

Anexo IV: Diseño Curricular del Ciclo de la Formación Orientada del Bachillerato en Comunicación

Bachiller en Comunicación

El nuevo *Diseño Curricular Modular para el Nivel Secundario de la Educación Permanente de Jóvenes y Adultos/as* (EPJA) canaliza una demanda de actualización académico-curricular muy valiosa para los/as estudiantes, ya que ofrece una propuesta de aprendizaje en igualdad de oportunidades, orientada a la conformación de un proyecto de vida ciudadana adulta, en la que se dé prioridad a la percepción y a la resolución de problemáticas colaborativamente.

Específicamente, esta orientación focaliza en aquellos aspectos históricos, sociales, culturales, ambientales y comunitarios que atañen a la comunicación, propiciando una formación dinámica y flexible, atenta a la evolución de las tecnologías emergentes y en interacción con otras áreas del conocimiento.

La comunicación es un proceso básico para constituirse como persona. Es a través de la interacción comunicacional que el sujeto se reconoce como social e histórico. En un mundo cada vez más complejo y dinámico, la comunicación se ve afectada por el vertiginoso avance de las tecnologías digitales, impactando en la vida cotidiana de los sujetos y en las configuraciones subjetivas. En este contexto, los medios de comunicación y las tecnologías digitales cumplen un rol fundamental como agentes de socialización y están íntimamente ligados a la producción y a la distribución del conocimiento y la información. En ese sentido, la orientación propone a quienes transitan por la EPJA una formación actualizada y práctica, donde los/as estudiantes adquieran un rol activo para la resolución de problemas reales mediante el trabajo cooperativo y solidario, la investigación, la reflexión y el análisis crítico, en pos de potenciar identidades autónomas, responsables y comprometidas, de modo que puedan participar plenamente en la sociedad de la información.

El ciclo de Formación Orientada en Comunicación está integrado por dos módulos que agrupan diferentes espacios curriculares. Cada módulo se vincula con un contexto problematizador, a modo de organizador de la propuesta. De aquí se desprenden, a su vez, las situaciones problemáticas y los proyectos de acción propuestos, con el fin de potenciar las capacidades de los/as estudiantes y los contenidos por trabajar.

Organización modular de los ciclos de formación

1° N i v e l	<p>Modulo 1 Formación Básica Salud - Inequidad</p> <p>Matemática 5 hc Biología 2 hc Educación Tecnológica 2 hc Inglés 2 hc</p> <p>Ciudadanía - Emancipación</p> <p>Lengua y Literatura 6 hc Historia 4 hc Geografía 2 hc Formación Ética y Ciudadana 2 hc</p>	<p>Modulo 2 Formación Básica Comunicación - Autonomía</p> <p>Lengua y Literatura 6 hc Historia 4 hc Geografía 2 hc Formación Ética y Ciudadana 2 hc</p> <p>Naturaleza - Desarrollo</p> <p>Matemática 5 hc Biología 2 hc Educación Tecnológica 2 hc Inglés 2 hc</p>
	2° N i v e l	<p>Módulo 3 Formación Básica</p> <p>Ciencia y tecnología - Cotidianidad</p> <p>Matemática 3 hc Física 2 hc Economía 2 hc Tecnologías de la Información 2 hc</p> <p>Género - Asimetría</p> <p>Lengua y Literatura 2 hc Historia 2 hc Inglés 2 hc</p>
3° N i v e l	<p>Módulo 4 Formación Básica</p> <p>Diversidad - Desigualdad</p> <p>Lengua y Literatura 2 hc Historia 2 hc Filosofía 2 hc Inglés 2 hc</p> <p>Economía - Vida social</p> <p>Matemática 2 hc Química 2 hc Tecnologías de la Información 2 hc</p>	<p>Módulo 2 Formación Orientada Comunicación - Autonomía</p> <p>Comunicación, Discursos sociales y medios 3 hc Seminario de Comunicación, Tecnología y Sociedad 3 hc</p> <p>Taller de Producción en Lenguajes Multimediales 3 hc Proyecto de comunicación 2 hc</p>

Módulo 1

Este módulo se organiza en torno al siguiente contexto problematizador:

Módulo	Contexto problematizador
1	<ul style="list-style-type: none"><li data-bbox="411 584 1283 651">● El mundo del trabajo en la nueva configuración social, política y cultural.

Se propone el abordaje de problemáticas vinculadas a las características y a los modos de producción de los medios de comunicación, a las alternativas que presentan los medios de comunicación comunitaria a partir del trabajo cooperativo y solidario, así como al rol de los medios en la construcción de subjetividades.

