



# APRENDIZAJES Y CONTENIDOS FUNDAMENTALES

**EDUCACIÓN  
SECUNDARIA**

**ORIENTACIÓN  
COMUNICACIÓN**

**Espacios curriculares  
de la formación específica**



## Presentación

### ¿Qué entendemos por **aprendizajes y contenidos fundamentales**?

- Son aprendizajes y contenidos ya previstos en los Diseños y Propuestas Curriculares de los que todos los estudiantes **tienen que haberse apropiado, indefectiblemente**, al finalizar cada sala/grado/año/ciclo/nivel de la escolaridad obligatoria. Constituyen la **base sobre la cual el estudiante puede continuar aprendiendo en la siguiente etapa de su escolaridad (sala/grado/año/ciclo/nivel)**. Así se garantiza la **continuidad de su trayectoria escolar**.
- Son **aprendizajes y contenidos ya definidos en los marcos curriculares vigentes** que ameritan una **focalización especial** porque **inciden de manera directa en el desarrollo personal, comunitario y social** –presente y futuro- de los estudiantes.
- **No son los únicos que se deben enseñar y evaluar** en cada sala, grado, año, ciclo o nivel, pero sí aquellos que requieren **más intensidad en la enseñanza y valoración permanente de los avances y eventuales dificultades** de los estudiantes.

### ¿Para qué definimos **aprendizajes y contenidos fundamentales de los espacios curriculares de la formación específica** de las Orientaciones de la Educación Secundaria?

Para dar continuidad a:

- las decisiones y acuerdos respecto de **qué es lo que todos los estudiantes deben aprender** en cada año de la Educación Secundaria<sup>1</sup> (considerando las diversas Orientaciones y Modalidades).
- el proceso de construcción de un **currículum que garantice la formación integral** de los estudiantes en el transcurso de la escolaridad obligatoria.
- el compromiso con un proceso de revisión y actualización curricular que no proceda según la lógica de la suma y acumulación de contenidos, sino que se centre en **priorizar, jerarquizar y secuenciar** aprendizajes.

### ¿Cuáles son las **premisas que retomamos al definir estos aprendizajes y contenidos fundamentales**?

- Actualmente, además de la escuela existen **diversos escenarios** donde se socializa y aprende: hay otros espacios, medios y agentes con potencial educador en sí mismos y también con los cuales la institución educativa puede articular acciones para enriquecer las experiencias que se ofrecen a los estudiantes.

<sup>1</sup> Los aprendizajes fundamentales correspondientes a los espacios curriculares de la Educación Secundaria – Ciclo Básico y Formación General del Ciclo Orientado- están disponibles en <http://www.igualdadycalidadcoba.gov.ar/SIPEC-CBA/publicaciones/DyPCurriculares/EduObligatoria/ApryContFund-sec-03012018.pdf>

- El aprendizaje supone **procesos** –escolares y extraescolares- que se extienden durante toda la vida. Corresponde a la escuela garantizar saberes fundamentales que permitan afrontar nuevos desafíos y escenarios de manera autónoma.
- En los contextos actuales se requiere una **alfabetización multidimensional** (letrada, matemática, científica y tecnológica, visual y audiovisual, estética, económica, intercultural, emocional...).
- Es decisivo considerar las variables tiempo, ritmo y **heterogeneidad de contextos e intereses** en los procesos de enseñanza y de aprendizaje.

Los **aprendizajes y contenidos fundamentales** que se presentan en este documento – correspondientes a los **espacios curriculares de la Formación Específica de la Orientación Comunicación** –remiten, en síntesis, a aquellos saberes **centrales y duraderos irrenunciables** cuya apropiación la escuela debe asegurar a **todos** los estudiantes con el **mismo nivel de profundidad, calidad y relevancia en cada etapa de la escolaridad**. Por ello, **la obligatoriedad de su enseñanza no es negociable**, aunque ésta variará en formatos pedagógicos, modalidades organizativas y estrategias acordes a la diversidad de los sujetos y los contextos.

