de lectura extensiva y la intensiva. Cambios en el rol y circulación del libro. • La aparición de los periódicos en las sociedades modernas y los nuevos Estado-nación. • La industrialización de los sistemas de comunicación: la prensa, la fotografía, la fonografía, la telefonía. • Cambios tecnológicos del siglo XX y la aparición de los medios audiovisuales: fotografía, cine, radio o televisión. El desarrollo de estos medios en la Argentina.

CONTENIDOS PRIORIZADOS

➤ Eje: Tecnología y sociedad

Indicadores de logro de los aprendizajes	Contenidos priorizados
<ul style="list-style-type: none"> • Contextualiza la aparición de la digitalización de la cultura en el marco del desarrollo tecnológico comunicacional. • Debate de manera argumentada sobre los diferentes medios de comunicación, su rol social y el uso de los mismos que se hace en la sociedad. 	<ul style="list-style-type: none"> • Los medios de comunicación masiva en sus versiones actuales a partir de la aparición de Internet. • La convergencia mediática de lenguajes y tecnologías: el desarrollo de lo multimedial, el hipertexto y sus posibilidades lectoras. La configuración de las redes sociales. <p>Impactos sociales y culturales de las tecnologías de la comunicación</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cambios en las mentalidades y en las prácticas de lectura y de escritura relacionados con la expansión europea y los nuevos sistemas de transporte (navegación a grandes distancias, nuevos caminos y reglas de transporte terrestre). El lugar de la radio y la televisión en la sociedad. El rol del Estado en la creación y promoción de los nuevos medios. Cambios en las prácticas privadas y cotidianas de los sujetos. • Nuevos sujetos sociales y el lugar de los medios de comunicación. De trabajadores del siglo XX a consumidores del siglo XXI. • La sociedad red: la sociedad hiperconectada. La importancia de los flujos en el funcionamiento social de nuestro siglo. <p>Relaciones entre medios de comunicación, poder y economía</p> <ul style="list-style-type: none"> • La revolución industrial y las políticas masivas de comunicación y educación en el siglo XIX: surgimiento de los sistemas educativos, sistematización de la enseñanza de la escritura y la lectura. • El rol de los medios gráficos de comunicación y su relación con el proceso de construcción de la opinión pública, en el contexto de la consolidación de las revoluciones burguesas y las transformaciones en una sociedad civil crecientemente autónoma. • La información como mercancía y materia prima de la economía global: el sistema informativo y su expansión en el siglo XXI. • La brecha digital: desigualdades económicas, culturales, tecnológicas y comunicacionales.

CONTENIDOS PRIORIZADOS

Bloque: Producción en lenguajes multimediales**Eje: Producción gráfica**

Indicadores de logro de los aprendizajes	Contenidos priorizados
<ul style="list-style-type: none">Infiere en la lectura de noticias el punto de vista adoptado, analiza las estrategias discursivas y considera las fuentes utilizadas por los medios.Utiliza creativamente las herramientas del lenguaje periodístico para la producción propia y el análisis de mensajes circulantes.Utiliza en sus escritos recursos y procedimientos narrativos (temporalidad, correlación verbal, organización en párrafos, puntuación).Identifica y comprende en la lectura de textos expositivos de distintas fuentes, los conceptos presentados y algunas estrategias para explicarlos.	<p>Los medios gráficos</p> <ul style="list-style-type: none">Diferentes soportes y formatos gráficos.Roles y funciones en la organización del trabajo en la producción de medios gráficos alternativos y masivos. Diseño gráfico de materiales impresos y virtuales: tipografías, tamaño de la publicación, organización espacial en la hoja o pantalla.Selección, jerarquización y organización de la información en los medios gráficos impresos y/o virtuales. <p>La palabra escrita en los medios gráficos</p> <ul style="list-style-type: none">Diferentes textos o tipos discursivos: textos expositivos, narrativos y argumentativos.Géneros periodísticos adecuados al propósito comunicativo y al tema tratado: la noticia, la crónica, la columna y la nota de color; el editorial, la crítica, la nota de opinión, la carta de lectores.Desarrollo de investigaciones periodísticas e informes.Preparación y desarrollo de entrevistas y reportajes. <p>La imagen en los medios gráficos</p> <ul style="list-style-type: none">La fotografía. La composición, el encuadre y la posición de la cámara y los recursos expresivos.Los planos: tamaños de planos y su significado expresivo y dramático; la iluminación y los contraluces.Relaciones entre texto e imagen. Función de anclaje y relevo.Uso y producción de las infografías y los gráficos en la prensa.