Para ello, se fomenta en los/as estudiantes el desarrollo de capacidades de trabajo a partir del análisis de diferentes situaciones comunicacionales, partiendo desde sus saberes y prácticas cotidianas, que les permitan intervenir activa y críticamente en su entorno. Por eso, se busca el desarrollo de las competencias necesarias para el manejo de lenguajes multimediales, desde un abordaje integral que contemple el trabajo como constitutivo de la subjetividad y de la trama sociocultural y política de toda sociedad. En este sentido, resulta fundamental que los/as estudiantes de EPJA puedan reconocer y valorar sus conocimientos, destrezas y habilidades ligados al campo de la comunicación. De esta forma, se espera promover la participación de los/as estudiantes en el análisis y la producción de mensajes que respondan a las necesidades e intereses de la propia comunidad.

Cuadro de la estructura modular

Trabajo - Identidad

Bachiller en Comunicación Ciclo de la Formación Orientada - Nivel 2 Módulo 1. Trabajo - Identidad					
Contexto problematizador: El mundo del trabajo en la nueva configuración social, política y cultural.					
Situaciones problemáticas <ul style="list-style-type: none"> • Mercado de trabajo, producción local y medios de comunicación: tensiones y alternativas. • La desigualdad de género y la inclusión social en el mundo del trabajo. • Las nuevas exigencias del mercado laboral y su impacto en la producción y el uso de lenguajes multimediales. • Los medios de comunicación social como formadores de opinión y su incidencia en las subjetividades. 					
Capacidades específicas esperables (CEE)	Núcleos conceptuales	Campos de contenidos			
		Introducción a la Comunicación	Teorías de la Comunicación	Taller de Producción en Lenguajes Multimediales	Tecnologías de la Información (orientada)
Reconocer y valorar las destrezas, las habilidades y los conocimientos ligados al campo de la comunicación. Analizar diferentes situaciones comunicativas y reconocer los diversos tipos de comunicación, teniendo en cuenta su contexto de	La comunicación como proceso social complejo de identificación y como campo de disputa por los sentidos y significados sociales. La incidencia de los medios	Conceptos de comunicación. La comunicación como encuentro y como difusión. La comunicación interpersonal: verbal y no verbal; oral y escrita. Limitaciones del modelo telegráfico de la comunicación. Construcción de la identidad a través de la interacción comunicativa en contextos multiculturales.	La modelización de los procesos comunicacionales: estudios basados en modelos y en teorías. Teorías de la comunicación de corte sociocultural: el concepto de <i>aguja hipodérmica</i> de los medios, el impacto de la propaganda, de las encuestas y el	Lectura y producción en medios gráficos: características generales de la gráfica. Diferentes perfiles de diarios y público destinatario. Selección, jerarquización y tratamiento de la información. Criterios de noticiabilidad. Construcción de agenda. Roles y funciones en la organización del trabajo en	Internet y los nuevos paradigmas culturales y de participación en el mundo del trabajo y la sociedad. Participación de mujeres en tecnología y medios. El intercambio comunicacional y el conocimiento en red. Influencia de la digitalidad en la integración y la diversidad cultural. La construcción de

