



Materiales Curriculares

Comunicación y
Medios

Ciclo Orientado de la Educación Secundaria
Versión Preliminar **2013**



NÓMINA DE AUTORIDADES

Gobernador de la Provincia de La Pampa

Cdor. Oscar Mario JORGE

Vicegobernadora

Prof. Norma Haydeé DURANGO

Ministro de Cultura y Educación

Lic. Jacqueline Mohair EVANGELISTA

Subsecretaria de Educación

Prof. Mónica DELL'ACQUA

Subsecretario de Coordinación

Prof. Hernán Carlos OCHOA

Subsecretaria de Cultura

Prof. Analía CAVALLERO

Subsecretario de Educación Técnico Profesional

Lic. Marcelo Daniel OTERO

Directora General de Educación Inicial y Primaria

Prof. Elizabet ALBA

Directora General de Educación Secundaria y Superior

Prof. Marcela Claudia FEUERSCHVENGER

Directora General de Planeamiento, Evaluación y Control de Gestión

Lic. Patricia Inés BRUNO

Director General de Administración Escolar

Sr. Rogelio Ceferino SCHANTON

Directora General de Personal Docente

Sra. Silvia Beatriz MORENO

Directora de Educación Inicial

Lic. María del Rosario ASCASO

Directora de Educación Especial

Prof. María Lis FERNANDEZ

Director de Educación de Gestión Privada

Prof. Lisandro David HORMAECHE

Director de Educación Permanente de Jóvenes y Adultos

Prof. Natalia LARA



EQUIPO DE TRABAJO

Coordinación:

Barón, Griselda
Haberhorn, Marcela

Espacios Curriculares:

Lengua y Literatura

Barón, Griselda
Bertón, Sonia
Ceja, Luciana

Matemática

Carola, María Eugenia
Citzenmaier, Fany
Flores Ferreira, Adriana
Zanín, Pablo

Física

Ferri, Gustavo

Química

Andreoli, Nora
Sauré, Agustina

Biología

Galotti, Lucía
Iuliano, Carmen

Educación Física

Rousseu Salet, Néstor
Boidi, Gabriela

Tecnología de la Información y las Comunicaciones

Vaquero, Jorge

Educación Artística: Artes Visuales

Gaiara, María Cristina
Dal Santo, Araceli

Lenguaje de la Danza

Morán, Gabriela
Villalba, Gladys

Lenguaje Teatral

Rodríguez, Gustavo

Agro - Ecosistemas

Lluch, Marta

Patrimonio Cultural Turístico

Dal Santo, Araceli

Introducción a la Comunicación

Pagnutti, Lautaro

Tecnología de los Sistemas Informáticos

Vaquero, Jorge

Recreación y Tiempo Libre

Rousseu Salet, Néstor

Antropología

Porcel, Alejandra

Sociología

Alainez, Carlos

Física II

Ferri, Gustavo



Gobierno de La Pampa

Ministerio de Cultura y Educación

Educación Artística: Música

Baraybar, María Alejandra
Ré, Laura

Educación Artística: Danza

Morán, Gabriela
Villalba, Gladys

Educación Artística: Teatro

Rodríguez, Gustavo

Lengua Extranjera: Inglés

Braun, Estela
Cabral, Vanesa
Cheme Arriaga, Romina

Geografía

Leduc, Stella Maris
Perez, Gustavo Gastón

Historia

Homaeché, Lisandro
Feuerschvenger, Marcela
Raiburn, Valeria Lorena
Vermeulen, Silvia
Molini, Judith

Economía

Much, Marta

Psicología

Etchart, Laura

Cultura y Ciudadanía

Feuerschvenger, Marcela
Raiburn, Valeria Lorena

Ciencias de la Tierra

Galotti, Lucía
Iuliano, Carmen

Teoría y Gestión de las Organizaciones

Much, Marta

Química II

Andreoli, Nora
Sauré, Agostina

Historia del Conocimiento en Ciencias Naturales

Galotti, Lucía
Ferri, Gustavo
Andreoli, Nora
Sauré, Agostina
Iuliano, Carmen
Álvarez, Ivana

Derecho Económico

Much, Marta

Sistema de información contable

Much, Marta

Estudios Interculturales

Braun, Estela

Arte y Contexto

Dal Santo, Araceli
Jaume, Karina
Quiroga, Gladys

Arreglos Musicales

Baraybar, Alejandra
Ré, Laura

Improvisación y Producción Coreográfica

Villalba, Gladys

Comunicación y Medios

Pagnutti, Lautaro

Aplicaciones Informáticas

Vaquero, Jorge

Tecnología de la Conectividad

Vaquero, Jorge



Gobierno de La Pampa

Ministerio de Cultura y Educación

Derecho

Much, Marta

Lengua y Cultura Extranjera: Portugués

Braun, Estela
Cabral, Vanesa
Cheme Arriaga, Romina
Bezerra, Heloísa
Fernández, Flavia

Lenguaje Visual

Gaiara, María Cristina
Dal Santo, Araceli

Producción Musical

Baraybar, Alejandra
Ré, Laura

Prácticas Deportivas y Atléticoas

Rousseu Salet, Néstor
Boidi, Gabriela

Prácticas Gimnásticas y Expresivas

Rousseu Salet, Néstor
Boidi, Gabriela

Producción y Dramaturgia

Rodriguez, Gustavo

Agro-biotecnología

Lluch, Marta

Servicio Turístico

Vasquez Martín, Aixa

Historia Del Arte y Del Patrimonio Cultural

Sape, Andrea

Comunicación, Arte y Cultura

Pagnutti, Lautaro

Diseño de portada:

Mazzaferro, Marina

Documentos Portables, Publicación Web:

Bagatto, Dante Ezequiel
Chaves, Nadia Geraldine
Fernández, Roberto Ángel
Llomet, Silvina Andrea
Mielgo, Valeria Liz
Ortiz, Luciano Marcos Germán
Sanchez, Christian Javier
Vicens de León, Emiliano Darío
Wilberger, Cesar Carlos
Wiedenhöfer, Patricia



**MATERIALES CURRICULARES PARA EL CICLO ORIENTADO
DE LA EDUCACIÓN SECUNDARIA**

COMUNICACIÓN Y MEDIOS



ÍNDICE	Página
Nómina de Autoridades	i
Equipo de Trabajo	ii
Materiales Curriculares	
Fundamentación	3
Objetivos para el Ciclo Orientado	15
Ejes que estructuran el espacio curricular	16
Fundamentación de los Ejes	18
Saberes seleccionados	
Quinto año	19
Orientaciones didácticas	21
Bibliografía	43
Mesas de Validación	iv

FUNDAMENTACIÓN

Concebir la comunicación es poblar el mundo de sentido. La comunicación, en tanto Ciencia Social, o campo disciplinar de estudios, habilita la posibilidad de mirar el mundo desde múltiples perspectivas y de atender a los nexos y vinculaciones que en su interacción constituyen las tramas de sentido de nuestras sociedades.

Si bien conocemos que el hombre se comunicaba aun antes de dominar el primer trazo pictórico o cuneiforme en una arcilla fresca para contabilizar el excedente de granos (Sumer, tercer milenio a.C), las disciplinas comunicacionales refieren a concepciones más modernas. En tanto hitos pensemos en la revolución de la impresión por tipos metálicos capitalizada por Gutenberg - pero inspirada en técnicas de impresión chinas - en el S XV. En el más acá de nuestra historia, el desarrollo capitalista instrumentaría tanto los dispositivos telegráficos y el cableado transoceánico como los dispositivos que permitieron registrar el mundo de acuerdo a mediaciones tecnificadas - como en los inicios de la fotografía, del cine y de las ondas radiales o la incipiente telefonía en época de Thomas A. Edison.

El mundo actual, entonces, se configura a partir de mediaciones múltiples. Esta aseveración es elocuente y crucial cuando nos referimos a los Medios Masivos de Comunicación Social. El proceso de mediatización, una mediación entre otras, cobra singular importancia en la nominada “Sociedad de la Información”, Sociedad Red o Sociedad del Conocimiento, como se han dado en llamar al tipo de comunidad o “aldea global” que hace casi medio siglo prefigurara Marshall Mc Luhan¹.

Una primera aproximación podemos establecerla a partir de pensar los medios en función de su caracterización, estructuras y relaciones con las audiencias

Al hablar de los medios debemos especificar a qué conjunto de instituciones, organizaciones y formaciones estamos refiriendo. El carácter de medio refiere a distintas apreciaciones, categorías y formas de comprenderlos. Un medio está allí, mediando entre distintos actores sociales, donde *prima facie* se reconocen unos sujetos productores de contenidos y unas audiencias o públicos que reciben un producto específico,

1 Marshall Mc Luhan, teórico canadiense, vislumbró en la década del '60 ciertas formas del escenario actual, conmovido por los medios y las tecnologías. De allí su postulado de que “el medio es el mensaje” que tanta polémica y adhesiones ha provocado en el campo académico.



compuesto genéricamente de contenidos, informaciones y datos. Un medio a la vez es una organización - sea de carácter público pero sobre todo privado - que obtiene un beneficio económico por un tipo de transacción comercial específica: el tráfico y la circulación de un bien concebido como información y/o dato, a partir de estrategias comerciales y financieras que involucran contenidos, pautas publicitarias, contratos, asociaciones entre distintas organizaciones - sean los medios propiamente dichos o una serie de entidades que se conforman a raíz de ellos como las editoriales, las productoras, agencias y otras formas de gestión, producción y administración de contenidos.

Un medio además puede representar a un grupo de intereses sociales, políticos, económico financieros, entidades del llamado tercer sector, intereses corporativos o evidenciar filiaciones con la política de un estado particular. Un medio, a la vez, es un dispositivo técnico y tecnológico que incorpora una serie de artefactos que requieren de un saber técnico especializado y calificado, en función de su utilidad, funcionalidad y manejo para lograr difundir percepciones y valoraciones sociales. Un medio, por otra parte, se sustenta en un conocimiento jurídico y normativo sobre el tratamiento de la información como un derecho consagrado en la Constitución Nacional, fijado a partir de una precisa legislación, hoy sujeta a debate público a partir de la aprobación de la Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual en el año 2009.

Un medio, asimismo, es una construcción social que como tal produce, irradia, fomenta, favorece, contextualiza o auxilia a una serie de ideas, imaginarios, ideologías, valoraciones y formas de concebir el mundo y las relaciones entre los hombres en una comunidad particular y en un espacio tiempo determinado.

Por si fuera poco, los multimedios y las agencias internacionales, superan su radio de acción local y nacional, para constituirse como entidades supranacionales, capaces de intervenir, interferir, condicionar, limitar, instalar, consentir o debatir los discursos políticos del poder a gran escala. Y finalmente, un medio es un creador de discursividad en la cotidianeidad de las personas, legitimando y regulando qué se dice, en qué momento, a partir de qué criterios y fundamentos, de qué forma, para quién se dice y a favor o en contra de quién.

Esta ubicuidad, presencia extendida, poder de legitimación e irradiación discursiva por excelencia de los medios, constituye además una cultura particular, con una eficacia de actuación sin precedentes en la forma de constituir la opinión pública, desde al menos el S

XVII, con una predominancia superlativa en el S XX y con una apertura plagada de promesas e incertidumbre, proyectada a futuro.

Las jóvenes generaciones deben conocer en profundidad a qué artefactos, dispositivos, formas tecno sociales de organización, modalidades de interpelación a los públicos y productos específicos, debemos considerar con la denominación “medio”. Por eso, el desafío no es sólo que puedan identificar a los llamados Medios Masivos de Comunicación, sino también las nuevas configuraciones mediatizadas que aparecen en el horizonte cultural y que están modificando el actual mapa multimedial a nivel global, así como también a otras formas mediales alternativas y prácticas de contra-información que se posicionan desde una concepción crítica con respecto de las poderes actuantes en los medios masivos.

Los medios, también deben ser pensados a partir de analizar sus lenguajes, dispositivos, soportes, géneros y estilos

A propósito de la caracterización anterior, se deben especificar las categorías que reconocen en los medios tradicionales a la prensa gráfica, la radio y la televisión más allá de otras mediaciones sociales y dispositivos técnicos, que los medios, en tanto organizaciones tecno sociales, utilizan, como son el teléfono, la fotografía, herramientas de diseño y en ocasiones el cine. En este sentido, la sociosemiótica y la semiótica de los medios, puede dar cuenta de las especificidades que hacen a las distinciones entre dispositivos artefactuales, dispositivos organizacionales, soportes y canales, medios, mediaciones y mediatizaciones.

A todo esto deben sumarse los profundos cambios que las nuevas tecnologías incorporan al escenario mediático, transformando no sólo el espectro técnico y tecnológico, sino y sobre todo las emergentes formas de interacción social y producción de sentido, además de alterar y resignificar las modalidades de contacto entre empresas de medios, audiencias y registros de “la verdad” y “lo real”. Aquí se abre un escenario donde no es aprensible lo real, en su fusión e hibridación con la ficción, la no ficción, la alteridad, la espectacularidad y el estatuto de lo ontológico en la cotidianidad de las personas.

Capítulo aparte será introducir a este escenario multimedial complejo, el amplio abanico de lenguajes de los distintos medios que abren el análisis a las diversas categorías sociales comprendidas en tanto géneros y estilos.

Se impone así la indagación acerca del poder metafórico, a partir de una batería de componentes retóricos y morfológicos, modalidades estilísticas, cadencias y modulaciones, mixturas e hibridaciones, que sin embargo continúan convergiendo en un recorte más o menos delimitado de convenciones y competencias siempre actuantes que llamamos “medio”. Aquí también se manifiestan los imaginarios sociales, la pluralidad de estéticas y estilos de grupos, la poética del lenguaje formal y su interacción con la polifonía de voces y los modos e intervenciones paralingüísticas.

Hoy, la potencialidad creativa en los distintos lenguajes multimediales, estimulada por la explosión tecnológica, sensibiliza el campo de la creatividad para la generación de productos de factura compleja. De esta forma, contenidos visuales, sonoros, gráficos y del campo del diseño, el arte digital y otros repositorios de recursos, se combinan dando forma a un mosaico estético sin precedentes que trae a cuento la metáfora de la Babel bíblica². Así, la hibridación y el mestizaje, la hipertextualidad y la transposición de géneros, la aparición e incidencia de las comunidades de prácticas especializadas, o las formas cotidianas de irradiación como son canales como el *Youtube*, *Vimeo*, y las redes sociales, están alterando las nociones mismas de circulación en la producción de sentido y obligando a los medios a una competencia feroz por la motivación de las audiencias y/o usuarios.

