

EDUCACIÓN POLIMODAL

MODALIDAD

INV

030855

SIG

3786

LIB

559

**COMUNICACIÓN,
ARTES
Y DISEÑO**

SGO.DEL ESTERO

JUNIO DE 1999

INDICE

1. Fundamentación General.
2. Competencias.
3. Formación General de Fundamento.
4. Espacios Curriculares.
5. Formación Orientada.
6. Espacios Curriculares.
7. Contenidos Procedimentales Generales.
8. Contenidos Actitudinales Generales.
9. Orientaciones Metodológicas.
10. Propuesta de Estructura Curricular.
11. Bibliografía.

ARTE Y COMUNICACION

1. Fundamentación General

Toda nuestra cultura puede sintetizarse en el esfuerzo humano por establecer nexos comunicativos a través del lenguaje, del arte, de la ciencia.

El acto de comunicación y el acto de enseñanza – aprendizaje tienen en común un rasgo esencial: la interacción entre interlocutores que comparten la forma y el contenido del mensaje, así como su intencionalidad y funcionalidad. Los efectos de la comunicación no se limitan a la transmisión de datos, la información que se entrega suele ser matizadamente rica en su formulación de intenciones; no sólo se dice, se siente, se emociona, se generan rechazos o adhesiones; emergen con fruición imágenes, sonidos, relatos. Entonces el concepto de comunicación va ampliándose y se puede expresar entre otros que: es medio y recurso en la difusión de normas y mensajes pragmáticos, psicolingüísticos, sociolingüísticos y semiótico – artísticos, así como en las valoraciones estéticas y culturales; es nexo de interacciones en todo fenómeno natural o creado por el hombre. En consonancia con la teoría general de los sistemas, es un proceso inherente a todos los sistemas abiertos en virtud del cual los elementos emisor y receptor se relacionan a través de medios que constituyen prolongaciones tecnológicas sorprendentes del ser humano.

Al igual que la revolución industrial, la revolución electrónica ha transformado la relación del ser humano con sus pares, con la naturaleza y con la red aún más estrechamente conectada en que se ha convertido la comunidad humana... A principios de los años noventa “extraños” de todo el mundo estaban interconectados sin levantarse de sus mesas. Se trata de la *comunicación masiva o social*.

Dentro del campo de la investigación relativo a la comunicación humana, el estudio de la *comunicación de “masas”* – comunicación mediática – ,constituye uno de los procesos comunicacionales que operan en el nivel de la sociedad global. Dirigida a destinatarios heterogéneos, anónimos y numerosos; el comunicador suele pertenecer a una

organización compleja, los mensajes en su mayoría surcan espacios en forma pública y suelen ser de naturaleza transitoria; encierra múltiples formas de aprendizaje y socialización. Los sistemas de comunicaciones y las computadoras, tienden una simbiosis de ambos en un solo sistema y las comunicaciones son individuales y únicas. Se procura que los receptores de la comunicación social no se caractericen por la pasividad y que la dispersión que entraña la divulgación de mensajes e imágenes por medios técnicos no significa que cada persona sea un simple depósito de informaciones. La expansión de la cultura tiende al acceso directo de todos los sectores a cierto nivel de conocimientos comunes y ello ha disminuido el sentido de anonimato.

El estudiante está inmerso en esta realidad nueva; la reconoce natural, superficial y cómodamente; se apropia y usa los medios más sofisticados para comunicarse o acceder al arte; supera límites geográficos e históricos; realiza aproximaciones identificatorias con la multiplicidad de fenómenos y manifestaciones artísticas y comunicativas que satisfacen sus ilusiones de adolescentes.

Se contemplan nuevas perspectivas de conocimiento, vínculos con otras áreas del saber que interaccionan en la concepción de la poliestética contemporánea: una producción ficcional de imágenes de materia sonora, visual – icónica, kinésica, corporal – gestual; portadora de símbolos y de una estructura semiótica inacabable.