<p>producción.</p> <p>Comprender los aportes que el campo de la comunicación puede realizar en organizaciones sociales para un mejor desarrollo de la comunicación institucional.</p> <p>Reconocer y aplicar categorías de análisis para producir y modificar mensajes críticamente, utilizando recursos, técnicas variadas y herramientas propias del lenguaje multimedial.</p> <p>Conocer las lógicas de producción de la información en gráfica y en radio.</p> <p>Integrarse a la sociedad como un/a ciudadano/a digital participativo/a, responsable y cooperativo/a.</p>	<p>masivos de comunicación en la construcción de subjetividades autónomas y en las relaciones de poder desiguales.</p> <p>Modos de presencia y participación de los/as jóvenes en la producción de mensajes mediáticos.</p> <p>La comunicación comunitaria y sus lógicas de producción.</p> <p>Rol de la tecnología en la mediatización de la información, la formación cultural, la participación social, el</p>	<p>Formas de expresión signadas por la participación en un grupo.</p> <p>Comunicación comunitaria e institucional. Elementos centrales de la comunicación en la comunidad: actores, ámbitos, momentos y espacios comunicacionales. Modos institucionales y organizacionales de comunicación.</p> <p>Estrategias y soportes de comunicación (la radio, el periódico, el video, redes sociales, la campaña de prensa y la de bien público).</p> <p>Comunicación mediada por los medios masivos: la función social de los medios en la sociedad actual.</p> <p>Aproximaciones al estudio de la industria de los medios y los modos de circulación de los discursos mediáticos. La desigualdad de género en la emisión y la producción de los mensajes.</p> <p>Tipos de medios: locales o globales, generalistas o temáticos, establecidos o alternativos. Características, audiencias, recursos para la</p>	<p>análisis de contenidos, de la <i>Mass Communication Research</i>.</p> <p>La noción de <i>comunicación orquestal</i>, la comunicación como proceso social permanente. La conceptualización de la proxémica y de la kinésica de la Escuela de Palo Alto; las nociones de <i>industria cultural</i> y <i>alienación</i> de la Escuela de Frankfurt; las nociones de <i>prácticas culturales</i>, <i>comunidades interpretativas</i> y <i>actividad de los/as receptores/as</i> de los Estudios Culturales Británicos.</p> <p>Teorías de la comunicación de corte lingüístico, semiótico y discursivo.</p> <p>Los aportes de los</p>	<p>la producción de medios gráficos. La presencia de mujeres y disidencias en los medios gráficos.</p> <p>Diseño gráfico de materiales impresos y virtuales.</p> <p>Modos de redacción. Uso y producción de las infografías y de los gráficos en la prensa.</p> <p>La publicidad gráfica en los diferentes soportes mediáticos.</p> <p>Lectura y producción en radio: la información en radio y la articulación con otros medios.</p> <p>Género periodístico de opinión.</p> <p>El lenguaje radial. El uso de la música y de efectos para captar al oyente.</p> <p>La redacción en radio.</p> <p>Recursos técnicos y artísticos adecuados al producto radial y el mensaje que se produce.</p> <p>Equipos de trabajo: roles y distribución de tareas.</p> <p>El guion.</p>	<p>identidades a partir de la participación en el mundo digital.</p> <p>Ciudadanía digital: derechos y responsabilidades de los/as usuarios/as y creadores/as de contenidos.</p> <p>Diseño y desarrollo web: conceptos básicos de estructura, arquitectura y publicación. Reglas para el diseño de contenidos comunicacionales de texto, imagen, audio y video. Integridad y seguridad.</p> <p>Los medios como formadores de opinión. Estereotipos en el mundo digital. Soluciones web inclusivas. Cultura, comunicación, comercio y promoción en redes. Nuevos lenguajes comunicacionales: habilidades blandas en demanda.</p> <p>La programación y la robótica en la vida cotidiana, la ciencia, el arte, la cultura, el</p>
--	---	--	---	---	--

	<p>mundo del trabajo, la comunicación y el conocimiento.</p>	<p>elaboración de mensajes.</p> <p>Modos de recepción y construcción de subjetividades en las audiencias.</p> <p>Formas de organización cooperativa y solidaria para la producción de los nuevos medios en la coyuntura actual. Medios autogestivos, recuperados o comunitarios: diferentes experiencias de proyectos laborales comunicacionales.</p>	<p>desarrollos teóricos en América Latina: la noción de culturas híbridas.</p> <p>La idea de comunicación popular y alternativa. Discusiones en torno a la cultura popular y masiva.</p>	<p>La edición de programas y micros radiales. Técnicas de edición.</p> <p>Realización de diferentes productos radiales: trabajos documentales, <i>magazines</i>, campañas, <i>podcasts</i>.</p> <p>Puesta en el aire.</p> <p>La producción periodística: fuentes. Desarrollo de investigaciones periodísticas e informes.</p> <p>La entrevista: definición y tipología. La entrevista como acción comunicativa. Análisis y producción, roles, objetivos y tipos de preguntas.</p> <p>Ética periodística.</p>	<p>conocimiento, la comunicación y la información. La digitalización y automatización de los medios de comunicación. Incidencia de la automatización en el mundo del trabajo. Regulaciones locales y globales. Sistemas automatizados para dar solución a problemas relacionados con la inequidad de acceso a bienes y servicios, la sustentabilidad, la gestión de la información y la socialización.</p>
<p>Proyectos de acción</p> <ul style="list-style-type: none"> • Creación de producciones radiofónicas que difundan expectativas y acciones institucionales, barriales o comunitarias. • Planificar y publicar una revista o un periódico virtual que desarrolle nuevas formas y recursos de comunicación. • Construcción de cartografías colectivas de las organizaciones comunitarias del barrio. • Diseño de un portal web de noticias de la escuela y del barrio. • Desarrollo de un observatorio de publicidades radiales o televisivas de la actualidad. 					