Sin embargo, sería ilusorio, y daría lugar a error, suponer que los medios han perdido capacidad y eficacia en su función estereotipadora, tipificadora y reificadora del estatuto de lo real. Lejos de ello, los medios están negociando con las audiencias las nuevas formas de interacción para la creación de los acontecimientos. Así, si bien los discursos de los medios se negocian, lejos están de perder eficacia. Al contrario, generan adhesiones y filiaciones que llevan a revisar conceptos tan trascendentales de la teoría social como es el del poder y sobre todo la hegemonía en clave gramsciana. En este sentido se impone establecer algún tratamiento para comprender los aspectos básicos de la cultura mediática.

Otro campo de problemas de interés para el espacio podemos pensarlo a partir de considerar la Cultura mediática, en tanto sus estrategias de enunciación e interpelación.

² La metáfora bíblica dice que los hombres construyeron la Torre de Babel con la pretensión de alcanzar el Cielo. Todos hablaban un mismo lenguaje y por ello se creyeron poderosos y capaces de hacer cualquier cosa. Por eso Yahveh bajó a la tierra y confundió sus lenguas, provocando la dispersión de los hombres, hacia todos los puntos de la tierra. Génesis 11:1-9

Como vimos el lugar, poder y eficacia de los medios masivos, sumado a la complejidad del nuevo escenario conmovido por el impacto tecnológico, establece una cultura particular que se denomina Cultura Mediática. Esta modalidad cultural, configura una dimensión propia que se inscribe e imbrica con otras dimensiones que hacen a la cultura como fenómeno integral de lo humano. Así, en relación a las categorías de culturas populares, cultura de elite, campo del arte y la estética y el campo científico profesional, establece una serie de vínculos y ligazones de profunda raigambre.

Sin embargo, podemos reconocer una especificidad y un radio de acción singular. La cultura mediática refiere a la particular manifestación de ciertos fenómenos sociales, vinculares, culturales, tecnológicos, políticos y económicos que tienen su centralidad en los medios masivos de comunicación. Es tal la trascendencia e impacto de los medios, sobre todo a partir del S XX, que desde todas las disciplinas científicas, quizás con preponderancia de la Sociología, se le ha dado un lugar central en el análisis de los hechos sociales. Se ponderan así, las formas de vincularnos a partir de las mediaciones que los medios y los *mass media* generan en las formas de constituir la denominada opinión pública, pero también en otras instancias de interacción social.

Un conocido efecto de la cultura mediática demuestra su eficacia y su poder reificador en la generación de estereotipos mediáticos.

La naturalización de ciertos esquemas y construcciones discursivas conlleva en su propia lógica y despliegue una capacidad de instalar ciertos objetos, discursos, figuras, personajes, modalidades vinculares y espacios de visualización, como las formas “propias”, adecuadas y más efectivas socialmente de “aparecer” en la escena social. Y hablamos de escena social, dado que los sujetos y objetos convocados en los estereotipos delimitan su campo de acción en los escenarios mediáticos para irradiar modelos “consagrados” y legitimados hacia el espacio social.

La cultura mediática, además, constituye en la actualidad un lugar de autolegitimación que genera productos comunicacionales, a partir de una diversidad de géneros y formatos propios donde resaltan los del tipo *reality show*, que consumen y procesan sus mismas manifestaciones, alejando el acontecer social que discurre por fuera de los medios como hechos de carácter secundario.

Esta autogeneración y autolegitimación de la cultura mediática tiene impactos y alcances conmovedores sobre las audiencias y los públicos, al punto que se establece una



negociación de reforzamiento de aspectos ficcionales en términos de realidad y viceversa. La frontera entre lo constituido en, para, con y desde los medios y los hechos que sucederían “por fuera”, se ha disuelto en una serie de discursos sociales donde los márgenes se trastocan y fusionan sin capacidad de discriminación entre ambas dimensiones. El trabajo de Verón (1987) en “Construir el acontecimiento” ha sido sobrepasado en término de una poderosa imbricación entre los hechos representados y las modalidades de representación.

Otro concepto seminal del campo comunicacional se establece en los particulares modos de interpelación, contacto y construcción de sentido para y a partir de las audiencias. Surge en este contexto la necesidad de precisar y comprender las diferencias sustanciales entre lo que llamamos medios en sentido estricto, por un lado, y las modalidades de interacción con los públicos que implican procesos que denominamos mediaciones. Finalmente, aparece en escena la noción de mediatización que establece una singular vinculación de las audiencias con productos comunicacionales derivados directamente de formatos mediáticos que no tienen antecedentes sociales previos a los medios.

En este sentido, cabe mencionar los trabajos de autores clásicos como Jesús Martín Barbero (1987) para comprender las mediaciones y vinculaciones entre culturas populares y medios masivos y a José Luis Petris (2005), que desde la semiótica de los medios indaga y profundiza sobre el novedoso, y problemático, concepto de mediatización.

Los jóvenes que transitan el espacio curricular **Comunicación y Medios** deben establecer lecturas críticas de aproximación sobre las formas en que la cultura mediática se consolida en todos los intersticios de su cotidianeidad, modula sus comportamientos sociales y refuerza el lugar de consumidor solapado por sobre su estatuto de ciudadano.

Desde esta perspectiva crítica y analítica los alumnos deben prestar singular atención a las modulaciones mediáticas que juegan a partir de las valoraciones sociales y la instalación de una agenda recortada y sesgada. En este sentido la cristalización de estereotipos orientados al consumo material y simbólico y las diversas formas en que estas construcciones posicionan unos modos de interacción y desestiman, niegan o neutralizan otros, aleja la posibilidad de que los alumnos accedan a problemáticas que los involucran en sentido pleno.



Los fenómenos emergentes de conflictividad social, como el *bullying*³ y la violencia escolar en general, así como el terrible flagelo de la trata de personas⁴, deben recibir un tratamiento adecuado en las escuelas, que tense y cuestione las visiones parcializadas y esquemáticas de los medios de comunicación social.

Para ello, además, es sumamente necesario que se implementen de forma consecuente y efectiva, las modalidades educativas que incorporan y dan tratamiento a la Ley de Educación Sexual Integral en las escuelas⁵. Las problemáticas de género, el cuidado de las personas, la elección de la identidad sexual y de libertades individuales deben dar lugar a debates, análisis y tratamientos pertinentes en las instituciones educativas, que establezcan miradas críticas, relevantes y suficientes y problematicen los recortes parciales, intencionados e interesados de la agenda mediática. El tratamiento mediático, impulsado por intereses singulares y criterios de producción discursiva no siempre coincidentes con el estatuto ciudadano de estas temáticas complejas, no puede reemplazar la discusión pública y consecuente que debe darse en las instituciones educativas sobre estos fenómenos emergentes. Los medios de comunicación social, no garantizan ni deberían pretenderlo, que la información y las valoraciones sociales que difunden, conformen prácticas ciudadanas, políticas públicas, tratamientos relevantes y discusiones pertinentes sobre estos problemas. Los medios, en particular los masivos, como vimos, estructurados por intereses comerciales y políticos, construirán siempre una mirada sesgada, parcial e interesada, más allá de cualquier efecto de sentido que los haga aparecer en la escena pública como portavoces e interlocutores privilegiados sobre las problemáticas consideradas.

En este sentido, es necesario investigar la relación entre medios y poder político.

Continuando con los aspectos nodales del espacio, vamos a considerar a los medios a partir de miradas antagónicas, negocios, poder y política.

3 Para una consideración legal de esta problemática véase la Ley Nacional N° 26892, "Para la promoción de la convivencia y el abordaje de la conflictividad social en las instituciones educativas" recientemente aprobada (11/9/2013)

4 Al respecto: Ley 26842. Modificación a la Ley 26364 "Prevención y sanción de la Trata de personas y asistencia a sus víctimas".

5 Se sugiere una lectura integral de la Ley de Educación Sexual Integral (ESI) N° 26150. Ministerio de Educación de la Nación. 2006

En las sociedades actuales los medios de comunicación masiva, es decir, la radio, la TV, los medios gráficos, las nuevas tecnologías, entre otras, han venido a instalarse definitivamente, reconfigurando el estatuto mismo de realidad y verdad.

Una multiplicidad de dispositivos, medios, soportes, formatos y específicas maneras de interpelar a las audiencias, se manifiestan tensionando a su paso las formas y percepciones del mundo que no hace medio siglo establecían nuestro “medio ambiente” de acontecimientos y hechos sociales. Los medios transmiten y distribuyen múltiples canales de información, interceden de manera significativa en la realidad política, social y cultural del mundo; a la vez son conformaciones privilegiadas en la adquisición de conocimientos y portavoces decisivos de las miradas dominantes del acontecer humano en las últimas décadas. Sobre todo para jóvenes y adolescentes.

En este contexto se requiere describir en detalle el amplio campo de influencia de los medios en la actualidad. También destacar y problematizar la escasa participación de los ciudadanos en la producción de sentido que los medios propalan.

En este esquema, es tentador adherir sin más miramientos a las visiones “apocalípticas”⁶ que ven en los medios de comunicación entidades omnipresentes y al público receptor como sujeto u objeto pasivo que recibe sin resistencias la ideología de tales medios. La teoría crítica y la teoría de la dependencia en comunicación enfocan estos procesos donde las agencias multinacionales, la diversificación expansiva de los medios, la instalación discursiva operante a partir de estereotipos y evidentes escenarios de legitimación a partir de una mirada exógena sobre la identidad latinoamericana, configuran todo un espectro de análisis, escritos e investigaciones.

Sin embargo, la linealidad y el reduccionismo de los esquemas, la pasividad que suponen en las audiencias y el sesgo ideologizante de época, en ocasiones provoca opacidad y cierres de sentido direccionados donde deberían observarse tensiones, debates y actualizaciones en el campo de la investigación social.

⁶ En su célebre artículo *Apocalípticos e Integrados*, Eco establece la clásica división entre los que ven en la cultura mediática, entre otras dimensiones culturales, una lectura crítica acérrima y aquellos teóricos que celebran y festejan las virtudes del nuevo escenario social conmovido por las nuevas tecnologías.

Lo opuesto no es menos falaz: los medios encarnándose como la garantía de las libertades individuales⁷, la voluntad de la opinión pública y fenómeno democratizador de gustos y preferencias. Esta visión candorosa presupone la inocencia mediática e inmoviliza la capacidad crítica de los receptores. Además configura un escenario donde el sesgo ideologizante se “manifiesta” por ocultamiento, veladamente en una supuesta neutralidad de intenciones. Aquí las teorías funcionalistas y sus derivas hacia el marketing político y la directividad de los sondeos y encuestas, dan cuenta de un espacio social, “apolítico”, “objetivo” y de naturaleza descriptiva. La investigación social, afortunadamente, ha dado demasiadas evidencias acerca de la intencionalidad ideológica, política y la carga de sentido que suponen estos modelos “asépticos y neutralizantes”

Por todas estas razones es necesario proponer, en clave de lectura crítica, la idea de desnaturalizar la comprensión mediática de ambas lecturas antagónicas y extremas. El espacio *Comunicación y Medios*, por ende, está dirigido a propiciar lecturas consistentes y críticas respecto de la particular manera en que los medios masivos configuran sus sentidos y producen mediaciones socio-culturales.

La naturaleza económica y empresarial de los grandes medios, sus alianzas y filiaciones ideológicas con ciertos poderes, la diversificación de su espectro de negocios, su adhesión acrítica u oposición acérrima a los poderes del Estado y a los gobiernos, establece todo un campo de naturaleza política, susceptible de un fuerte debate en las aulas. Se vuelve indelegable de parte de los docentes, problematizar los supuestos y los prejuicios, en las formas de “construir el acontecimiento” de parte de los medios. Y aun con mayor profundidad, evidenciar los procesos de constitución de la agenda mediática, el “filtro” de los temas de actualidad, y sobre todo el núcleo duro de los intereses mediáticos. En este último tópico se juega, por un lado, el posicionamiento de los medios como empresas económico-financieras, y en otro aspecto, el carácter de los medios en tanto usinas de fuertes y operantes sentidos ideológicos, políticos y valorativos de las distintas formas de ver, sentir y construir mundo⁸.

⁷ Discusión crucial de suma vigencia en nuestro país, sobre todo a partir del debate de la nueva Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual N° 26.522

⁸ Se sugiere al respecto la lectura atenta y contextualizada de la Ley de Servicios Audiovisuales N° 26.522- más conocida como Ley de Medios - para ponderar la normativa legal al respecto de este y otros tópicos que hacen a la regulación del espectro radioeléctrico, las licencias y titularidades y otros aspectos que en la actualidad son de interés público y se encuentran en plena discusión en el debate político.



En esta dirección, es necesario entonces, abordar la problemática de los medios en su diversificación empresarial atendiendo a los fenómenos de concentración económica en las figuras de monopolio y oligopolio, estrategias financieras de absorción o cambio de titularidad de medios, resistencias y estrategias en relación a las leyes e intervención en el escenario político y judicial para formar opinión sobre las políticas públicas de comunicación. También atender y dar cabida a los debates jurídicos y legales en relación a ciertos principios y garantías constitucionales con respecto a la libertad de prensa y su tensión con las nociones actuales de "libertad de empresa". Asimismo, será necesario establecer el papel del Estado en su política de medios, sus estrategias legales y su accionar político para reglar, subsumir o encauzar a medios de distinta naturaleza. Finalmente, indagar acerca del papel de las organizaciones, instituciones, agrupaciones, cooperativas y demás colectivos que han trabajado en el proceso de constitución de la ley mencionada, revisando, problematizando y definiendo el carácter social, sindical, de garantías y de derechos de la normativa legal.

Interesante será observar, entonces, el impacto tecnológico en la cultura mediática. Por ello, un capítulo aparte recibirá el fenómeno de las nuevas tecnologías y sus procesos y productos derivados, habida cuenta del particular espectro de objetos, lenguajes, retóricas, estéticas y estilos que la era digital despliega no sólo como símbolos referenciales de una nueva manera de comprensión y producción en los medios masivos, sino más profundamente como una novedosa y fundamental manera de percibir e interpretar un mundo plasmado a partir de nuevos escenarios simbólicos.

Las teorías vinculadas a la semiótica, la semiótica de los medios, y la sociosemiótica brindan la posibilidad de precisar la prolífica interactividad, hipertextualidad y fragmentación/recontextualización del contenido virtual en los medios. Las novedosas narratividades que posibilitan las TIC en los medios exigen un tratamiento que no se obture en las limitaciones de los enfoques tradicionales⁹.