## Espacio curricular *Comunicación, Cultura y Sociedad*

EJES	Aprendizajes y contenidos fundamentales		
	4° año	5° año	6° año
<b>COMUNICACIÓN Y CULTURA EN EL ESCENARIO ACTUAL</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Identificación y análisis crítico de las <b>nuevas configuraciones de la sociedad actual</b>: sociedad red, economía informacional y global, cultura virtual-real, nuevos vínculos (la familia, los grupos de pertenencia) y formas de relación e interacción (las redes sociales).</li> <li>Identificación de los aspectos centrales de la <b>sociedad de consumo</b> y comprensión de la complejidad y multidimensionalidad del concepto.</li> <li>Analizar el impacto de los <b>fenómenos comunicacionales en la construcción de identidades</b>, considerando la <b>diversidad cultural</b>, <i>desde una perspectiva latinoamericana<sup>2</sup></i>.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Análisis crítico del concepto de <b>globalización</b>, tomando como punto de partida la <b>mirada latinoamericana</b> y reconociendo las diferencias con la concepción eurocéntrica.</li> <li>Análisis sistemático de los elementos que componen las manifestaciones de la cultura actual, en el marco de la dimensión social y cultural del <b>fenómeno de la "virtualidad"</b>.</li> <li>Participación en situaciones de debate acerca del <b>consumo de bienes culturales</b>.</li> <li>Análisis crítico en torno a la <b>diversidad cultural</b>, el respeto por las identidades y el replanteo de la convivencia cultural, frente al desafío de una sociedad abierta y plural.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Descripción, observación e identificación de las <b>características históricasociales y sociopsicológicas de la posmodernidad</b>, en el entorno cercano (comunidad, escuela, familia, grupos de pares).</li> <li>Análisis y valoración del fenómeno de las <b>redes sociales</b> y de su potencial para la creación de comunidad.</li> <li>Comprensión del concepto de <b>consumo ético y consumo sustentable</b>.</li> <li>Análisis crítico de la importancia de las <b>industrias culturales</b>, desde la perspectiva política, económica y social.</li> </ul>
<b>COMUNICACIÓN: TEORÍAS Y MODELOS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Conocimiento del <b>proceso de comunicación</b> e identificación de sus elementos, según diversos autores, con énfasis en la comunicación como producción de sentido.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Análisis crítico de los <b>modelos clásicos y posclásicos</b>: <ul style="list-style-type: none"> <li>el <b>paradigma emisor-mensaje-canal-receptor-efecto</b>;</li> <li>el modelo crítico de la <b>escuela de Frankfurt</b>: crítica a la</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Organización y secuenciación de los enfoques correspondientes a los <b>Estudios Culturales de la Escuela de Birmingham</b>, la <b>corriente latinoamericana</b>, los <b>aportes de UNESCO</b> y</li> </ul>

<sup>2</sup> De aquí en adelante, destacamos en cursiva aquellos aspectos que los especialistas y docentes consultados para la definición de estos aprendizajes y contenidos fundamentales han propuesto enfatizar.

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Exploración de antecedentes teóricos, recorriendo conceptos básicos, como <b>sociedad de masas</b>.</li> </ul>	<p>cultura y la sociedad de masas, irracionalidad, autoritarismo y cultura afirmativa como contexto, racionalidad instrumental y concepción negativa de la técnica, el concepto de industria cultural; influencias en el pensamiento Latinoamericano,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ <b>modelo cibernético de Palo Alto:</b> la comunicación como una interacción social, aplicación de la teoría de sistemas para el estudio de la comunicación.</li> </ul>	<p><b>el NOMIC</b> (nuevo orden mundial de la información y la comunicación).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aplicación de <b>aportes de la teoría semiológica</b> al análisis del discurso publicitario y político.</li> </ul>
<p><b>COMUNICACIÓN, CIUDADANÍA Y OPINIÓN PÚBLICA</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Prácticas de <b>participación ciudadana en espacios virtuales</b>.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Análisis de los procesos de <b>construcción de agenda</b>, cobertura de temas problemáticos y producción de contenidos en los medios, en relación con su incidencia en la formación de opinión, <i>con una mirada sobre la relación entre poder y contrapoder</i>.</li> <li>• Indagación y producción en torno al <b>derecho público a la información</b> y la relación con los medios de comunicación públicos y privados.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Participación en <b>debates y elaboración de argumentaciones acerca del derecho público a la información</b> y la relación con los medios de comunicación públicos y privados, <i>considerando las virtualidades y la presencialidad como escenarios de ciudadanía</i>.</li> </ul>