Módulo 2

Este módulo se organiza en torno al siguiente contexto problematizador:

Módulo	Contexto problematizador
2	<ul style="list-style-type: none"><li data-bbox="411 555 1315 622">● El poder de la comunicación y su incidencia en la construcción de identidades autónomas individuales y colectivas.

El segundo módulo propone el abordaje de problemáticas vinculadas al reconocimiento y a la valoración de las voces e identidades de los/as estudiantes de la EPJA, lo que requiere de una perspectiva intercultural. En este sentido, se abordan la comunicación y las nuevas tecnologías como herramientas al servicio de los intereses y necesidades de los grupos y de las instituciones.

En este módulo se busca fomentar en los/as estudiantes el desarrollo de capacidades comunicativas a partir de la reflexión y del análisis sobre el poder de los medios y sobre su rol en la construcción de subjetividades. Para ello, es de suma relevancia integrar las experiencias culturales mediáticas de los/as estudiantes como parte de la realidad que los/as atraviesa y constituye. Asimismo, se busca propiciar la participación en prácticas de expresión y comunicación a partir de la utilización de diversos lenguajes expresivos, que tienda a la construcción de discursos propios y al desarrollo de una mirada crítica.

Cuadros de la estructura modular

Comunicación – Autonomía

<p align="center">Bachiller en Comunicación Ciclo de la Formación Orientada - Nivel 3 Módulo 2. Comunicación - Autonomía</p>					
<p>Contexto problematizador: El poder de lo comunicacional y su incidencia en la construcción de identidades autónomas individuales y colectivas.</p>					
<p>Situaciones problemáticas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Poder político, económico e ideológico en la producción y la distribución de la información y su papel en la configuración de representaciones simbólicas. • La inclusión y la participación que permiten las nuevas tecnologías y su impacto en las subjetividades. • Los desafíos en la construcción de imágenes no estereotipadas como formas de representación y producción de sentido. • La comunicación comunitaria y el compromiso con las necesidades y demandas de la comunidad. 					
Capacidades específicas esperables (CEE)	Núcleos conceptuales	Campos de contenidos			
		Comunicación, Discursos Sociales y Medios	Seminario de Comunicación, Tecnología y Sociedad	Proyecto de Comunicación	Taller de Producción en Lenguajes Multimediales
Reflexionar sobre el modo en que los medios de comunicación social influyen en la opinión pública y en la construcción de subjetividades.	Los medios de comunicación como actores sociales y como espacio de disputa en la construcción de sentido. Los discursos y las	Condiciones de producción y recepción de los medios: la concentración de la propiedad de los medios. La legislación vigente y su impacto en el mapa de medios. Los diferentes tipos de	De la imprenta a la internet: el surgimiento de la imprenta y sus consecuencias culturales. Cambios tecnológicos del siglo XX y la aparición de los medios audiovisuales. La experiencia de las radios educativas y	Problemática y entorno del proyecto: reconocimiento de actores, relaciones y análisis de necesidades y demandas comunicacionales en la comunidad. Descripción de la problemática	La imagen: características formales, expresivas y técnicas. Usos sociales. Capacidad narrativa. La fotografía: composición, encuadre, planos y posición de la cámara. Los recursos expresivos. La iluminación y los contraluces.