Se estructura así, una nueva modulación epistemológica en la lectura de los medios, soportes y dispositivos, pero más aún en las nuevas modalidades para contar, interpelar y crear efectos de sentido en las audiencias. Además, se manifiestan fenómenos emergentes

⁹ Una propuesta interesante puede ser tomada de Carlos Scolari. En su sitio: Hipermediaciones. Conversaciones sobre la Comunicación Digital Interactiva, el especialista en Semiótica de los Medios, despliega contenidos específicos sobre comunicación digital y desarrolla interesantes nociones como la de Narratividades Transmedia, Digitalismo y Metatelevisión. Disponible en: <http://hipermediaciones.com/>

que vinculan redes sociales y medios, construcción de agenda con intervención de las audiencias, participación de ciertas comunidades de prácticas basadas en tecnologías para legitimar o producir discursividades mediáticas, negociación entre inteligencias colectivas e industrias mediáticas y virtualización de la realidad, sensibilizando los límites, antes claros, entre realidad y ficción. Se evidencia, asimismo, un escenario mediático conmovido por la multiplicación de pantallas y dispositivos en los hogares, portabilidad y ubicuidad con sistematización y operatividad de la información de cara a los contenidos virtuales y su relación con los *mass media*.

Estas modalidades de interacción entre empresas de medios, dispositivos y públicos, están cambiando velozmente el mapa mediático en la actualidad. Surge, entonces, en este contexto, la figura del *prosumidor* como un componente clave para el análisis mediático.

Este sujeto, ontológica y cognocitivamente novedoso, recrea el imaginario de un mundo donde desaparecen o - mejor - se reinscriben en otra relacionalidad, los clásicos lugares de emisor y receptor, fuentes y destinatarios o empresas de medios y audiencias. Así, el *prosumidor* se manifiesta como un sujeto portador de nuevas competencias comunicacionales, capaz de superar la mera recepción en carácter de usuario y transformarse a la vez en un productor de contenidos, evocando una utópica sociedad de iguales, donde todos podemos ser generadores de los discursos sociales.

Al respecto, teóricos como José Luis Brea, Manuel Castells, Alejandro Piscitelli o Henry Jenkins¹⁰, entre tantos otros, atienden y precisan la aparición de este nuevo personaje en escena, retomando los postulados iniciales de Alvin Toffler. Es necesario destacar que la figura del *prosumidor* no supone una desaparición de la cualidad y el estatuto de usuarios de las audiencias. En este sentido, no existe nada parecido a un modelo de resistencia y toma del poder en la conquista de los medios de parte de los ciudadanos políticos, en confrontación con los detentadores del poder y los propietarios de los medios de producción.

Desde otra arista en la observación del fenómeno, este nuevo mediador simbólico, se propone con un perfil de usuario con privilegios en la administración de contenidos y discursos sociales. Las potencialidades y capacidades proyectivas de su caudal

¹⁰ Autores transdisciplinarios que trabajan en las intersecciones entre comunicación, medios, tecnologías del aprendizaje y la comunicación, cultura mediática, sociología de los medios y otros espacios de debate académico y social.

transformador, están todavía por definirse, pero la modalidad diferencial de conmovir su carácter receptivo por un estatuto de “editor”, perfila al menos un escenario de menor desigualdad en el acceso y el tratamiento de los contenidos mediáticos y exige a las corporaciones resituar y proponer una modulación alternativa del contacto.

Cabe aclarar que muchas de estas líneas y temáticas de desarrollo tendrán su tratamiento específico en el espacio **Comunicación Digital** del 6º año del Ciclo Orientado.

Sin embargo, será necesario pensar en aquellos aspectos que podríamos configurar como el “más allá de los medios”.

Esta centralidad de los medios masivos de comunicación en nuestra vida cotidiana, en ocasiones, desborda discursivamente nuestras interacciones como sujetos. Sabemos, sin embargo que la comunicación social trasciende, y por mucho, su naturaleza mediática. La comunicación aparece plasmada en el cotidiano social en la denominada comunicación interpersonal y en los sistemas de codificación no verbal que con ella se complementan. Por otra parte, la diversidad de codificaciones y sistemas simbólicos de interacción a veces se materializan en lenguajes sujetos a codificaciones específicas de ámbitos concretos e instancias especializadas - como las señales de luces para aterrizaje aéreo, los faros en los puertos, el sistema *braille*, entre otros. En las interacciones cara a cara, evidentemente, intervienen los gestos, movimientos, usos del espacio social, aspecto exterior, mirada, entre otros aspectos, que constituyen formas de interacción complementarias e interrelacionadas con el lenguaje verbal y escrito.

Además, las instituciones sociales - de hecho los medios son una institución social entre otras - conforman espacios de interacción simbólica y estructuran complejos dispositivos codificados en normativas, en ocasiones explícitas, pero en mayor medida, a partir de “leyes” de acción subyacente, latentes o de difícil percepción. Sin embargo, son estos procesos - que hacen intervenir todos los aspectos del ser humano - los que constituyen la materialidad de sus prácticas sociales¹¹.

Claro está, además, que la cultura mediática no gira en vacío. Para comprender, a su vez, la heterogeneidad de los fenómenos involucrados, es necesario enmarcarlos en una esfera cultural que les de sentido y justifique su existencia. Por eso, es también fundamental

¹¹ Aspectos relativos a esta trascendencia comunicacional más allá del espectro de la cultura mediática ya fueron desarrollados en el espacio Introducción a la Comunicación del 4º año del Ciclo Orientado



pensar la comunicación en función de la historicidad que la constituye y legitima y en las matrices culturales que sustentan la globalidad de las acciones humanas.

Será necesario, por tanto, adentrarse someramente en las marcas culturales de nuestra época, que prefiguran, entre otras cosas, nuevos imaginarios y procesos de identificación cambiantes, sobre todo en los adolescentes que viven y experimentan la llamada sociedad posmoderna.

Es en este sentido que podemos pensar los particulares abordajes y enfoques que la comunicación habilita y valida para repensar los órdenes políticos, artísticos, estéticos y educativos en sentido amplio. Sólo así es viable animar el análisis de campos como comunicación y cultura, comunicación e instituciones, comunicación, arte y estética, comunicación y educación. Al respecto, el espacio curricular de 5° año, **Comunicación, Arte y Cultura**, comprende un abordaje que intenta dar respuesta y tratamiento a estas problemáticas sociales, culturas, históricas y políticas.

Desde esta apuesta epistemológica y pedagógica intentaremos abordar y orientar el tránsito comunicacional para los espacios específicos del 5° año del Ciclo Orientado.

OBJETIVOS

- ✓ Comprender conceptualmente el lugar de la llamada Cultura Mediática en la sociedad, en relación a otras dimensiones culturales
- ✓ Atender a la especificidad de la lectura comunicacional sobre los lenguajes, soportes y problemáticas de la Comunicación involucrados en la noción de Medios Masivos de Comunicación
- ✓ Distinguir y establecer categorías de análisis sobre los medios masivos de comunicación y los cambios producidos en las últimas décadas
- ✓ Historizar y analizar una genealogía de los medios masivos en el S.XX
- ✓ Comprender el valor e impacto de los estereotipos y otros fenómenos mediáticos que naturalizan esquemas de acción en el cuerpo social.
- ✓ Indagar y debatir en el marco del debate público generado por la normativa legal de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual



- ✓ Comprender mediante una lectura comunicacional las implicancias de la aparición de la figura del prosumidor en los discursos comunicacionales
- ✓ Analizar en profundidad las implicancias y alcances del impacto tecnológico en la Cultura Mediática.
- ✓ Producir discursos que tensionen el lugar de consumidor promovido por la Cultura Mediática
- ✓ Generar materiales y producciones comunicacionales que impliquen el trabajo a partir de lenguajes, soportes, canales, dispositivos y estilos de los medios masivos.
- ✓ Participar en espacios de creación y experimentación donde el motor lúdico y el goce estético movilicen y orienten la dinámica de trabajo.
- ✓ Producir, indagar y experimentar sobre materiales y recursos pedagógicos a partir del uso creativo de las Tecnologías del Aprendizaje y el Conocimiento.

EJES QUE ESTRUCTURAN EL ESPACIO CURRICULAR

Con el propósito de presentar los saberes a enseñar y aprender en este ciclo, se han establecido ejes que permiten agrupar, organizar y secuenciar anualmente esos saberes, atendiendo a un proceso de diferenciación e integración progresivas, y a la necesaria flexibilidad dentro del ciclo¹².

Además, se tomaron en cuenta, en la instancia de enunciación de los saberes, los criterios de progresividad, coherencia y articulación al interior del ciclo y con el nivel anterior.

“Proponer una secuencia anual no implica perder de vista la importancia de observar con atención, y ayudar a construir los niveles de profundización crecientes que articularán los aprendizajes de año a año en el ciclo” (CFCE-MECyTN, 2006: 13).

¹² Saberes: conjunto de procedimientos y conceptos que mediados por intervenciones didácticas en el ámbito escolar, permiten al sujeto, individual o colectivo, relacionarse, comprender y transformar el mundo natural y sociocultural.



En este marco, reconociendo la heterogeneidad de nuestras realidades como un elemento enriquecedor, el Estado provincial se propone la concreción de una política educativa orientada a desarrollar acciones específicas con el objeto de asegurar la calidad, equidad e igualdad de aprendizajes, y en consecuencia, garantiza que todos los alumnos alcancen saberes equivalentes, con independencia de su ubicación social y territorial. De este modo, la jurisdicción aporta a la concreción de la unidad del Sistema Educativo Nacional.

Desde esta perspectiva, los Marcos de Referencia para el Ciclo Orientado de la Educación Secundaria (2012) actúan como referentes y estructurantes de la elaboración de los primeros borradores de los Materiales Curriculares del Ciclo Orientado de la Educación Secundaria de la provincia de La Pampa.

En el espacio curricular **Comunicación y Medios** para el 5° año del Ciclo Orientado de la Educación Secundaria, se definen los siguientes ejes:

- ✓ Eje: La cultura mediática
- ✓ Eje: Los medios de ayer y hoy
- ✓ Eje: El lenguaje de los medios
- ✓ Eje: El impacto tecnológico en los medios

En una situación de enseñanza y aprendizaje, los saberes enunciados al interior de cada uno de los ejes pueden ser abordados solos o articulados con saberes del mismo eje o de otros ejes.

FUNDAMENTACIÓN DE LOS EJES

Eje: La cultura mediática

Esta singular manifestación simbólica y cultural se vincula a otras expresiones y problemáticas culturales, estableciendo nuevas configuraciones sociales. Es necesario así establecer cuáles son las problemáticas específicas del fenómeno en estudio y atender a las articulaciones con los conceptos de cultura popular, cultura de elite, cultura globalizada, campos del arte y la estética y campo científico.

Eje: Los medios de ayer y hoy

Es imprescindible conceptualizar y clarificar a qué conjunto de aspectos socio-tecnológicos y culturales en sentido amplio, consideramos como Medios Masivos de Comunicación. Se impone así la necesidad de discriminar, distinguir e historizar estos constructos sociales que hemos denominado “medios”, atendiendo, con especial énfasis, a la fotografía, el cine, la prensa gráfica, la radio, la televisión y las nuevas tecnologías.

Eje: El lenguaje de los medios

Los medios y su irradiación en la cultura mediática son posibles gracias a una serie de lenguajes, articulaciones entre tecnologías comprendidas como soportes y canales, dispositivos artefactuales y clasificaciones socioculturales que responden a lo que conocemos como géneros, formatos, estilos y retóricas. Es necesario indagar en estas formas que tienen los medios de materializar y hacer circular la producción de sentido implicada en los productos comunicacionales con los públicos.

Eje: El impacto tecnológico en los medios

En las últimas décadas - con especial énfasis en la que dejamos atrás y en la que estamos transitando - la tecnología aplicada a los medios de comunicación ha generado un impacto que conmueve el estatuto mismo de lo que conocemos como Medios Masivos de Comunicación. Al tratamiento sobre los medios ya tradicionales se suma la convergencia tecnológica que más que sustituciones implica un nuevo encauzamiento de las tecnologías convencionales de los medios hacia otras novedosas que permiten nuevos usos, modalidades, registros e interpelación a los públicos.

SABERES SELECCIONADOS PARA EL QUINTO AÑO DEL CICLO ORIENTADO DE LA EDUCACIÓN SECUNDARIA

Eje: La cultura mediática

La cultura mediática en su especificidad y en su articulación con otras dimensiones culturales.

Esto supone:

- ✓ Atender la especificidad conceptual y las implicancias del fenómeno en estudio.
- ✓ Indagar cómo se vincula la cultura mediática con otras manifestaciones culturales, precisando el análisis en las intersecciones y en sus implicancias sociales.
- ✓ Problematizar el debate sobre los estereotipos mediáticos y sobre la naturalización de esquemas de acción y comportamiento que los medios instalan sobre todo en las culturas juveniles
- ✓ Promover instancias y modalidades de trabajo donde los estudiantes generen producciones que tensionen críticamente el lugar de consumidor/usuario de medios.

Eje: Los medios de ayer y de hoy

El conocimiento específico e histórico de los medios masivos de comunicación.

Esto supone:

- ✓ Discriminar y distinguir entre los llamados medios de comunicación social, caracterizando y especificando sus particularidades y puntos en común.
- ✓ Comprender a los medios de comunicación como organizaciones con finalidades sociales, políticas, económicas y culturales en sentido amplio.
- ✓ Historizar en la evolución tecnológica de los medios, atendiendo a su vez a los cambios producidos en las formas de establecer contacto con las audiencias.

Eje: El lenguaje de los medios

El lenguaje de los medios como productor de sentido y generador de contacto con las audiencias.



Esto supone:

- ✓ Identificar los lenguajes, géneros y estilos, soportes y dispositivos de los medios masivos de comunicación
- ✓ Analizar el espesor metafórico y retórico de los lenguajes mediales, atendiendo a las estrategias formales y compositivas mediante las cuales se dirigen a las audiencias
- ✓ Profundizar sobre las formas en que las audiencias y los públicos son interpelados, y situados como tales, por los lenguajes de los medios
- ✓ Entender de qué modo los lenguajes de los medios participan en la producción de sentido y en los discursos mediáticos que circulan socialmente
- ✓ Promover espacios de generación de productos comunicacionales a partir del trabajo con los diversos lenguajes de los medios.