CONTENIDOS PRIORIZADOS

Eje: Producción radial

Indicadores de logro de los aprendizajes	Contenidos priorizados
<ul style="list-style-type: none">Identifica y describe las características principales de una producción radial, estableciendo algunos vínculos con su cultura y sociedad.Reconoce la pertenencia de las obras a diferentes tradiciones y ámbitos.	<p>El medio radial</p> <ul style="list-style-type: none">Diferentes soportes: la radio AM, la FM y la transmisión por la web. Semejanzas y diferencias de técnicas y formatos.Géneros y formatos radiales.La información en radio: el seguimiento de la actualidad, los flashes informativos y la articulación con otros medios. <p>El lenguaje radial</p> <ul style="list-style-type: none">Relaciones y especificidades del lenguaje verbal, el lenguaje musical, los efectos sonoros y el silencio.Recursos técnicos y artísticos adecuados al producto radial y el mensaje que se produce.El sonido como marca de radio: los efectos sonoros y el verosímil en radio. <p>La producción en la radio</p> <ul style="list-style-type: none">La edición de programas y micros radiales. Técnicas de edición.Realización de guiones radiales técnicos y artísticos.Realización de diferentes productos radiales: trabajos documentales, magazines, radioteatros, publicidades, campañas.

CONTENIDOS PRIORIZADOS

➤ Eje: Producción audiovisual

Indicadores de logro de los aprendizajes	Contenidos priorizados
<ul style="list-style-type: none"> • Identifica y describe las características principales de una producción audiovisual, estableciendo algunos vínculos con su cultura y sociedad. • Reflexiona, a partir de la observación de producciones propias, de compañeros y de artistas estudiados, las intenciones expresivas de las obras. • Selecciona y elabora, para la producción audiovisual, imágenes y sonidos en función del sentido poético, metafórico o testimonial de la obra. • Reconoce y utiliza en sus producciones visuales elementos que permiten expresar el propio punto de vista respecto de lo representado. 	<p>Los medios audiovisuales</p> <ul style="list-style-type: none"> • Soportes mediáticos audiovisuales: televisión, cine y video. Características técnicas y particularidades. • Formatos y técnicas de la producción audiovisual: la animación, el videoclip, el video documental o de ficción, la publicidad. La investigación documental y la ficción. <p>El discurso audiovisual</p> <ul style="list-style-type: none"> • Estructura del discurso audiovisual. Convergencia de lo visual y lo sonoro para la construcción del discurso audiovisual. • Funciones y usos expresivos del plano, escala de planos, angulaciones. Tomas estáticas, en movimiento. Escenas, secuencias. • Funciones y usos expresivos del sonido: la palabra, la música, los ruidos, el silencio, los diálogos, la voz <i>en off</i>. <p>Producción audiovisual</p> <ul style="list-style-type: none"> • Preproducción: desglose de producción. Elaboración de plan de filmación; selección de personajes, vestuario, escenografía, utilería, locaciones. • El proceso narrativo audiovisual. La idea, la sinopsis, el tratamiento, el storyboard, la estructura. • Producción: rodaje, filmación. Uso y cuidado del instrumental técnico de grabación de imagen y sonido. • Postproducción: edición de imagen; edición de sonido: bandas sonoras, música, doblajes. y Visualización y evaluación crítica de los materiales producidos.

CONTENIDOS PRIORIZADOS

Eje: Producción multimedial	
Indicadores de logro de los aprendizajes	Contenidos priorizados
<ul style="list-style-type: none">Reconoce el nivel de calidad de los proyectos multimedia circulantes (por ejemplo, videos, <i>podcasts</i>, infografías).Utiliza criteriosamente las herramientas y <i>software</i> de producción multimedial (por ejemplo, Adobe Creative Cloud, DaVinci Resolve).Participa activamente en la creación de un proyecto multimedial.Evalúa la efectividad en la comunicación de la narrativa y el mensaje en los proyectos multimedia.Problematiza la calidad del diseño y la estética en los proyectos multimedia.Implementa colaborativamente las habilidades necesarias para los proyectos multimediales: edición de video, diseño gráfico.Colabora en el desarrollo y el análisis de proyectos multimedia.	<p>Lo multimedial</p> <ul style="list-style-type: none">La mediación tecnológica. Conceptos de diseño. Desafíos a la comunicación planteadas desde la forma técnica: reproductibilidad, interactividad, acceso global, horizontalidad, inteligencia colectiva, info-diversidad, derechos de autor, derecho a la información, libre circulación.Hipertextos, multimedios e hipermedios. Diseño multimedia versus diseño interactivo. La especificidad del medio: principios básicos del diseño interactivo.El diseño interactivo multimedia como diseño de información: similitudes y diferencias con otras áreas del diseño.La forma narrativa hipertextual: la potencialidad, o el desplazamiento hacia el paradigma. <p>Los elementos del lenguaje multimedial</p> <ul style="list-style-type: none">Interactividad. El video digital. Función del video en los proyectos multi/ hipermediales. <p>El diseño hipermedial</p> <ul style="list-style-type: none">Metodología para la realización de un producto multi/hipermedial. Eficacia comunicativa de los sistemas multimediales.Diseño de interacción: estructura hipertextual y diseño de la experiencia del usuario. Diagrama de flujo, mapa de navegación. Diseño de presentación: estética y recursos multimediales. Guión multimedia.Cuestiones legales en el uso y distribución de contenidos. Licencias permisivas. Repositorios <i>copyleft</i>.Opciones informáticas de <i>software</i> libre. Definición e implicaciones locales.