## Espacio curricular *Producción en Lenguajes*

EJES	Aprendizajes y contenidos fundamentales		
	4° año	5° año	6° año
<b>MEDIOS DE COMUNICACIÓN ORIGEN, EVOLUCIÓN, IMPACTOS SOCIALES Y CULTURALES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conceptualización de <b>medios de comunicación y comunicación masiva.</b></li> <li>• Investigación y elaboración de comparaciones acerca de <b>los cambios en lo estético, lo cultural, lo técnico, lo económico, lo jurídico, lo político y lo social, aplicado a los medios gráficos.</b></li> <li>• Relaciones entre medios de comunicación y producción en lenguajes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Análisis de las <b>influencias de los medios masivos de comunicación</b> en distintos ámbitos.</li> <li>• Análisis de los <b>cambios históricos en los medios radiales,</b> teniendo en cuenta factores estéticos, culturales, técnicos, económicos, jurídicos y políticos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Análisis de los <b>cambios históricos en los medios audiovisuales y multimediales</b> teniendo en cuenta factores estéticos, culturales, técnicos, económicos, jurídicos y políticos.</li> <li>• Reconocimiento de las <b>transformaciones que se han dado en los medios de comunicación</b> a partir de la incorporación de la digitalización, la convergencia de medios y la transnacionalización de las producciones.</li> </ul>
<b>LENGUAJES, GÉNEROS Y FORMATOS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocimiento y comprensión de los <b>elementos básicos del lenguaje gráfico</b> y análisis de los medios gráficos; periódicos, revistas, fotografía.</li> <li>• Identificación y análisis sistemático de <b>los diferentes géneros y formatos en los medios gráficos;</b> periodismo informativo, interpretativo y de opinión (noticia, crónica, reportaje, comentario, editorial, nota).</li> <li>• Identificación de las <b>potencialidades de la Web 2.0</b> para incorporar otros lenguajes en las versiones <i>on-line</i> de los periódicos; el hipertexto, el lenguaje</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocimiento y comprensión de <b>los elementos básicos del lenguaje radiofónico.</b></li> <li>• Identificación y análisis sistemático de <b>los diferentes géneros y formatos en los medios radiales;</b> periodístico, dramático, musical; informativo, educativo, participativo, cultural, de entretenimientos, religioso, entre otros.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocimiento y comprensión de los <b>elementos básicos del lenguaje audiovisual y multimedial.</b></li> <li>• Identificación y análisis sistemático de <b>los diferentes géneros y formatos en los medios audiovisuales;</b> ficción, documental, testimonial, informes especiales para TV, informativo, magazine, entrevista en TV; largometrajes, medimetrajes y cortometrajes en cine; géneros de opinión, infografía animada, boletín electrónico, ensayo en la Web.</li> </ul>

	multimedia y la construcción de comunidades.		
<b>PRÁCTICAS DE PRODUCCIÓN EN LENGUAJES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Empleo del lenguaje gráfico en expresiones creativas</b> (boletines temáticos, diarios y revistas escolares), atendiendo a diferentes etapas del proceso de producción, para su difusión en la escuela y en la comunidad</li> <li>● Manejo de <b>claves para la producción en soporte papel y para soporte digital.</b></li> <li>● <b>Producción de materiales de diferente género</b>, para difusión de prácticas socioculturales, con distintas perspectivas frente a problemáticas sociales actuales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Empleo del lenguaje radial en expresiones creativas</b> (programa de radio escolar, radioteatro, programa de radio informativo, etc.), atendiendo a diferentes etapas del proceso de producción, para su difusión en la escuela y en la comunidad.</li> <li>● Manejo de <b>claves para la producción en el medio radial convencional y para la radio en la Web.</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Empleo del lenguaje audiovisual en expresiones creativas</b> (videos escolares, cortos, materiales didácticos multimedia), atendiendo a diferentes etapas del proceso de producción, para su difusión en la escuela y en la comunidad.</li> <li>● Manejo de <b>claves para la producción en el medio tradicional y para el soporte digital.</b></li> </ul>