Eje: El impacto tecnológico en los medios

La convergencia tecnológica reconfigura el mapa multimedial y genera nuevas modalidades de contacto.

Esto supone:

- ✓ Pensar acerca de la convergencia tecnológica y su impacto en el estatuto mismo de los medios masivos de comunicación.
- ✓ Identificar cómo se reconfigura la relación entre corporaciones e industrias mediáticas y los actores sociales contemplados en las audiencias y los públicos.
- ✓ Comprender las formas en que los medios incorporan y resignifican información y contenidos generados y provistos por los públicos.
- ✓ Generar producciones comunicacionales atendiendo a nuevas posibilidades expresivas y formas de reposición y circulación a partir de la aplicación de nuevas tecnologías.
- ✓ Debatir, comprender y profundizar acerca de la implicancia de la figura del prosumidor en la nueva articulación de medios y audiencias.

ORIENTACIONES DIDÁCTICAS

Consideraciones sobre el tratamiento didáctico

Ya en el documento curricular para Introducción a la Comunicación¹³ del 4º año del Ciclo Orientado, establecimos una serie de criterios guías y coordinadas epistemológicas y metodológicas para pensar y definir las orientaciones didácticas. Vamos a contemplar nuevamente tales criterios generales y orientadores para el presente diseño.

Lo que sigue, entonces, se propone como un documento guía, una colección de repertorios posibles que sirva a los fines de generar itinerarios, recorridos y entornos de participación y producción en el aula y en otros espacios institucionales y/o comunitarios.

Se trata de presentar un mapeo de posibilidades, de articulaciones, de potenciales procesos que los docentes podrán aprovechar para materializar su propuesta educativa en la orientación Comunicación considerando una perspectiva integral.

Queremos despejar una duda desde el inicio. Como ya lo hemos observado, de ninguna manera se establece una prescripción rígida que defina las acciones e intervenciones sin posibilidad de adaptación.

Al contrario, cada docente puede configurar su mapa de saberes, enfoques, estrategias y diseños didácticos siempre que los mismos se inscriban en el campo comunicacional y den cuenta de las problemáticas vigentes que el mismo aborda e investiga. En este sentido, además, se debe atender a la articulación de los espacios específicos y de formación general que ofrecen una mirada general sobre el proceso formativo, estableciendo nexos, conexiones y criterios de correlatividad, relacionalidad, adecuación, gradualidad y proyección de los contenidos y propuestas año a año y en simultáneo con los espacios del mismo ciclo lectivo.

Nos referimos aquí a las articulaciones del espacio Comunicación y Medios de 5º año, con **Comunicación, Arte y Cultura** del mismo ciclo lectivo, con su articulación en relación a **Introducción a la Comunicación** de 4º año y su proyección de cara a su vinculación con los

¹³ MCE_DC2013_Introducción a la Comunicación. Puede consultarse en:
http://www.lapampa.edu.ar/MaterialesCurriculares/Documentos/CicloOrientado/MCE_DC2013_Introduccion_a_la_Comunicaci%C3%B3n.pdf

espacios *Discursos Periodísticos Orales y Gráficos, Comunicación Digital y Producción y Gestión de la Comunicación* de 6° año.

De esta forma, las intersecciones comunicación y medios y cultura mediática, historia de los medios, estética, arte, cultura y comunicación, impacto social de la comunicación, cultura popular y comunicación, comunicación y educación, comunicación institucional y otras posibles zonas de articulación están definidas en la estructura curricular de acuerdo a un criterio de graduación de la complejidad y secuencialidad año a año.

Sin embargo, tal criterio no inhabilita que cada docente en su proyecto anual de planificación o a partir de su propuesta en educación por proyectos, de su formación específica, de su contexto laboral o de la modalidad que elija, pueda afianzar y consolidar su proceso de trabajo en base a alguna de las intersecciones señaladas u otras posibles.

De esta forma, el docente tomará en cuenta sus propios criterios específicos a fin de definir la secuencia de “unidades curriculares”¹⁴ u otros modos de organizar los contenidos a enseñar.

Por lo dicho, lo que sigue debe ser tomado como un territorio significativo que ofrece elementos epistemológicos y metodológicos para ser considerados, seleccionados, recreados, articulados, y rediseñados de acuerdo a las competencias formativas de cada docente, en función de la naturaleza de la institución, la complejidad del escenario áulico o las características de los grupos de alumnos¹⁵.

Llegados a este punto, cabe una observación que ya realizáramos en el diseño de Introducción a la Comunicación y que aplica en un todo a este espacio curricular que estamos compartiendo. Creemos, que no sería recomendable la pretensión de querer abarcar todos los tópicos sugeridos para Comunicación y Medios. Se trata de que los alumnos profundicen y sistematicen algunos tópicos, temáticas, problemáticas y saberes

¹⁴Se entiende por “unidad curricular” a “aquellas instancias curriculares que, adoptando distintas modalidades o formatos pedagógicos, forman parte constitutiva del plan, organizan la enseñanza y los distintos contenidos de la formación y deben ser acreditadas por los estudiantes”. En: Lineamientos Curriculares Nacionales para la Formación Docente Inicial. Documentos de Formación Docente. Documento Aprobado Resolución N° 24/07. CFE. Ministerio de Educación y Cultura de la Nación, 2007. pp.22

¹⁵ A propósito de lo grupal, Marta Souto advierte de cara a su complejidad: “Los grupos pasan de ser un objeto discreto a ser un campo de problemáticas a estudiar, la pregunta acerca de qué es un grupo se reemplaza por la de qué atraviesa lo grupal y allí se hace necesario recurrir a distintas teorías y disciplinas”. Ver Souto Marta. Cap III Lo grupal. La grupalidad y los grupos en las situaciones de enseñanza, pp 51. En: Hacia una didáctica de lo grupal (1993)



complejos del escenario comunicacional con especial énfasis en la cultura mediática y los medios como constructos culturales específicos. Sin embargo, y dada la intención de profundizar en el análisis, conservamos la advertencia al respecto de querer abarcar y contener la totalidad de los recorridos que serán listados en las orientaciones didácticas como temáticas específicas, pertinentes y relevantes del campo. Decimos que de todas maneras, cada repertorio de selección de parte de los docentes, deberá prestar atención a que su recorte no se limite de tal manera que su parcialidad e insuficiencia conlleven la pérdida del sentido de integralidad de la orientación y/o del espacio curricular. Entonces, ni la pretensión de querer abarcarlo todo, ni la parcialidad de un recorte demasiado sesgado que obture la posibilidad de trabajar diversas temáticas y problemáticas del campo. La finalidad se consolidará en la consecución de un sano equilibrio, de una construcción cuyas posibilidades contemplen una diversidad de escenarios y contextos pero sin deriva hacia una saturación de contenidos que extienda el universo del campo hasta límites que no guarden coherencia con los objetivos de la orientación en general y del espacio en particular.

Una vez más, y a partir de esta aclaración se presenta un mapa de opciones y recorridos posibles, que como observamos anteriormente, cada docente podrá explorar y articular siempre que observe y persiga un equilibrio pertinente y consecuente con las características inherentes al campo comunicacional.

Sobre las coordenadas metodológicas y epistemológicas del campo. Las claves de producción y los campos de inserción

De acuerdo a una perspectiva eminentemente cualitativa en su concepción metodológica y próxima en su constitución a los postulados de la llamada perspectiva de la investigación-acción¹⁶, vamos a indicar distintas configuraciones claves que oficiarán como mojones y orientadores del sentido de las prácticas formativas que queremos establecer como marco de acción pedagógica para el campo comunicacional. Asimismo vamos a dar inscripción a estas claves de acuerdo a distintas dimensiones y ámbitos de desempeño que los delimitan y contienen.

¹⁶ Para una comprensión de las implicancias de la investigación-acción en educación véase ELLIOT, John. *“La investigación-acción en educación”*. Ed. Morata, Quinta Edición. Madrid, 2005



Tales claves pensadas como formas de acceso e intervención para las orientaciones didácticas observan, además, un correlato, no mecánico pero si pertinente, con las objetivos, ejes y saberes desplegados en la Fundamentación para el espacio Comunicación y Medios.

Las claves:

Lo racional e interpretativo

El poder y sus tensiones

Las emociones y empatías

Lo sensible estético

Es claro que tales claves así pensadas no configuran ordenes privativos y que cada espacio da cuenta de sus articulaciones con los restantes. Se trata de precisar los énfasis y las cargas de sentido en cada uno sin deslindar los componentes de las demás.

Las dimensiones y ámbitos de inserción en los que las claves transitan y definen sus implicancias pedagógicas son:

Lo ideológico

La historicidad

Lo social

Lo cultural

LAS CLAVES

Así vamos a definir una **clave racional e interpretativa**, es decir, reflexiva y analítica que se fundamenta en un saber comprender, interpretar, discriminar y desagregar, cotejar y comparar, vincular, integrar y relacionar. El sentido de la mirada crítica e indagadora, lo pensable, lo racional y los criterios lógicos y sistemáticos de la relación teoría y práctica, se juegan en este terreno. Una perspectiva epistemológica y su fundamentación en una teoría de la comunicación conforman el sentido de esta clave que delimita el campo.

Articulada a la anterior pero perteneciente a un orden con caracteres diferenciales vamos a identificar la **clave del poder**. El conocimiento es poder y las articulaciones, diferencias y posiciones en el campo establecen las posibles configuraciones entre relaciones simétricas y asimétricas, derivadas directa o indirectamente, subordinadas o dominantes, subsidiarias y demandantes, ostensibles o veladas, patentes y latentes. Se trata de situar un juego de articulaciones que produce efectos de sentido en un campo determinado y dominado por la lógica del conflicto de intereses. Consideramos el espesor y pertinencia del conflicto pensado en tanto dimensión constitutiva, propositiva y positiva y no tomado en su sentido como negatividad.

El espesor de lo histórico, lo ideológico, los posicionamientos, la suma y articulaciones de fuerzas y el juego de los intereses y las tensiones condensan y dan presencia efectiva a este campo de acción e intervención.

Un orden complementario y a la vez distintivo se establece al pensar **la afectividad y el territorio de lo emotivo**. Pensamos en las relaciones que se juegan mediante simpatías y empatías, afinidades y filiaciones.

En este territorio el motor de lo lúdico, la fruición, el disfrute y el gozo categorizan y define los límites del campo. Este territorio clave no evade necesariamente el conflicto pero lo resitúa en un escenario cuyo espesor y potencia se juegan en la materialidad de un sentido de lo afectivo como criterio impulsor y sensibilizador. Esta materialidad situada en lo afectivo favorece un juego de efectos que se orientan al placer de lo corporal y la libertad de sus desplazamientos en el espacio, del vínculo relacional y empático, el compartir y sentir la efectividad de una energía con otros y para otros, colocando en su accionar las preferencias, el gusto, las elecciones y las emociones para constituir el sentido sensible del campo.

Finalmente, y vinculada preferentemente con la clave anterior - aunque relativa a todos los campos - se juega **el territorio de lo sensible estético y la creatividad** como potencia motora de un saber hacer. Este saber hacer se manifiesta en el juego de las creaciones y recreaciones, la plasticidad de las formas, la fluctuación y la intertextualidad de textos, la exploración en la experimentación con los soportes y las distintas técnicas, la materialidad de lo simbólico y el terreno de las representaciones. Esta clave coteja en su constitución el espesor de la poética en sentido amplio, el universo de la capacidad metafórica, las distintas modulaciones retóricas y las marcas estilísticas propias del campo artístico y estético.

LAS DIMENSIONES Y ÁMBITOS DE INSERCIÓN:

Lo ideológico es una dimensión constitutiva de cualquier aspecto humano y por lo tanto su ámbito de inserción hace al territorio de todos los discursos, ideas, cosmovisiones y cosmogonías. Las claves arriba señaladas se insertan y cobran significatividad a partir de esta dimensión que ordena, clasifica, orienta y configura los sentidos que creamos y las posiciones que adoptamos en comunidad.

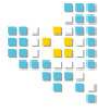
La historicidad es también una dimensión constitutiva de cualquier orden de lo humano. Todos los procesos sociales se inscriben en una historicidad que sitúa sus desarrollos y devenires, que da cuenta de las continuidades, las rupturas, la pluralidad de los acontecimientos humanos y las miradas y procesos que los definen como tales.

Lo social hace a todo el espesor eminentemente humano, es decir, a su sentido gregario, a la necesidad de concebirse en un nicho institucionalizante, contenedor y regulado por distintas normas, en las manifestaciones humanas en sentido colectivo, en su despliegue y en sus interrelaciones. También, y consecuentemente, en su adecuación a un territorio material, histórico y colectivo que trasciende cualquier subjetividad individual.

Lo cultural aparece en esta lógica como dimensión de lo social en acto, como factura antropológica que define su quehacer, su ocupar un territorio material y simbólico, la reestructuración dinámica del orden de lo cotidiano, la apropiación y actuación de las creencias, del legado social e histórico, de lo trascendental, de sus idearios y cosmovisiones, de lo cognoscible y lo incognoscible, además de la materialidad del quehacer artístico, técnico, organizativo y tecnológico.

Otra vez, queda claro que al situar estas dimensiones sólo lo hacemos en términos analíticos y que es imposible y sin sentido, un intento de separación y demarcación cerrada y reduccionista de lo real. Estas dimensiones y ámbitos de inserción se juegan en sus cruces, intersecciones y modulaciones y en sus territorios transitan las claves aludidas anteriormente.

Por lo mismo, en la articulación de las claves y dimensiones con los objetivos, ejes y saberes, resultaría ocioso buscar un correlato exacto y prescriptivo. Más bien, la articulación debe pensarse como el accionar de una serie de coordenadas de carácter metodológico que guardan coherencia con aquellos aspectos nodales de la fundamentación del espacio.



Visto así, los ejes **La cultura mediática**, **Los medios de ayer y de hoy**, **El lenguaje de los medios** y **El impacto tecnológico en los medios**, así como los saberes de ellos derivados, observan una adecuación metodológica y epistemológica con las claves y dimensiones desarrolladas.

Así, las claves de lo racional y del poder, lo emocional y lo estético, en su anclaje en las dimensiones de lo ideológico, la historicidad, lo social y cultural fundamentan y sustentan los ámbitos donde los ejes y saberes del espacio Comunicación y Medios cobran significatividad pedagógica.