CONTENIDOS PRIORIZADOS

Eje: Producción publicitaria	
Indicadores de logro de los aprendizajes	Contenidos priorizados
<ul style="list-style-type: none"> Identifica los objetivos específicos de una estrategia o campaña de comunicación. Distingue que los objetivos sean específicos, medibles, alcanzables, relevantes y temporales en el desarrollo de campañas y su análisis. 	<p>Introducción al campo publicitario</p> <ul style="list-style-type: none"> Mercado y medios de comunicación: economía y consumo. La mercantilización de la vida cotidiana. Consumo de bienes para el consumo de experiencias, el placer de experimentar. El consumo como práctica social. Cultura y consumo: consumo como diferenciador social y distinción simbólica, como reproductor social, como productor de sentido y significado para la comunicación social, como proceso ritual y como proveedor de seguridad e identidad. Ciclo de vida de un producto. La espiral de la publicidad. La publicidad como soporte de los productos en las distintas etapas de su ciclo de vida. Etapa informativa. Etapa de diferenciación. Publicidad y propaganda. Diferencias y similitudes. Estereotipos publicitarios. Belleza, tipos sociales y género. Publicidad y discriminación. Distintos tipos publicitarios. <p>El mensaje publicitario</p> <ul style="list-style-type: none"> Géneros publicitarios (humorístico, comparativo, dramático y motivacional). La investigación para la publicidad: en qué consiste una muestra. Su diseño. Estructura de la estrategia creativa. Elementos que la componen: oportunidad, objetivo, target, posicionamiento. Formas de publicidad no tradicional.

CONTENIDOS PRIORIZADOS

Indicadores de logro de los aprendizajes	Contenidos priorizados
<ul style="list-style-type: none"> Identifica el arte contemporáneo a partir de los nuevos dispositivos de creación visual, las características técnicas, los materiales y soportes que se utilizan en el presente. Relaciona las imágenes que circulan, conforme con la función social y estética que se les otorga en la Ciudad. Reconoce la pertenencia de las obras a diferentes tradiciones y ámbitos culturales. Comparte reflexiones con el grupo sobre propuestas culturales ofertadas en la Ciudad. 	<p>La producción estética</p> <ul style="list-style-type: none"> El objeto cultural y su funcionalidad. Técnicas y procedimientos. Clásico, moderno y posmoderno desde la perspectiva funcional-estética. <p>Estéticas contemporáneas</p> <ul style="list-style-type: none"> La expansión económica como condicionante de la producción artística, de la arquitectura y del diseño. Los movimientos y revoluciones político-sociales y la producción artística, de la arquitectura y del diseño. El arte multimedial. La masividad como condicionante estética. Los espectáculos multimediales. Nuevos espacios. Nuevos medios. Nuevos públicos. Políticas culturales. Instituciones culturales. La preservación del patrimonio cultural. Reconocimiento y valoración de los productos y manifestaciones artísticas como expresión del patrimonio cultural. Compromiso por su preservación. La diversidad cultural y la consideración de las culturas juveniles. Arte en la web: ampliación de los modos de creación, circulación y difusión. <p>El diseño</p> <ul style="list-style-type: none"> El diseño como sistema de identificación y comunicación. Programas visuales de identificación y comunicación. La función del diseño.