## Espacio curricular *Comunicación Institucional y comunitaria*

EJES	Aprendizajes y contenidos fundamentales	
	6° año	
LA COMUNICACIÓN Y LAS ORGANIZACIONES EN EL ESCENARIO ACTUAL	<ul style="list-style-type: none"> <li>Identificación de los distintos <b>tipos de organizaciones</b> (empresariales, gubernamentales, no gubernamentales) y sus finalidades (lucrativas, no lucrativas – sociales - comunitarias).</li> <li>Identificación y comprensión de las múltiples <b>dimensiones de la comunicación aplicada a las organizaciones</b> y su <i>potencial como agente de cambio</i>, y establecimiento de relaciones con algunas acciones de organizaciones del entorno.</li> </ul>	
LA COMUNICACIÓN EN LAS ORGANIZACIONES COMO HERRAMIENTA DE GESTIÓN	<ul style="list-style-type: none"> <li>Identificación de los <b>canales formales de comunicación</b> y el flujo de comunicación descendente, ascendente y horizontal dentro de las organizaciones, y reconocimiento de la existencia de los <b>canales informales de comunicación</b> y de sus potencialidades.</li> <li>Interpretación, reflexión y producción acerca de los <b>cambios en las organizaciones y las nuevas exigencias para la comunicación</b>: apertura, espacios para el diálogo y la participación, retroalimentación, aprendizaje permanente.</li> </ul>	
COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL EN ORGANIZACIONES EMPRESARIALES, GUBERNAMENTALES Y COMUNITARIAS	<ul style="list-style-type: none"> <li>Identificación y análisis de las <b>funciones principales de la comunicación institucional, corporativa o comunitaria</b>.</li> </ul>	
LA COMUNICACIÓN Y LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LAS ORGANIZACIONES	<ul style="list-style-type: none"> <li>Conocimiento y comprensión del concepto de <b>Responsabilidad Social Empresarial</b> y su evolución hacia el concepto de <b>Responsabilidad Social</b>.</li> <li>Observación, análisis y producción acerca de <b>la comunicación de las acciones de bien público</b> por parte de las organizaciones y de las repercusiones en la sociedad en que se desenvuelven.</li> </ul>	

**Gobierno de Córdoba**  
**Ministerio de Educación**  
**Secretaría de Educación**  
**Subsecretaría de Promoción de Igualdad y Calidad Educativa**

**Coordinación**

Horacio Ferreyra

**Referente pedagógica**

Silvia Vidales

**Área de Políticas Pedagógicas y Curriculares**  
**Desarrollo Curricular**

**Elaboración**

Nancy Arias

Laura Giménez

**Especialistas y docentes consultados**

Cola, Silvina; Costa Pisani, Silvia; Gallo, María Alejandra; Gómez, Carolina; Ipérico, Verónica; Mautoni, Luciana; Monge, Alvaro; Moreiras, Diego; Moyano, Laura; Pelosio, Eduardo; Piretro, Ana; Vargas, Laura; Job, María del Mar.

**Diseño de tapa y diagramación**

Área de Comunicación institucional y prensa



Esta publicación está disponible en acceso abierto bajo la

[Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

Al utilizar el contenido de la presente publicación, los usuarios podrán reproducir total o parcialmente lo aquí publicado, siempre y cuando no sea alterado, se asignen los créditos correspondientes y no sea utilizado con fines comerciales. Las publicaciones de la Subsecretaría de Promoción de Igualdad y Calidad Educativa (Secretaría de Educación, Ministerio de Educación, Gobierno de la Provincia de Córdoba) se encuentran disponibles en <http://www.igualdadycalidadcba.gov.ar>

10 de agosto de 2018



## AUTORIDADES

**Gobernador de la Provincia de Córdoba**

*Cr. Juan Schiaretti*

**Presidente Provisorio Cámara Legislativa**

*Dr. Oscar Félix González*

**Ministro de Educación de la Provincia de Córdoba**

*Prof. Walter Mario Grahovac*

**Secretaria de Educación**

*Prof. Delia María Provinciali*

**Subsecretario de Promoción de Igualdad y Calidad Educativa**

*Dr. Horacio Ademar Ferreyra*

**Directora General de Educación Inicial**

*Lic. Edith Teresa Flores*

**Directora General de Educación Primaria**

*Lic. Stella Maris Adrover*

**Director General de Educación Secundaria**

*Prof. Víctor Gómez*

**Director General de Educación Técnica y Formación Profesional**

*Ing. Domingo Horacio Aringoli*

**Director General de Educación Superior**

*Mgter. Santiago Amadeo Lucero*

**Director General de Institutos Privados de Enseñanza**

*Prof. Hugo Ramón Zanet*

**Director General de Educación de Jóvenes y Adultos**

*Prof. Carlos Omar Brene*

**Directora General de Educación Especial y Hospitalaria**

*Lic. Alicia Beatriz Bonetto*

**Director General de Planeamiento, Información y Evaluación Educativa**

*Lic. Nicolás De Mori*