En la modalidad “Comunicación, Artes y Diseño” los contenidos concurren a resolver un “tradicional” vacío: saberes y acciones que caracterizan al sujeto de aprendizaje en esta etapa; recuperar esa especie de “escuela paralela” de vivencias de los jóvenes que dábase al lado de la institución educativa e incorporar a la currícula: problemáticas sociales, económicas, políticas y adolescentes, la formación de opiniones; las relaciones entre lo comunicacional y lo estético; su reconocimiento como audiencia y sus implicancias; la creatividad en el empleo y la organización de códigos, soportes y técnicas de los distintos lenguajes y su interacción.

La modalidad de Comunicación, Artes y Diseño tiene el carácter de especificidad del conocimiento de los lenguajes artísticos y de las relaciones e integraciones que entre ellos se efectúen. Incorpora en sus programas conceptos que nutren y enriquecen los tradicionales del Arte y la Comunicación.

La sociedad posmoderna exige cambios y nuevos enfoques en la concepción de la Comunicación y el Arte. Esa nueva visión debe dar respuestas a las necesidades que surgen día a día. Desde aquel momento en el que el Arte estaba circunscripto sólo para

entendidos y para instituciones o academias en las que se enseñaban códigos específicos de un lenguaje determinado, hasta llegar a la actualidad donde el campo del Arte se ha extendido y magnificado. Los avances de la tecnología y de las comunicaciones masmediáticas han colaborado para que ello se produzca.

Al parecer, el dominio de los medios de comunicación masiva y las revoluciones en la información ha traído consigo una problemática: la persona se ha acostumbrado a la cotidianeidad artificial y el clima “electrónico” ha irrumpido desde las generaciones más jóvenes incidiendo en lo más básico de apertura y relación con el mundo, la percepción, el disfrute por la naturaleza y la compañía humana.

Si bien es cierto que la rapidez de las comunicaciones produce revoluciones y cambios en el interior humano y en las sociedades, gestando una nueva cultura, también lo es la problemática severa de la desconexión de la realidad para acercarse a una “realidad virtual”.

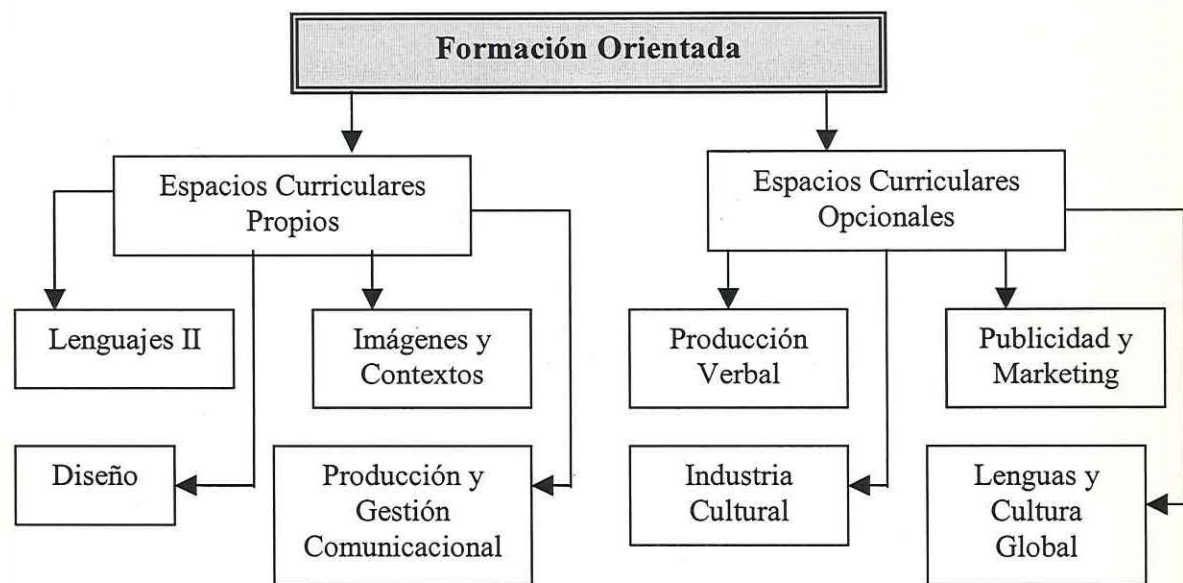
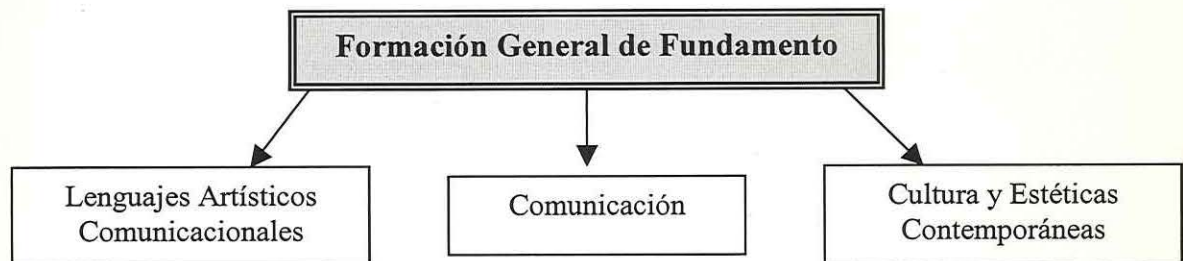
Atento a estas transformaciones y a las nuevas características de una sociedad que tiende a la mediatización y a la masificación es necesario que el adolescente esté preparado y pueda hacer uso de la tecnología y la ciencia a través del arte, canal indiscutible del espíritu humano. La escuela, desde esta perspectiva, le brindará la posibilidad de viabilizar sus proyectos de producción y/o gestión, organizar y sistematizar su hacer, a la vez que desarrolle en él competencias que le permitan desempeñarse en su propia vida.