ITINERARIOS Y TEMÁTICAS POSIBLES DEL CAMPO COMUNICACIÓN

Atendiendo a este espacio de desarrollo, vamos a establecer posibles itinerarios pero también especificar ciertas temáticas del campo que son de necesario tratamiento y una serie de herramientas didácticas y actividades que podrían considerarse para el desempeño en el aula. En esta dirección siempre vamos a tener presente los contenidos, estrategias didácticas y criterios metodológicos que adoptamos a la hora de pensar el espacio Introducción a la Comunicación de 4º año.

Los medios masivos de comunicación (MMC).

En este tópico seminal del campo de la comunicación se podrá trabajar con proyecciones, cuadros y mapas conceptuales en un primer intento por identificar las características básicas de la prensa gráfica, la radio, la televisión y algunos medios complementarios y soportes auxiliares de los medios masivos como son los aportes de la fotografía, el cine, el comics, el diseño gráfico y eminentemente visual, los teléfonos y otros dispositivos de conexión, transmisión o registro.

Mediante cuadros del tipo *Cmap*, se podrían establecer las características singulares que los constituyen como tales, los puntos en común y los aspectos diferenciales. El docente también deberá establecer un apunte para el aula y trabajar con bibliografía específica y orientada al tratamiento de los MMC.

En el mismo sentido, con fragmentos extraídos de medios nacionales, internacionales, históricos (de archivo), base de datos o contemporáneos, el docente podrá graficar e

ilustrar las modalidades de producción de cada medio atendiendo a sus ventajas y debilidades en tanto medios, a su forma de interpelación a las audiencias, a sus modos de registro, a los dispositivos empleados y a la estructura de servicios que cada medio brinda en relación a los contextos donde las emisiones se produjeron. Por otra parte, aplicaciones como *Spicynodes* pueden ser muy útiles a la hora de guiarlos por un recorrido que se enfoque por un lado en los aspectos específicos de cada medio y que pueda a su vez dar una idea de integralidad del espectro mediático. Se debe comprender este apartado como una primera aproximación al campo de los MMC para establecer tratamientos más orientados y específicos de cada medio, a medida que avance el ciclo lectivo.

Los medios como empresas. Estructura y composición

El docente podrá trabajar con un material escrito preparado o con fuente en bibliografía específica estableciendo una mirada integral de los medios en tanto su composición societaria, su carácter público o privado, sus características de servicio de tipo comercial, comunitario, temático, ligado a un sector, etc., su estructura artefactual y base técnica y tecnológica y su composición en tanto servicios asociados.

Para ello se podrá tomar un medio en particular, representativo de cada uno de los tipos de medios (gráficos, radiales, televisivos) y cotejar los aspectos señalados. Posteriormente se podrá establecer la articulación de medios de distinta naturaleza para observar cómo estos se ligan, fusionan, articulan, absorben o desaparecen en función de los intereses comerciales, corporativos o de otra índole, que los vinculan. Se sugiere para análisis más adecuados, la visita a los medios locales, previo trabajo de indagación sobre los mismos.

Los alumnos podrán asistir a las empresas de medios munidos de guías de observación, dispositivos de registro sonoro, fotográfico y fílmico, entrevistas en profundidad preparadas para algún responsable o editorialista, cuadros de referencia sobre constitución empresaria y otros elementos de análisis y observación.

Asimismo, sería deseable que el docente a cargo haya acordado con la empresa de medios, alguna actividad de tipo participante como por ejemplo la salida al aire en el programa de radio o televisión, o la asistencia a un periodista que vaya a cubrir un evento, etc.

En un trabajo posterior, el docente podrá cotejar y comparar lo observado y analizado en el medio local con un mapa de medios nacionales, mediante aplicaciones como el *Prezi* o



el *Spicynodes*, para dar cuenta de las diferencias estructurales entre medios de una ciudad o comuna y los de tirada o cobertura en todo el país. Por caso, cómo un medio a nivel nacional establece un espectro de radiodifusión amplio con repetidoras, antenas satelitales, o cómo puede generar productoras propias o vincularse a otras existentes desplegando productos comunicacionales de sólida factura en relación a las producciones locales, con sus virtudes y sus limitaciones.

Otra actividad de interés estará en leer la letra de la Ley de Servicios Audiovisuales N° 26.522, a fin de conocer las definiciones que allí se establecen para conocer los términos técnicos específicos que se asignan en cada caso. De esta forma aspectos técnicos como frecuencia, señal, estación, repetidora, titularidad entre otras, podrán ser discriminados por los alumnos, situando en los medios analizados la correspondencia entre los términos y los aspectos involucrados.

Los medios y el poder

En este tópico crucial del espacio, el docente a cargo podrá establecer mediante lecturas de prensa en el aula, visionado de fragmentos televisivos, o escuchas radiofónicas, análisis de editoriales a fin de conocer las versiones sobre la actualidad mediática que se vive en el país. Para ello se podrá auxiliar con proyecciones y/o presentaciones del tipo *Cmap*, *Power Point* o *Prezi*, ofreciendo una mirada integral sobre el mapa de medios a nivel nacional y discriminando las zonas de influencia, la concentración de medios en las grandes ciudades y las articulaciones estratégicas que los mismos despliegan para fortalecer su espectro de radiodifusión.

Será relevante cotejar segmentos editoriales preparados por el docente, donde se expongan en su diversidad y pluralidad los diferentes puntos de vista sobre el poder de los medios.

Nuevamente la normativa legal sobre los medios audiovisuales será un aporte fundamental para establecer debates organizados mediante moderadores, críticos y defensores de ciertas posturas puestas en discusión. Este tópico es de particular interés ya que en este caso se involucra el tratamiento que hacen los medios sobre la propia ley que los regula, estableciendo un escenario mediático de intereses tan signados que por sí mismo constituye un hecho histórico de amplia repercusión y trascendencia. En este contexto, será interesante cotejar distintas implicancias derivadas del derecho a la información y las

figuras del derecho a réplica; así también indagar en los modos en que la censura adopta las formas de la autocensura o como la censura fundamental se materializa en posibilidades inexistentes de acceso a la información y la comunicación.

También será necesario observar en trabajos domiciliarios los informes, programas, criterios de programación, debates entre otros géneros y producciones, como por ejemplo, la cobertura en tiempos electorarios, para dar cuenta de cómo los medios establecen lecturas posicionadas y situadas sobre el acontecer social. Una tarea siempre pertinente para el conocimiento de los poderes en pugna en el escenario mediático es observar el tratamiento diferencial que realizan los distintos medios sobre un mismo acontecimiento. Sobre todo cuando la noticia involucra marcados componentes ideológicos y políticos. En este sentido, el análisis editorial, de tapa, tipográfico, el empleo de fotografía, la organización de la superficie redaccional, la configuración de la pantalla televisiva o los modos, tonos y recursos sonoros en las emisiones radiofónicas, serán fuentes privilegiadas para indagar sobre las formas en que los distintos medios constituyen el sentido y tratan de orientar la opinión pública en función de sus intereses.

También será interesante evaluar la importancia de recursos gráficos, cuantificaciones y enumeraciones, tablas o tortas que interpretan sondeos, infografías, imágenes trucadas, estilos de edición y otros modos de intervenir sobre los discursos mediáticos, en tanto estrategias para persuadir a las audiencias.

La cultura mediática y sus implicancias con otros órdenes culturales.

Esta particular temática es de vital importancia para entender cómo se construye el sentido de lo real en la actualidad. Para ello es necesario establecer lo particular de la cultura mediática pero también sus articulaciones con otras esferas culturales, con especial atención a los conceptos de cultura de elite, cultura popular, campo científico y del conocimiento y campo del arte y la estética.

Una vez más, aplicaciones como *Cacoo*, *Cmap*, *Prezi*, *Spicynodes* y otras podrán ser utilizadas para establecer presentaciones y articulaciones entre las esferas involucradas. Así también instrumentos o dispositivos didácticos en las modalidades vivenciales de “*qué veo, qué pienso, qué siento*” para indagar sobre las apreciaciones simbólicas de los alumnos sobre los productos comunicacionales que la cultura mediática irradia. Un dispositivo en particular puede ser de interés para este tratamiento. Nos referimos al

observatorio de medios, que permite un monitoreo de programación en función de seguir temáticas de interés para la indagación y lectura crítica de estos aspectos.

Por caso, para analizar la naturalización de ciertos estereotipos actuantes sobre todo en la cultura juvenil, estableciendo rasgos de constitución, formas de generación, estrategias involucradas, modalidades de interpelación de los medios, entre otras. Por caso, evaluaciones sobre las tiradas de revistas adolescentes que cristalizan en fenómenos publicitarios pero bajo el modo de “noticias”, fijando la aparición de estas “publinotas” como géneros propicios para atraer audiencias y potenciales consumidores. Un ejemplo “a la carta”, podría ser el análisis sobre el fenómeno de los “conductores” adolescentes de programas televisivos, atendiendo a cómo el énfasis recae en lo pático y el lenguaje corporal por sobre las competencias comunicativas vinculadas al quehacer profesional. Otro aspecto para indagar mediante el *observatorio de medios* se encuentra en los modos en que se constituye la autolegitimación mediática.

Así, es posible atender a los programas del género espectáculos (en la actualidad enmarcados en el mote de “chimenteros”) o en los *reality show*, que instalan el escenario mediático en la cotidianeidad de las audiencias conmoviendo las tradicionales demarcaciones entre lo real/ficcional y lo público/privado y pulverizando las mínimas nociones de intimidad. Además, establecer una mostración sobre cómo se produce la retroalimentación de contenidos de los medios que hablan sobre los medios, estableciendo las repercusiones mediáticas autogeneradas como acontecimientos en sí mismos.

Otros criterios metodológicos a la hora de evaluar las interacciones entre la cultura de los medios y otras esferas culturales se pueden establecer en la lectura mediática en clave crítica sobre las nociones de “arte”, campo científico, ámbitos educativos y culturas de elite o populares.

Indagando en los formatos de ficción y observando cómo se construye la figura del “trabajador”, del “empresario”, del “macho”, del “exitoso” Así también indagar qué tratamiento reciben las “problemáticas de género”, la estigmatización orientada hacia las culturas originarias, las identidades sexuales trans y *queer*, las manifestaciones de sectores vulnerables y marginales encasilladas en términos como “piqueteros”, así como otras formas de tratamiento mediático sobre categorías tradicionales como las de clase, status social y otras nominaciones nada ingenuas, cristalizadas en productos comunicacionales. Otra aproximación relevante sería observar el tratamiento publicitario en la construcción de imaginarios sobre “lo científico”, “lo educativo” y “lo artístico”, evidenciando la

parcialidad de estas construcciones en contraste con observaciones empíricas en los ámbitos concretos y materiales.

Mediante los constructos mediáticos de “*profiles*”, o perfiles y portfolios, se podrían trabajar fichas que den cuenta de los rasgos característicos de tales identidades mediáticas, indagando en los modos en que se expresan las fortalezas y debilidades de los protagonistas de los medios y la forma en que se delimitan los “*targets*” en el juego conflictivo de inclusión/exclusión.

Otra modalidad interesante es observar las articulaciones e imbricaciones entre cultura popular y cultura mediática, dando cuenta de cómo tópicos, modos, decires, sociolectos y comportamientos de la cultura popular son absorbidos y resignificados por los medios para luego irradiar discursos mediáticos de alta eficacia en géneros ficcionales o publicitarios. Es interesante observar posteriormente, la forma en que tales constructos mediáticos asignan o pueden definir tendencias, estilos e improntas hacia las audiencias y cómo pueden cristalizar en aspectos performativos del comportamiento social, en un juego de interrelaciones e interdependencias entre la cultura mediática y la cultura popular.

En esta misma dirección, se podría trabajar el concepto de industria cultural y evaluar como fenómenos populares como “cumbia villera” o el hip hop, son asimilados por distintas estrategias mediáticas.

La evolución histórica de los medios

Para trabajar en una genealogía elemental de los medios masivos de comunicación podremos contar con un apunte introductorio que establezca una periodización básica de los medios masivos.

Un recorrido posible podrá dar inicio en la prensa gráfica del S. XVI y las nociones seminales de opinión pública y tribuna política hasta llegar a las expresiones masivas de los medios del S XX y su influencia simbólica en la cotidianeidad y en la colonización del ocio. Para empezar, sería interesante cotejar mediante material de archivo el análisis de los primeros periódicos europeos, pero también de procesos constitutivos como las primeras publicaciones de la prensa gráfica en el Río de La Plata, el nacimiento de las grandes agencias de noticias, la infraestructura global de las conexiones telegráficas o mediante

cables transoceánicos, entre otros adelantos que permitieron la difusión de las noticias a nivel mundial.

Un somero estudio sobre las primeras invenciones referidas a los daguerrotipos y al mundo de la fotografía, así como de los inicios de la cinematografía en relación a una serie de juguetes ópticos y experiencias técnicas concurrentes, y claro está, del teléfono de Bell, podrá tratarse mediante proyección en pantalla mediante una galería de imágenes.

Allí será relevante destacar los avances técnicos y tecnológicos en el campo de la maquinaria, los procesos químicos y físicos que hicieron posible la impresión fotográfica de la imagen, la irradiación de ondas sonoras por cables y la sucesión de imágenes fijas que dan la sensación de movimiento y pasaron de proyecciones individuales a las grandes pantallas del cine.

En este recorrido histórico deberá tener especial tratamiento el inicio de las experimentaciones sonoras bélicas a partir del italiano Marconi y la experiencia pionera de radiodifusión en Argentina que pasó a la historia a partir de la emisión de los llamados “*Locos de la Azotea*”.

Con aplicaciones como *Cronos*, una línea de tiempo interactiva, fichas de trabajo por medios, mapas dinámicos del estilo *Spycinodes* o presentadores como *Glogster* o *Prezi* se podrá visionar mediante imágenes, videos y otros materiales multimediales, una secuencia histórica que indique los adelantos, procesos, circunstancias, inventores y marcos culturales de la época, a fin de que los alumnos visualicen los hitos y procesos que hicieron a la generación de los medios masivos, sus evoluciones, cambios y convergencias tecnológicas.

Otra herramienta metodológica de rigor podría ser el “estudio de caso”, a partir de analizar las circunstancias propias de un medio particular en un país, atendiendo a su origen como medio, sus vicisitudes históricas, sus progresos técnicos y su consolidación como medio masivo, mediante procesos de industrialización y sistematización organizacional y de la infraestructura necesaria.

Otro aspecto propio de la historia de los medios, podría referir al impacto en la cultura política de una época. Por caso, sería interesante cotejar films como *Citizen Kane* o *La Guerra de los Mundos* con otras más actuales como *The Truman Show* o *Actividad Paranormal* para dar cuenta del impacto de los medios en contextos situados, la

irradiación simbólica, las apropiaciones por parte de los usuarios y otros aspectos de interés¹⁷.