CONTENIDOS PRIORIZADOS

Bloque: Saberes y prácticas en el campo de la comunicación

Eje: Proyecto de comunicación	
Indicadores de logro de los aprendizajes	Contenidos priorizados
<ul style="list-style-type: none"> • Observa, releva y registra instituciones de la sociedad civil que rodean la escuela. • Diagnóstica, formula preguntas y analiza los modos de funcionamiento de organizaciones e instituciones. • Formula colaborativamente circuitos comunicacionales alternativos a los establecidos por las instituciones. • Planifica y evalúa la viabilidad de nuevos canales comunicacionales para las instituciones relevadas. • Experimenta con los lenguajes comunicacionales para proponer estrategias comunicacionales situadas. • Produce piezas comunicacionales coherentes con los objetivos propuestos. 	<p>Problemática y entorno del proyecto</p> <ul style="list-style-type: none"> • Caracterización de la comunidad como ámbito de comunicación. El barrio y/o la escuela como espacios de socialización y producción cultural. • Análisis de procesos y prácticas de comunicación de las instituciones, organizaciones y comunidades del entorno. Reconocimiento de actores y relaciones de comunicación. • Análisis de necesidades y demandas comunicacionales en la comunidad. • Descripción de la problemática comunicacional para abordar. <p>Estrategias y productos del proyecto</p> <ul style="list-style-type: none"> • Definición de estrategias comunicacionales a partir de los objetivos del proyecto y en función de los diferentes ámbitos institucionales y/o comunitarios caracterizados. • Identificación y construcción de los destinatarios o interlocutores. • Construcción de discursos institucionales: los contenidos de la comunicación, la imagen del emisor institucional y los sentidos que se proponen producir en la comunidad. • Producción de mensajes desde una perspectiva relacional de la comunicación: la importancia de “producir para alguien”, la caracterización de los interlocutores y el proceso de recepción en el barrio o la escuela. • Definición de soportes, formatos y géneros según destinatarios y ámbitos de comunicación. Las nuevas posibilidades de comunicación mediadas por tecnologías y los movimientos sociales. La web institucional, el blog, los wikis y el uso de redes sociales como espacios de comunicación y participación.

CONTENIDOS PRIORIZADOS

Eje: Proyecto de comunicación	
Indicadores de logro de los aprendizajes	Contenidos priorizados
<ul style="list-style-type: none">Promueve el trabajo colaborativo con sus compañeros y con las instituciones del barrio.	<p>Seguimiento y evaluación del proyecto</p> <ul style="list-style-type: none">Coordinación y gestión de proyectos de comunicación: la organización del grupo y la toma de decisiones. Relaciones entre problemas de comunicación, objetivos y actividades posibles.Administración de los recursos para la consecución del proyecto.Empleo de diversos instrumentos para el monitoreo y evaluación del proyecto: entrevistas, encuestas, análisis de producciones, registros de las acciones (escrito o filmados), coloquios con los participantes, etcétera.

CONTENIDOS PRIORIZADOS

Historia orientada*	
Unidad I: Ilustración y revolución (1776-1826)	La difusión de las ideas ilustradas en el Río de la Plata. Los primeros periódicos. El pensamiento de Manuel Belgrano y de Mariano Moreno.
Unidad II: Romanticismo y liberalismo en la Generación del 37	Periódicos unitarios y federales. El Salón Literario.
Unidad III: De la Generación del 80 al Centenario de la Revolución de Mayo	La prensa de los inmigrantes. La profesionalización del escritor y del periodista.
Unidad IV: La crisis de ideas en la Argentina entre las guerras mundiales (1914-1945)	La sociedad de masas y sus medios de comunicación.
Unidad V: El peronismo; efervescencia cultural, violencia revolucionaria y dictaduras (1945-1983)	Las revistas. Proyectos editoriales: Eudeba.
Unidad VI: El retorno de la democracia (1983-2000)	Hacia el pluralismo de ideas. Los diarios y las revistas. El posmodernismo. El neoliberalismo y la globalización.

CONTENIDOS PRIORIZADOS

Tecnologías de la Información orientada*	
Organización, procesamiento y gestión de datos	Análisis y diseño de planillas de cálculo. Selección y aplicación de gráficos para organizar y representar datos e información. Uso de planillas como bases de datos para sistematizar, almacenar y recuperar datos de manera eficiente.
Ánalysis, desarrollo y uso de aplicaciones informáticas	Aplicación de estrategias y herramientas de programación. Análisis, comprensión y utilización de aplicaciones informáticas. Aplicación de estrategias y herramientas de edición audiovisual y de diseño de páginas web.
El rol de la informática y de las TIC en la Orientación	Usos y aplicaciones de la informática y de las TIC en la construcción y difusión del conocimiento. Impactos y efectos de la informática y de las TIC en el mundo del trabajo.

* Estos contenidos serán abordados de manera integrada con los bloques y ejes en las propuestas de laboratorios y talleres de la Orientación.