2. Competencias

- Conocer los componentes de los diferentes lenguajes (verbales y no verbales) y su organización básica.
- Analizar crítica y reflexivamente los mensajes en el contexto socio - cultural desde distintas perspectivas.
- Valorar el patrimonio local, regional, nacional y universal desde un reconocimiento de las dimensiones socio - históricas, éticas y estéticas de las distintas manifestaciones de la cultura.
- Producir, gestionar y evaluar proyectos con creatividad y autonomía crecientes.
- Explorar y experimentar las posibilidades polisémicas de los productos estéticos.
- Comunicar en los distintos lenguajes, mensajes adecuados a diferentes situaciones comunicativas.
- Identificar las vinculaciones entre audiencia, opinión pública y valores democráticos.

Modalidad:

Comunicación, Artes y Diseño



3. Formación General de Fundamento.

Los lenguajes artísticos y Comunicacionales en la Formación General de Fundamento contribuyen desde su especificidad, a la formación de las personas en todas sus dimensiones, con vistas al desarrollo de la creatividad, el disfrute de las posibilidades estéticas de los lenguajes artísticos y Comunicacionales y al logro de una persona autónoma con compromiso democrático.

Los Contenidos de los espacios propuestos en Nivel Polimodal profundizan los contenidos correspondientes de la Educación General Básica desarrollando capacidades para la producción, comprensión, reflexión, apreciación de los lenguajes artísticos y comunicacionales y de los valores involucrados. Incluyendo una visión amplia de las producciones en diferentes lenguajes, respetando la diversidad de valoraciones estéticas y de sus modelos culturales.

Los espacios propuestos en la Formación General de Fundamento son:

- Lenguajes artísticos y comunicacionales.
- Comunicación.
- Cultura y estética contemporánea

4. Espacios Curriculares

• Lenguajes Artísticos y Comunicacionales.

Los Lenguajes Artísticos y Comunicacionales incluyen contenidos que se refieren a los distintos lenguajes, que desde la especificidad de cada uno y del modo particular de sus producciones, interactuarán en la realización de las imágenes sonoras, visuales - icónicas, corporales -gestuales.