Así será factible establecer un análisis comparado entre los medios del S XX, en perspectivas como las de Eliseo Verón (1983), por caso, para analizar la configuración de los cuerpos y del eje de la mirada que establece el conductor de noticieros en la televisión francesa de los 80, en relación a fenómenos actuales como los de la producción casera, la autonomización y reciclaje de las emisiones y la irradiación masiva de los videos en *Youtube* o *Vimeo*.

Lo importante, en todo caso, será que las tareas cuenten con una base teórica de referencia, pero que además permitan el trabajo analítico en el marco metodológico de la investigación-acción y las modalidades prácticas del tipo taller, reforzando el trabajo de los alumnos en experiencias concretas, producción y experimentación de contenidos comunicacionales, análisis de casos singulares, comparaciones y articulación con las problemáticas políticas, culturales y sociales de una época.

En este sentido, un tratamiento oportuno y relevante, exige una serie de estrategias sustentadas en una equilibrada y propicia articulación de teoría y práctica, que permita que los alumnos comprendan las ideas, conceptos y categorías de pensamiento y reflexión sobre la evolución de los medios, pero a partir de vivenciar, experimentar e intervenir a partir de materiales, diseños y producciones de carácter concreto. De esta forma, un proyecto con edición de videos, cortos, técnicas como *stop motion*, fotonovelas, historietas o *radiocomix* pueden resultar formas propicias y alentadoras para el trabajo en clase y en tareas extracurriculares.

Los lenguajes de los medios masivos de comunicación

Llegados a este punto, será del todo relevante trabajar mediante fragmentos de discursos de los medios atendiendo a la composición y modalidad de enunciación y circulación de los mensajes en observación.

¹⁷ Entre otros films propicios para el trabajo en el aula sobre aspectos comunicacionales y/o periodísticos, se podrían sugerir: *La Naranja Mecánica*, *El día de la Marmota*, *El Viento se llevó lo que*, *El informante*, *Primera Plana*, *El Cuarto Poder*, *A sangre fría*, *Interview*, *Asesinos por Naturaleza*, *L.A Confidential*, *Desaparecido*, *Sucedió Mañana*, *Juan Nadie*, *Network*. *Un mundo implacable*, *Ciudad de Dios*, *El gran carnaval*, entre otras.

Así se podrá trabajar en dispositivos de tipo taller con textos escritos de la prensa gráfica, atendiendo a la composición en las columnas y los blancos de página, uso de encabezado y bajada, tipos, géneros, formatos y estructuras periodísticas, análisis formal en la redacción, criterios sintácticos, gramaticales, semánticos y morfológicos, uso de estilos tipográficos en las tapas de los diarios y revistas, características de frecuencia y tirada en la prensa gráfica mediante fichas o planillas de monitoreo de frecuencia, uso de la fotografía de acuerdo a las funciones periodísticas en diarios y semanarios, así como otros temas de interés para indagar en los medios gráficos. Una forma de alentar el trabajo concreto podrá ser la elaboración de la revista escolar, el mural escolar o el *blog* periodístico del curso.

En otra instancia se podrá establecer un análisis de separadores, cortinas y otros elementos de artística en radio, uso estratégico de los efectos sonoros de acuerdo a género y formato, experiencias de escucha de ambientaciones de sonido, evocación de climas psicológicos, naturales o artificiales, trabajo a partir de planos sonoros para introducir elementos narrativos o de ficción, simulaciones de producción y operación radiofónica, edición de materiales sonoros en géneros radiofónicos a partir de aplicaciones como *Audacity* u otras de software libre.

De esta forma, se podrán generar fragmentos o pruebas de emisiones para programas de tipo *magazine*, o informativo, de entretenimiento, o los de distintos géneros musicales, indagando a la vez, en criterios de programación, publicidad institucional y postura editorial del medio. Para ello, los alumnos podrán realizar experiencias situadas y orientadas en tanto escuchas o audiencias, ya sea en clase como a partir de tareas domiciliarias y en salidas y visitas a medios locales.

En relación al lenguaje audiovisual se podrá establecer una visualización y escucha, a fin de indagar sobre estructura y uso de la pantalla en diferentes géneros televisivos, observando una variedad de recursos visuales como animaciones en pantalla, logos o isologos de identidad e imagen del medio, cuadros, infografías o reconstrucciones 3D, archivos textuales digitalizados e intervenidos como mostración de prueba judicial, uso de gráficos para ilustrar porcentajes y/o sondeos, utilización de estilos tipográficos, distribución espacial en el diseño visual, uso de *crhoma key* y fondos estilizados, iluminación y escenificación del espacio, *inserts*, zócalos, división de pantalla, estructura del plató y la utilería, además de la batería de recursos sonoros como cortinas y cortinillas, separadores, identificadores de sección o inicio de pauta publicitaria, registros de

ambiente, en vivo o estudio, musicalización, efectos sonoros de resalte, escritura musical a partir de ritmos, pausas y silencios, música de fondo y acompañamiento, entre otros.

Por caso, se podrá identificar y analizar las publicidades televisivas, sus estilos y formatos, recursos y modalidades de penetración en el espacio del programa, la racionalización y organización del tiempo de acuerdo a la importancia del medio y horario con especial atención a los franjas *prime time*, etc., observando también los indicadores de audiencia a partir de estrategias como el *rating* en televisión, atendiendo a las entidades privadas que los regulan, ejercitan y, en ocasiones, manipulan.

En este orden, será también relevante una introducción a la temática del *zapping*, la segmentación de las audiencias y las nuevas formas de recepción televisiva que provocan, sumado al efecto de multiplicación de pantallas en los hogares, un nuevo régimen escópico, al decir de José Luis Brea¹⁸.

Finalmente, será de interés cotejar mediante análisis comparativo de casos, las características del lenguaje audiovisual en cine, en televisión, en el video clips y en las plantillas Web de Internet, dando cuenta además de la articulación y sincronización de las imágenes con su correlato sonoro.

Finalmente, se podría asumir como eje del análisis de las características y singularidades de los lenguajes mediáticos, los modos que adopta lo narrativo, es decir, la forma en que los medios construyen un relato y le dan verosimilitud, sea en un noticiero, una telenovela, una publicidad o un *reality*, entre otros géneros ficcionales y no ficcionales.

Lo importante es que los alumnos entren en contacto directo con los componentes materiales de los lenguajes de los medios, reflexionando sobre las características de emisión por un lado, pero también sobre las condiciones de recepción de los discursos mediáticos que afectan e involucran centralmente a las audiencias.

De forma genérica y común a todos los lenguajes, será de especial interés promover experiencias de escucha colectiva de programas de interés público y/o cultural. Otro recurso podrá ser la participación en asambleas para análisis del uso del espacio

¹⁸ BREA, José L. “Cambio de régimen escópico: del inconsciente óptico a la e-image” En: *ev Estudios Visuales* N° 4. Enero de 2007. Disponible en <http://rev.estudiosvisuales.net/pdf/num4/JLBrea-4-completo.pdf>

redaccional o visual mediante imágenes en gran formato, por ejemplo con publicidades gráficas de películas cinematográficas. También alentar espacios de discusión sobre apreciaciones estéticas de acuerdo a uso y función de ciertos recursos según objetivo, visionado de *films* que ilustren modalidades y ámbitos de trabajo, por ejemplo, rodajes que muestran el detrás de escena de los medios, uso de animaciones o técnicas como el *stop motion*, *fotonovelas*, *emoticons* o arquitecturas visuales y geocalizadores satelitales, o del mundo del *comics* estático o animado para atraer a las audiencias.

No debemos olvidar, en la tarea, dar cuenta de las formas en que estas modalidades productivas de los medios generan discursos mediáticos hiper elaborados, cómo se provocan, promueven o despliegan lecturas ideológicas, políticas y simbólicas, situadas en contextos específicos y orientados a construir la materialidad discursiva de nuestro mundo actual.

Para este tratamiento se podrían mostrar informes a caballo entre lo ficcional y el género *no fiction* o documentales del tipo *Operación Masacre*¹⁹, *Bowling for Columbine*²⁰ o *The Revolution Will Not Be Televised*²¹, entre tantos otros, a fin de dar cuenta de cómo los acontecimientos sociales se resignifican en los medios, la mayoría de las veces de forma velada para esconder, opacar o disimular las finalidades políticas e ideológicas que los sustentan.

¹⁹ El film *Operación Masacre*, dirigido por Jorge Cedrón en 1973, es una adaptación del título literario homónimo: *Operación Masacre* de Rodolfo Walsh. Ediciones de la Flor, Buenos Aires 1957. El magistral libro relata los fusilamientos a una serie de militantes peronistas y vecinos ocasionales en un basurero de León Suárez de parte de verdugos de la Dictadura de Onganía, en el levantamiento cívico-militar ocurrido en 1956 en varios puntos del país. Constituye la pieza periodística más ejemplar de la literatura argentina sobre la época y mantiene su plena vigencia como modelo de investigación periodística. Además, en su género, es pionera y fue escrita antes que un clásico tan trascendental como el norteamericano *A Sangre Fría* de Truman Capote.

²⁰ *Bowling for Columbine* es un film documental dirigido por el emblemático Michael Moore en 2002. Relata los trágicos acontecimientos ocurridos en el Instituto Columbine High School en 1999, en el que un adolescente dispara y mata a varios de sus compañeros. La película, toma el conmovedor hecho para tratar cómo la posesión de armas en EE.UU, fomentada y legitimada por los medios de comunicación, promueven el miedo y la violencia y conforman la matriz que está en la base de frecuentes hechos trágicos en la sociedad americana.

²¹ O en su versión castellana “*La Revolución no será televisada*”, es un documental singular, filmado en tiempo real por las realizadoras irlandesas Kim Bartley y Donnacha O’Brien. Este film, constituido ya en un clásico acerca de la manipulación y participación mediática en operaciones destituyentes, demuestra como se forjó un intento de golpe de estado contra el gobierno chavista en Venezuela en el año 2002. El documental revela con lúcido ingenio y una base testimonial y de archivo irrefutable, el mecanismo mediático puesto en juego por una serie de magnates mediáticos y empresarios con el auxilio y el guiño de la política exterior estadounidense.

El impacto tecnológico de los medios

Un capítulo aparte estará en analizar con los alumnos las formas en que la tecnología ha modificado el estatuto y existencia misma de los medios. En este sentido será pertinente trabajar mediante una batería de aplicaciones del tipo *Cacoo*, *Voicethread*, *Muraly*, *Glogster*, *Animoto*, *Prezi* y *Spicynodes*, entre otras, a fin de ilustrar mediante herramientas tecnológicas - en un meta-análisis consecuente con el tratamiento - las formas en que los medios convencionales han sido resignificados al introducirse una serie de dispositivos en su producción, difusión y circulación y cómo estos nuevos modos de acceso al conocimiento impactan en los conceptos que piensan la fragmentación, velocidad y simultaneidad ancladas en la categoría de globalización.

Por caso, se podría mediante *Prezi* y sobre todo *Spicynodes*, generar un mapa de las aplicaciones que en la actualidad actúan sobre el escenario mediático, visualizando cómo y de qué forma se despliegan, actúan, qué tipo de prestaciones ofrecen y cómo se resignifican los productos resultantes. También introducir criterios de análisis a partir de la proyección en pantalla de nuevos formatos de los medios que tienen en su seno y naturaleza, la aplicación de herramental tecnológico.

Así, dar cuenta de los *reality show* y la invasión de las pantallas, el uso cada vez más logrado y significativo de los planos subjetivos, por ejemplo, mediante montaje de dispositivos en vehículos o aparatos para realizar deportes extremos, las nuevas modalidades de visibilización del espacio público a partir de las cámaras de seguridad, las cámaras ocultas para evidenciar hechos de corrupción o delictivos, los micrófonos de alto alcance en distintos escenarios, sean en piso o en la transmisión en vivo, y otras tantas modalidades de captación, registro y reproducción vinculada a herramental tecnológico aplicado.

Otro tópico de interés en estas temáticas surge al analizar la conmoción de la red Internet y, sobre todo, las transformaciones radicales de los últimos 10 años con tecnologías en redes, ubicuidad y movilidad de dispositivos como los celulares y los *smartphone*, con sencillas pero efectivas aplicaciones disponibles en la llamada “nube 2.0”. Estos recursos básicos, con sus características de gratuidad en versiones estándar, acceso universal mediante gestores de búsqueda y manejo intuitivo y didáctico son interesantes maneras de introducir al alumno a un universo de producciones personales y colectivas.

Es interesante evidenciar y debatir con los alumnos, la forma en que estas aplicaciones están alterando el mapa de las producciones caseras, sus formas de difusión, transmisión y socialización de contenidos. Hay que dar tratamiento a estas tecnologías de uso que hace 10 años eran patrimonio exclusivo de los medios masivos o de empresas de servicios y generadoras de contenido, e implicaban un alto costo de gestión y una onerosa carga para usuarios *Premium*, que además debían poseer un conocimiento acorde a las dificultades que imponía aquella tecnología.

Estas nuevas maneras de acceder a la producción colaborativa y socializada, que además promueve una filosofía basada en criterios de socialización y liberación de los códigos cerrados de las empresas de contenidos, se han consolidado en la figura del *prosumidor*. Este emergente agente social, del que ya hemos dado cuenta en varios apartados de los documentos curriculares de comunicación, permite debatir con los alumnos las características del momento histórico que estamos transitando y cómo se reconfiguran permanentemente los criterios de producción del conocimiento.

Consecuentemente, se podría orientar el análisis sobre los modos en que nuevos materiales “innobles”, producidos por camarógrafos amateur o meros usuarios de cualquier dispositivo de registro de imágenes, comienzan a consolidarse en la pantalla de los medios masivos, que compiten y complementan su irradiación mediática, mediante el uso de breves fragmentos audiovisuales extraídos de canales como *Youtube*, *Vimeo* y otros similares. De hecho en la actualidad los noticiosos y también los programas de entretenimiento asignan secciones específicas o momentos del programa a “divulgar” los contenidos más vistos en la Web, estableciendo un singular encadenamiento de doble vía que legitima el “contenido popular” en ambas direcciones.

Sería pertinente, además, indagar sobre las formas en que los programas tradicionalmente situados en las pantallas de televisión, los receptores radiofónicos o las tapas de diarios y revistas hoy se localizan, adecuan y replican en la pantalla web, las tablets y los dispositivos móviles, redefiniendo el estatuto mismo de la información, ahora materialmente instantánea y “al segundo”, introduciendo en su cuerpo redaccional, además, la explosión de los llamados fenómenos virales que recorren el mundo en pocos minutos.