<p>Analizar los procesos de construcción de agenda y de cobertura de temas relacionados a la propia comunidad.</p> <p>Identificar los cambios producidos en la sociedad a partir de la aparición de las tecnologías de la información y de la comunicación.</p> <p>Participar en prácticas de expresión y comunicación utilizando los diversos lenguajes expresivos como proceso de construcción creativa y solidaria, entre personas y comunidades, tendiente a la</p>	<p>representaciones mediáticas y su impacto en las propias prácticas.</p> <p>Medios de comunicación digital como herramientas de comunicación.</p> <p>Los espacios tradicionales de la imagen, en el contexto de nuevos soportes y plataformas de integración.</p> <p>El <i>marketing</i> y la publicidad como formas de la comunicación.</p>	<p>medios y sus lógicas de producción: hegemónicos y alternativos; medios comunitarios o institucionales.</p> <p>Medios y mercado: los condicionamientos de la publicidad en la producción mediática.</p> <p>El establecimiento de <i>agendas temáticas</i> y la constitución de la llamada <i>opinión pública</i>. La construcción de las audiencias en los distintos medios. La noción de <i>target</i> en las publicidades.</p> <p>Configuraciones sociales del discurso de los medios: convergencia de lenguajes, formatos y modos de producción. La construcción de la "realidad" en los medios. Punto de vista e intereses. Mecanismos de selección y jerarquización.</p>	<p>populares en América Latina y su posterior desarrollo en la Argentina.</p> <p>Los medios de comunicación masiva en sus versiones actuales a partir de la aparición de internet.</p> <p>Impactos sociales y culturales.</p> <p>Internet y las redes sociales: lo público y lo privado. Herramientas de información y de control.</p> <p>Democratización de la imagen: la fotografía.</p> <p>Medios de comunicación y nuevos sujetos sociales: de trabajadores/as a consumidores/as.</p> <p>La sociedad hiperconectada.</p> <p>El contrapoder de la comunicación de masas, la pluralidad informativa y la autonomía ciudadana. Potencialidades y límites.</p> <p>Relaciones entre medios de comunicación, poder y economía: la información</p>	<p>comunicacional. Definición de objetivos y actividades en el diseño del proyecto.</p> <p>Toma de decisiones generales sobre las herramientas y metodologías para implementar.</p> <p>Definición de estrategias comunicacionales a partir de los objetivos del proyecto y en función de los diferentes ámbitos institucionales o comunitarios caracterizados.</p> <p>Identificación y construcción de los/as destinatarios/as e interlocutores/as.</p> <p>Construcción de discursos institucionales.</p> <p>Definición de soportes, formatos y géneros según destinatarios/as y ámbitos de comunicación. La campaña comunitaria.</p> <p>Los movimientos</p>	<p>Tratamiento de la imagen digital.</p> <p>El uso de la imagen en publicidad y su producción:</p> <p>El mensaje publicitario. Estereotipos publicitarios. Belleza, tipos sociales y género. Publicidad y discriminación.</p> <p>Géneros publicitarios. La investigación para la publicidad: la muestra y su diseño.</p> <p>Elementos y estructura de la estrategia creativa: oportunidad, objetivo, <i>target</i>, posicionamiento.</p> <p><i>Brief de marketing</i> y publicitario.</p> <p>Nuevas tecnologías y formatos publicitarios.</p> <p>Estructura narrativa. Estilos de organización y producción de publicidades. Redacción y creatividad.</p> <p>El discurso audiovisual: estructura. Funciones y usos expresivos del plano, angulaciones. Tomas, escenas, secuencias.</p> <p>Funciones y usos expresivos del sonido. Montaje. Principios de continuidad y progresión.</p>
---	---	---	---	--	--

<p>igualdad.</p>		<p>El debate sobre el rol social de los/as periodistas.</p> <p>Formas de lo <i>no dicho</i> y lo <i>implicado</i> en los discursos mediáticos. Sobreentendidos, presuposiciones e implicaturas en los titulares de la prensa y en los portales web.</p>	<p>como mercancía y materia prima de la economía global: el sistema informacional y su expansión en el siglo XXI.</p> <p>La brecha digital: desigualdades económicas, culturales, tecnológicas y comunicacionales.</p>	<p>sociales y las nuevas posibilidades de comunicación mediadas por tecnologías.</p> <p>Seguimiento y evaluación del proyecto: relaciones entre problemas de comunicación, objetivos y actividades posibles.</p>	<p>La producción audiovisual: formatos, técnicas e instrumentos. Géneros. Roles y funciones del equipo de producción.</p> <p>El proceso narrativo.</p> <p>Etapas de la producción: Preproducción-Producción-Posproducción (características, desglose, planes y procesos).</p> <p>Investigación para la redacción de guiones.</p> <p>Visualización y evaluación crítica de los materiales producidos.</p>
------------------	--	---	--	--	--

Proyectos de acción

- Creación de un observatorio de medios de comunicación mediante las nuevas tecnologías que permita el seguimiento de relatos significativos socialmente.
- Diseño de campañas de bien público sobre temáticas vinculadas a los derechos humanos.
- Producción de un documental, de reportajes o de noticias sobre temáticas relevantes para la comunidad, a partir del registro de hechos y grabaciones o filmaciones de archivo.
- Diseño de un proyecto comunicacional para una organización o institución comunitaria.
- Mesa de discusión y debate con referentes de la comunidad sobre las mutaciones comunicacionales y su impacto en la vida cotidiana.



G O B I E R N O D E L A C I U D A D D E B U E N O S A I R E S
"1983-2023. 40 Años de Democracia"

Hoja Adicional de Firmas
Anexo

Número:

Buenos Aires,

Referencia: EX-2023-43188012- -GCABA-DGPLEDU. Anexo IV

El documento fue importado por el sistema GEDO con un total de 10 pagina/s.