Esta aproximación del neófito, del usuario convencional o del amateur al universo antes privilegiado y restringido de los medios, está cambiando el ambiente y el humor social y entrando significativamente en el escenario político y cultural de nuestras comunidades. Fenómenos virales, redes sociales como *Facebook*, *Flickr*, *Twitter*, nuevos géneros

noticiosos vinculados a las redes como los *podcast* y los blogs, filtros como los RSS, entre otras innovaciones conmocionan y alteran las tradicionales nociones de noticia, construcción del acontecimiento, información y tribuna política.

De esta forma del *broadcasting* masivo, típico del S. XX, pasamos a los criterios y modalidades *narrowcasting*, ajustadas a vinculaciones del orden de las microrelaciones o de la segmentación de las audiencias, estableciendo no sólo una selección diferencial de los contenidos de entretenimiento sino conmoviendo los modos de incorporación de agendas políticas "a la carta" o mediante menús personalizados.

Es propicio entonces, trabajar en el aula y en el hogar con los alumnos mediante las nuevas tecnologías, incorporando en el cotidiano y en el aula el uso de las netbooks provistos por los programas nacionales en las modalidades 1 a 1²². Los alumnos, entonces, podrán ser generadores de canales de medios, estableciendo valoraciones y apreciaciones en contraste a las formas de legitimación de la cultura mediática, promoviendo el trabajo colaborativo en el aula y por fuera de ella, dando cuerpo material a las temáticas y problemáticas que los conmueven. El trabajo en el blog escolar, el grupo de *Facebook* u otra red, el trabajo en las wikis, completas en cuanto a prestaciones e intuitivas en su manejo, permitirá que los estudiantes se den el lugar necesario para sentirse generadores de contenidos y no meramente consumidores.

Los medios alternativos

Justamente las nuevas posibilidades que brindan las Tecnologías de la Información y la Comunicación, en su reformulación y desplazamiento hacia Tecnologías del Aprendizaje y el Conocimiento, permitirá que los alumnos puedan trabajar en modalidades de comunicación diferenciales y no reproductivistas de los contenidos mediáticos. De esta forma, y en la combinación de canales, dispositivos, soportes y aplicaciones, podrán generar producciones comunicacionales que se alineen y encaucen hacia la idea y la política de gestión de un medio alternativo.

22 Sagol, Cecilia El modelo 1 a 1: Notas para comenzar. Serie estrategias en el aula para 1 a 1. 1a ed. - Buenos Aires: Ministerio de Educación de la Nación, 2011. Disponible en: <http://repositorio.educacion.gov.ar/dspace/bitstream/handle/123456789/96558/EL003073.pdf?sequence=1> [consultado mayo de 2013]



Estos medios no comerciales y sin infraestructura empresarial, de los que ya dimos cuenta en el espacio *Introducción a la Comunicación* de 4º año, promueven formas de interacción e intercambio desde otra perspectiva política y organizacional. Implican, en su despliegue y asunción ideológica, otras estrategias de llegada a las audiencias. También en los modos de acceder a la noticia, y sobre todo en modalidades más horizontales en el trato con los espectadores, lectores y oyentes.

Cotejar el universo de producciones periodísticas impresas de bajo costo, gestión horizontal, cooperativa o colaborativa, implica pensar en las audiencias desde una concepción radicalmente diferente a las posiciones comerciales de los medios que adjudican lugares de clientes, consumidores o, a lo sumo, usuarios a los públicos. Los jóvenes estudiantes podrán acceder a un universo novedoso, más llano y al alcance que el de los grandes medios, conociendo publicaciones alternativas, cooperativas, canales comunitarios, institucionales, *fanzines*, historietas de carácter temático, producciones de talleres de periodismo barrial, sitios web de organizaciones sin fines de lucro, en radios cooperativas o de formato casero y mediante *streaming*, etc.

Pensamos entonces en dar espacio a manifestaciones donde el arte, la cultura popular y diversas estéticas se dan cita y materializan en un producto audiovisual, en documentales culturales, en blogs y sitios de intercambio y consulta, en fin, en un universo de la producción y difusión de contenidos no comerciales. Contemplar este espectro que brinda centralidad a las audiencias y borra las diferencias entre expertos de medios o productoras y las audiencias prefiguradas como clientes, da lugar a posicionamientos políticos de carácter crítico, que generalmente aportan una perspectiva en contraposición a la acomodación y juego de intereses de las grandes corporaciones mediáticas.

El trabajo con medios alternativos de comunicación, sustentados o no en las finalidades y lógicas de contra-información, tiene como ventaja adicional, por sobre los medios corporativos y empresarios, el tratamiento de la información local, temática, de intereses comunitarios, gremiales, del tercer sector, ONG's, parroquiales, de clubes de fomento, escolares y otras de interés público.

Como vimos, la comunicación va más allá de la existencia de medios que reifican en gran parte la concepción de públicos cautivos a una forma de receptividad pasiva. Pensar la

comunicación desde otra asunción y postura política, permitirá a los estudiantes apelar a contenidos más creativos, próximos a sus intereses, no reproductivistas y con fines solidarios y comunitarios.

Para ello, aplicaciones como *Calameo*, *Audacity*, para el formato publicación o sonoro respectivamente, y otras que permiten la edición simple de videos escolares, caseros o experimentales, podrán consumir espacios de creación en el aula. Además, desde el aula hacia las instituciones próximas, articulando proyectos que no tengan como finalidad la mera distribución de ciertas informaciones, sino el brindar un servicio de comunicación de carácter popular. Nuevamente, las redes sociales, muchas de las cuales brindan servicios de fotografía, videos, publicaciones y comunicación instantánea con personas de otros ámbitos, serán propicias a estos procesos de creación colectiva.

Palabras finales

En definitiva, lo que queremos proponer a partir de estas orientaciones didácticas es la finalidad de lograr con los alumnos dinámicas de trabajo que articulen la reflexión con la actividad y la creatividad. Pensar y aprender sobre la práctica, evidenciar categorías de análisis, componer escenarios de trabajo horizontal, colaborativo y colectivo, pero promoviendo en las producciones, cualidades y calidades de inventiva e imaginación. Es necesario que los alumnos no vivan el trabajo en el aula como contenidos escindidos, aislados, especializados y disociados de los contextos donde las problemáticas mediáticas tienen lugar. También que en esa eventual disociación, los saberes a aprender no se conformen como datos e informaciones sin interés, rutinarias y de tipo “bancario”²³, al decir de Freire.

Se impone, entonces, que los docentes junto a sus alumnos, experimenten la tarea con fruición, en entornos amigables de trabajo, que puedan establecer tratamientos integrales y articulados y que los criterios estéticos, la inventiva, la actividad lúdica y la imaginación motoricen el proceso.

23 Es esencial para entender este concepto el trabajo del pedagogo brasileño Paulo Freire. En su clásico trabajo *Pedagogía del Oprimido* (1969) define a la educación bancaria como aquella donde los contenidos son depositados pasivamente en la educación de los estudiantes, sin posibilidad de que estos comprendan cómo se conforma el proceso de construcción del conocimiento. La educación bancaria sería así del todo reproductivista y atentaría contra la liberación de las personas. Tal liberación sólo podría realizarse mediante el conocimiento de su propia realidad e intercambiando sus saberes con los docentes, en un juego de aprendizajes mutuos.

BIBLIOGRAFÍA

- Agnot, Marc “El discurso social. Los límites históricos de lo pensable y lo decible”. B
Agnot, Marc “El discurso social. Los límites históricos de lo pensable y lo decible”.
Buenos Aires: SXXI Editores, 2012.
- Appadurai, Arjun. “La modernidad desbordada. Dimensiones culturales de la
globalización”. Buenos Aires: Prometeo, 2009.
- Arfuch, L y Devalle, V (comps.) “Visualidades sin fin. Imagen y diseño en la sociedad
global”. Buenos Aires: FCE., 2001.
- Bajtín, Mijail “Estética de la creación verbal” Buenos Aires: Siglo XXI Editores, 1982.
- Barbero, J.M “De los medios a las mediaciones”. México: Ed. Gustavo Gili, 1987.
- Barthes, Roland “El grano de la voz. Entrevistas 1962-1980”. Buenos Aires: S XX Editores,
2005.
- “La Torre Eiffel. Textos sobre la imagen” Buenos Aires: Paidós, 2009.
- Bayardo, R y Lacarrieu, M. (Comps.) “Globalización e Identidad Cultural”. Buenos Aires:
Ciccus, 1997.
- Bourdieu, Pierre “Razones Prácticas: Sobre la teoría de la acción”. Trad. Thomas Kauf.
Barcelona: Anagrama, 1997.
- Calabrese, Omar “El lenguaje del arte” Barcelona: Paidós, 1987.
- Carlón, Mario “Sobre lo televisivo. Dispositivos, discursos y sujetos” Buenos Aires: La
Crujía, 2004.
- Castells, Manuel “Comunicación y Poder”. Editorial Alianza, Madrid, 2009.
- “La sociedad de la información. Economía, sociedad y cultura”. Madrid: Alianza
Editorial, 1999.
- Cicalese, Gabriela. “Teorías Comunicacionales”. Buenos Aires: La Crujía, 2001.
- Del Coto, M.R y Varela, G (eds.) “Ficción y no ficción en los medios. Indagación semiótica
sobre sus mixturas”. Buenos Aires: La Crujía, 2012.
- Eco, Umberto. “La Obra Abierta”. Barcelona: Planeta-Agostini, 1992.



- "Signo". Bogotá: Grupo Editor Quinto Centenario, 1994.
- Eggers-Brass, T y otros "Cultura y Comunicación". Buenos Aires: Maipue, 2002.
- Esqueda, Román "El juego del diseño. Un acercamiento a sus reglas de interpretación creativa". Buenos Aires: Nobuko, 2005.
- Ferrés, Joan, "Televisión subliminal". Buenos aires: Paidós, 1996.
- Frascara, Jorge "Diseño Gráfico y Comunicación". Buenos Aires: Ediciones Infinito, 2005.
- Frega, M.L. "Interdisciplinariedad. Enfoques didácticos para la educación general". Buenos Aires: Bonum, 2007.
- Foucault, Michel Glosario epistemológico. (Edición Sergio Albano). Buenos Aires: Quadrata, 2003.
- García Canclini, Néstor. "Culturas híbridas". México: Grijalbo, 1989.
- "Consumidores y Ciudadanos". México: Grijalbo, 1995.
- Diferentes, desiguales y desconectados. Mapas de la interculturalidad". Barcelona: Gedisa, 2004.
- Gaumer, Patrike y Moliterni, Claude "Diccionario del Comic". Barcelona: Planeta-Larrouse, 1996.
- Gociol, Judhit "Naomi Klein y el fin de las marcas". Madrid: Campo de Ideas, 2002.
- HAYE, Ricardo "La radio del S XXI. Nuevas estéticas". Buenos Aires: Ciccus-La Crujía, 2000.
- Jenkins, Henry. "Convergence culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación" Barcelona: Paidós, 2008.
- Levis, Diego. "Los videojuegos un fenómeno de masas". Barcelona: Paidós, 1997.
- -"La pantalla ubicua". Ciccus/. Buenos Aires:La Crujía, 1999.
- Magariños De Magariños de Morentin, Juan "La semiótica de los bordes". Córdoba: Comunicarte, 2008.
- Mandoki, Katya "Estética y Comunicación: de acción, pasión y seducción". Bogotá: Norma, 2006.

- Mattelart, Michèle y MATTELART, Armand, “Historia de las teorías de la comunicación”
Barcelona: Paidós, 1997.
- Metz, Christian “El significativo imaginario: psicoanálisis y cine”. Barcelona: Paidós, 2001.
- Oliveras, Elena “Estética. La cuestión del arte” Buenos Aires: Emecé, 2007.
- La metáfora en el arte. Retórica y filosofía de la imagen. Buenos Aires: Emecé arte,
2007.
- Olmos, H. A y Santillán, R. “Educar en Cultura. Ensayos para una acción integrada”. Buenos
Aires: Ciccus, 2001.
- Ortiz, Renato “Mundialización y Cultura”. Buenos Aires: Alianza, 1997.
- Panofsky, Erwin. “Iconografía e iconología: Introducción al estudio del Renacimiento”
Madrid: Alianza Forma, 1985.
- Piscitelli, Alejandro “Nativos digitales. Dieta cognitiva, inteligencia colectiva y
arquitecturas de la participación”. Buenos Aires: Ediciones Santillana, 2009.
- Rancière, Jacques. “El espectador emancipado”. Buenos Aires: Manantial, 2010.
- Rayzabal, M. V “La comunicación oral y su didáctica”. Madrid: La Muralla, 1997.
- Reguillo, Rossana “Culturas juveniles. Formas políticas del desencanto”. México: Siglo XXI
Editores, 2012.
- Rincón, Omar: “Televisión, video y subjetividad”. Buenos Aires: Norma, 2002.
- Sánchez Vázquez, Adolfo. “Las ideas estéticas de Marx”. La Habana: Pueblo y Educación,
1990.
- Schaeffer, J. M “Arte, objetos, ficción, cuerpos. Cuatro ensayos sobre estética”. Buenos
Aires: Biblos, 2012.
- Sirlin, Eli “La luz en el teatro. Manual de Iluminación”. Buenos Aires: Instituto Nacional del
Teatro, 2005.
- Sodre, Muniz, “Reinventando la Cultura”. Barcelona: Gedisa, 1998.
- Steimberg, Oscar “Semióticas: Semióticas de los géneros, de los estilos, de la
transposición”. Buenos Aires: Eterna Cadencia, 2013.



Steimberg, Traversa, O, Soto, M. "El volver de las imágenes. Mirar, guardar y perder". Buenos Aires: La Crujía, 2008.

Verón, Eliseo. "Semiosis de lo social. Fragmentos de una teoría de la discursividad". Barcelona: Gedisa, 1996.

- "Efectos de agenda". Barcelona: Gedisa, 1999.

- "Construir el acontecimiento". Buenos Aires: Gedisa, 1987.

Wolf, M.: "La investigación de la comunicación de masas". Barcelona: Instrumentos Paidós, 1987.

Yoel, Gerardo (comp.) "Pensar el cine 1. Imagen, ética y filosofía". Buenos Aires: Manantial, 2004.

- "Pensar el cine 2. Cuerpo(s), temporalidad y nuevas tecnologías". Buenos Aires: Manantial, 2004.

Zatonyi, Marta Una estética del arte y de diseño de imagen y sonido. Buenos Aires: Kliczkowski, 2002.

Juglares y trovadores: derivas estéticas. Buenos Aires: Capital Intelectual, 2011.

Ulanovsky, C y otros "Días de Radio". Buenos Aires: Espasa Calpe, 1996.

VERÓN, Eliseo. "Semiosis de lo social. Fragmentos de una teoría de la discursividad". Barcelona: Gedisa, 1996.

----- "Efectos de agenda". Barcelona: Gedisa, 1999.

----- "Construir el acontecimiento". Buenos Aires: Gedisa, 1987.

PUBLICACIONES

Dussel, Inés y Quevedo, Luis. Educación y Nuevas Tecnologías. Los desafíos pedagógicos ante el mundo digital. VI Foro Latinoamericano de Educación. Buenos Aires: Santillana, 2010.

Dussel, I y otros. Aportes de la Imagen en la formación docente. Abordajes conceptuales y pedagógicos. Buenos Aires: Centros de Actualización e Innovación Educativa, 2010.

Guía para planificar la unidad didáctica. Área de Desarrollo Curricular. Subsecretaría de Coordinación. Gobierno de La Pampa, 2006.

Grimson, Alejandro y Varela Mirta: "Culturas populares, recepción y política. Genealogías de los estudios de comunicación y cultura en la Argentina". En Daniel Mato (coord.): Estudios y otras prácticas interculturales latinoamericanas en Cultura y Poder". Caracas: Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (CLACSO) y CEAO, FACES, Universidad Central de Venezuela, 2002.

JD. Just Draw. Historietas Argentinas.com Edición Bilingüe. Español-Inglés. Buenos aires-Barcelona, 2003.

Ley Nacional N° 23.302 de Política Indígena y Apoyo a las Comunidades Aborígenes, 1985.

Ley de Educación Nacional N° 26.206. Ministerio de Educación de la Nación, 2006.

Modalidad de Educación Intercultural Bilingüe (EIB) LEN 26.206

Ley de Educación Sexual Integral (ESI) N° 26150. Ministerio de Educación de la Nación, 2006.

Ley para la promoción de la convivencia y el abordaje de la conflictividad social en las instituciones educativas N° 26.892. Ministerio de Educación, 2013.

Ley de Servicios Audiovisuales N° 26.522. AFSCA, 2009.

Lineamientos Curriculares Nacionales para la Formación Docente Inicial. Documentos de Formación Docente. Documento Aprobado Resolución N° 24/07. CFE. Ministerio de Educación de la Nación, 2007.

Marcos de Referencia. Educación Secundaria Orientada. Bachiller en Comunicación. Res. CFE. N° 142/11

Programa Nacional de Educación Intercultural Bilingüe (Resolución N° 549/04)

Materiales Curriculares de Lengua y Literatura - Educación Secundaria - Ciclo Básico- Versión Preliminar. Subsecretaría de Educación. Subsecretaría de Coordinación. Gobierno de La Pampa, 2009.

Resolución N° 107/1999 del Consejo Federal de Cultura y Educación.



PUBLICACIONES VIRTUALES

Arfuch, Leonor "La imagen: poderes y violencias". Artículo publicado en Tramas. Educación, imágenes y ciudadanía.

Disponible en: <http://www.tramas.flacso.org.ar/articulos/la-imagen-poderes-y-violencias> (acceso Diciembre 2008)

Brea, José L. "Cambio de regimen escópico: del inconsciente óptico a la e-image" En: ev Estudios Visuales N° 4. Enero de 2007. Disponible en <http://rev.estudiosvisuales.net/pdf/num4/JlBrea-4-completo.pdf>

Crary, Jonhatan. "Sobre los finales del sueño: sombras en el resplandor de un mundo 24/7" En: ev Estudios Visuales N° 5. Enero de 2007. Disponible en http://rev.estudiosvisuales.net/pdf/num5/crary_24_7.pdf

Hall, Stuart "Estudios Culturales: Dos Paradigmas" Publicado en la Revista "Causas y azares", N° 1. 1994 (Traducido por Mirko Lauer). Disponible en: <http://catedras.fsoc.uba.ar/rubinich/biblioteca/web/ahall.html>

MCE_DC2013_Introducción a la Comunicación. Ministerio de Educación y Cultura de La Pampa. Disponible en: http://www.lapampa.edu.ar/MaterialesCurriculares/Documentos/CicloOrientado/MCE_DC2013_Introduccion_a_la_Comunicaci%C3%B3n.pdf

Mirzoeff, Nicholas "La cultura visual contemporánea: política y pedagogía para este tiempo". Entrevista Inés Dussel. En: Propuesta educativa N° 37. Junio de 2012. Disponible en: <http://www.propuestaeducativa.flacso.org.ar/archivos/entrevistas/31.pdf>

Petris, J.L "¿Los medios median o mediatizan?" Universidad de Palermo. Reflexión Académica en Diseño y Comunicación N° VI (Año VI, Vol. 6, Febrero 2005, Buenos Aires, Argentina) alojado en el sitio: http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?id_libro=121&id_articulo=739

Runge Peña, Andrés Klaus "El saber pedagógico en las imágenes y las imágenes en el saber pedagógico". Clase 11 de la Diplomatura Superior "Educación, Imágenes y Medios". Flacso, 2011.



- Sagol, Cecilia El modelo 1 a 1: Notas para comenzar. Serie estrategias en el aula para 1 a 1. 1a ed. - Buenos Aires: Ministerio de Educación de la Nación, 2011
<http://repositorio.educacion.gov.ar/dspace/bitstream/handle/123456789/96558/EL003073.pdf?sequence=1>
- Sztajnszrajber, Darío "Posmodernidad y estetización de la existencia". Diplomatura Superior en Educación, Imágenes y Medios. Flacso. 2011. Disponible en: <http://2011.virtual.flacso.org.ar/mod/book/view.php?id=44728> [consultado en mayo 2013]
- Verón, Eliseo Está ahí, lo veo, me habla. Revista Comunicativa N° 38, Enonciation et cinéma, Seuil, París, 1983. Traducción realizada por María Rosa del Coto. Disponible en: <http://www.biblioteca.org.ar/libros/656151.pdf>
- Verón, Eliseo. El análisis del "Contrato de Lectura", un nuevo método para los estudios de posicionamiento de los soportes de los media, en Les Medias: Experiences, recherches actuelles, applications, IREP, París, 1985. Disponible en: http://arfuch2.files.wordpress.com/2009/10/veron_eliseo_analisis_del_contrato_de_lectura.pdf



MESA DE VALIDACIÓN

Docentes participantes en las mesas de validación curricular para el Ciclo Orientado de la Educación Secundaria, realizadas en la ciudad de Santa Rosa en los meses de marzo y agosto 2013.

Acosta, Melina Ivana
Agradi, Bruno
Aguerrido, Adriana
Alainez, Carlos
Alcala, María Belén
Alfageme, Lucas
Altava, Melina
Alvarez, Emilce
Alvarez, Ivana
Alvarez, Miriam
Alvarez, Natalia
Amrein, María Laura
Andrada, Aldo
Andreoli, Nora
Arbe, María José
Arrieta, Analía
Arroyo, Anabel
Assel, Sergio Daniel
Asunción, Ana
Abarca, Atilio
Baiardi, Eliana
Baigorria, Marina Luz
Ballester, María Angélica
Baraybar, María Verónica
Barrozo, Gabriela
Bassa, Daniela
Baumann, Luciana
Bazan, Paola Edit
Bejar, Marcela Lis
Bellendir, Sergio
Berrueta, María Angélica
Bertón, Gustavo
Berton, Pablo
Berutto, Norma Verónica
Bessoni, Verónica
Blanco, Natalia
Boeris, María Rosa
Boidi, Gabriela
Bongiovani, Viviana
Bonilla, Verónica

Botta Gioda, Rosana
Braconi, Nerina
Briske, Romina
Bruni, María de los Ángeles
Buldorini, José María
Cajigal Canepa, Ivana
Cantera, Carmen
Cantera, Silvia
Carral, María
Carreira, Silvana
Carreño, Rosana
Carripi, Carmen Elisa
Caso, Ricardo Luis
Castell, Marcela
Casuccio, Héctor Mario
Cerda, Yanina
Cervera, Nora
Chaves, María Daniela
Chiesa, Graciela Susana
Colaneri, Fabiana
Colombo, Cintia
Comerci, María Eugenia
Contreras, Cristian
Cornejo, Mariana
Creevy, María Soledad
Crivelli, Marta
Cuello, Hilda
D'ATRI, Andrea
D'ambrosio, Darío
Dal Santo, María Araceli
De La Cruz Borthiry, Betina
Desch, Mercedes
Di Salvi, Nora
Díaz, Diego Emanuel
Díaz, Ivana Daniela
Díaz, Laura
Dietrich, Paula
Doprado Alvarenga, Roseli
Echeverría, Luis
Erro, María Belén
Escudero, Patricia



Esterlich, Héctor Daniel	Kathrein, Stella Maris
Estigarriá, Carina	Kin, María Aurelia
Fantini, Miguel	Knudtser, Eric
Fernández, Flavia Lorena	Kohler, Marine
Fernandez, Graciela	Kolman, Leonardo
Fernández, Néstor Leonardo	Kornisiuk, María Luján
Ferrari, Gabriela Fabiana	Kriuzov, Fabio
Ferraris, Andrea	Lafi, Mariela Daiana
Ferrero, Marcela	Laguarda, Paula Inés
Ferreyra, Nora	Lamare, Viviana
Ferri, Gustavo	Larrañaga, María Claudia
Folmer, Oscar Daniel	Lavin, Cecilia María
Fontana, Silvia	Leinecker, Mirtha
Fornerón, Lorena	Lezaeta, Betania
Forneron, Lucrecia Belén	López Gregorio, Fernando
Fuentes, Ana Lía	Lopez Gregorio, María Cecilia
Fuentes, Silvana	Lopez, Verónica
Gaiara, Susana	Loyola, Luis
Galletti, Nicolás	Lozza, Anabella
Gallini, Gabriel	Lubormirsky, Pablo
Gamba, Héctor Omar	Lucchetti, Vanesa
Gandrup, Beatríz	Lucero, Mariano
García Boreste, Carina	Lupardo, Patricia
García Casatti, María Silvana	Maidana, Ana María
García, Leticia	Maier, Leonardo
García, María Silvia	Maldonado, Daniel
Gatica Feito, María Cristina	Maldonado, Rosa
Gelitti, Laura Raquel	Manavella, Andrea
Giardina, Carina	Mansilla, María Verónica
Gomez, María Laura	Marinangeli, María Daniela
Gomila, Néstor Ariel	Martínez, Diego
Gonzalez, Javier Andrés	Martocci, Federico
Gonzalez, Marcela	Mayor, Romina
Graglia, Patricia	Medina, María Teresa
Guarido, Martín	Micone, Juan José
Guido, Leandra	Miguel, Natalia Analía
Guzman, Marcela	Mina, Fernando
Hauser, Vanina	Molina, Victor
Herner, María Teresa	Molinelli, Lilian
Herrera, Ana	Molini, Judith
Hierro, María Silvina	Monasterolo, Gustavo
Holzman, María	Monserrat, Liliana Inés
Holzman, María Luján	Montani, Marcelo
Hormaeche, Lisandro	Moreno, Marianela
Iuliano, Carmen	Morquin, Silvia
Jacob, Celia	Moyano, Valeria
Jaume, Karina	Muller, Victor
Jorge, María Estela	Muñoz, María Laura



Muñoz, María Andrea	Rodríguez, Carolina
Naveiras, Pablo	Romero, Elvira Rosa
Nicoletti, Marina	Rosero, Mariana
Nin, María Cristina	Rosso, Cecilia Celeste
Nofri, María Clarisa	Rozengardt, Rodolfo
Norverto, Lía	Rueda, Roxana
Noveiras, Pablo	Ruggieri, Pablo
Nuñez, Gabriela	Sales, Mónica
Oliva, Diana	Salvadori, Laura Griselda
Olivero, Mariela	San Miguel, Diego
Ortellado, María Luján	San Pedro, Mirian
Ortelli, Martín	Sanchez, Norberto
Ortiz Echagüe, Carmen	Sanchez, Pablo
Oxalde, Daniel	Sape, Andrea
Pascualetto, Graciela	Sape, Carina
Pelayo, Verónica	Sape, Walter
Pereyra, María de los Ángeles	Sapegno, Natalia
Perez Castro, María José	Saravia, María Virginia
Perez, Alejandra	Sardi, María Gabriela
Perez, Julieta Anahí	Sarria, Liliana Iris
Peruilh, Silvana	Sauré, Agustina
Pezzola, Laura	Scarimbolo, Daniela
Pinardi Legaz, Vanesa	Schiavi- Gon Guillermo
Pineda, Marcelo Gerardo	Schnan, Gustavo
Pizarro, Rubén	Secco, Gabriela
Pochettino, Gilda	Silleta, Marta
Policastro, Betsabé	Sombra, Mariela
Ponteprimo, Sonia	Sombra, Sandra
Portela, Carina	Stefanazzi, Florencia
Pose, Noelia Soledad	Steinbach, Daniela
Pozniak, Ana María	Steinbauer, Marcelo
Quintero, Lucas	Suarez, Marina
Quiroga, Gladys	Talmon, Alina
Quiroz, Cristian	Tamagnone, Carina
Raiburn, Valeria Lorena	Torres, Verónica
Ramburger, Gisela	Urban, Javier
Rath, Natalia	Vasquez Martín Aixa Lorena
Recio, María Lorena	Vicente, Ana Lía
Reyes, Juliana	Vigari, Melina
Reyes, Patricia	Vilois, José Luis
Ricchi, Agustina	Vota, María del Carmen
Rivas, Mabel	Zaninovich, Vanesa
Roca, José Ignacio	Ziaurriz, Gimena



Ministerio de Cultura y Educación

Subsecretaría de Coordinación

Dirección General de Planeamiento, Evaluación y Control de Gestión

Área Desarrollo Curricular

C.I.C.E. (Documentos portables, Publicación Web)

Diseño Gráfico (Diseño de portada)

Subsecretaría de Educación

Dirección General de Educación Polimodal y Superior

Equipo Técnico

Santa Rosa - La Pampa

Noviembre de 2013

www.lapampa.edu.ar - www.lapampa.gov.ar