La esencia de este espacio se centraliza en la intencionalidad expresiva - comunicativa del alumno como productor, pero también como receptor de las realizaciones artísticas. El alumno pondrá en juego sus capacidades que se desarrollaron en la E.G.B. y las consolidará, mediante la sistematización a través de los procedimientos de análisis, razonamiento y categorización para completar el proceso de alfabetización estética.

Para el abordaje de los contenidos de los Lenguajes Artísticos y Comunicacionales es necesario partir de la idea de código en **lo verbal y lo no verbal**, establecer las diferencias, articulaciones y las relaciones permanentes con el entorno cotidiano del alumno.

En este espacio curricular, se recuperan los contenidos de los CBC de “Lenguajes artísticos y comunicacionales” y los CBO de la modalidad Cap. 1, bloque 3 “Los Lenguajes” y se coordinan conceptos de otras áreas: Lengua y Literatura, Lengua Extranjera, Física y Química.

Expectativas de Logro

1. Caracterizar cada lenguaje en su especificidad expresiva y comunicativa e interpretar sus mensajes verbales y no verbales.
2. Experimentar diversas formas de expresión y comunicación con distintos lenguajes, con los aportes de la ciencia y la tecnología.
3. Producir imágenes de diverso tipo con distintas intenciones expresivo – comunicativas.
4. Identificar en producciones artístico – comunicativas las relaciones e interacciones entre lenguajes.

Contenidos Conceptuales

LO NO VERBAL Y SUS LENGUAJES

Lenguaje Musical.

Códigos. Modos y Medios. Organizaciones formales y textuales. Producciones.
La imagen sonora. El sonido, la música y los efectos. El discurso musical.
Tecnología del sonido. Efectos especiales. Producción y reproducción del sonido.
Sonido digital.

La radio: la producción radial, géneros y recursos. El programa de radio. El guión radial. El sonido. El silencio, la música y la voz. La locución. La publicidad radial. Equipo de producción radial.

Lenguaje Plástico – Visual.

Códigos. Materiales. Herramientas, soportes y técnicas. Producciones.
La imagen visual fija. El texto visual. Contenido, forma e intencionalidad. Los modos de realización: Dibujo, Pintura, Escultura, Grabado, Cerámica, arquitectura, fotografía, diseño, cómic, copy art, infografía, orfebrería, mueble, atuendo.

Lenguaje audiovisual.

La imagen en movimiento. La integración sonido, palabra e imagen. El cine, sus géneros y temas. El Video y sus géneros: video arte, video danza, video clip, video game, video publicitario. La televisión: temas, géneros, formatos y soportes.

El lenguaje corporal.

La imagen corporal. La danza. Formas y técnicas de expresión y comunicación corporal. La danza y el discurso corporal en distintas culturas. El cuerpo y la danza en la contemporaneidad.

Lenguaje teatral.

Situación dramática y lenguaje teatral. Sujeto y personajes. Objetivos. Acciones. Interacción de los personajes. Estructura dramática. Argumento y tema. Desarrollo del conflicto. Progresión dramática.

Producciones dramáticas. Fases del proceso de realización. Géneros y estilos. Producciones integradas. Sonorización, musicalización. Escenografía. Luminotecnia. Vestuario. El espectáculo. Puesta en escena
Megaespectáculos, murgas, comparsas, clown, mimos. Teatro – danza.

Lenguaje multimedial.

La imagen electrónica y la integración de palabra, sonido e imagen. Hipertextos.

LO VERBAL.

La literatura. Temas y géneros literarios en la contemporaneidad. La literatura y sus interacciones con otros lenguajes. El teatro y el texto dramático. El texto verbal de la historieta y sus recursos. La novela y el guión cinematográfico. Adaptaciones. El guión narrativo y técnico para televisión: noticias, telenovelas, magazine. Prensa y literatura. El artículo periodístico y su relación con la imagen fotográfica. El texto verbal en la imagen infográfica.

• **Comunicación**

El otro espacio curricular: **Comunicación** se refiere a las teorías y procesos comunicacionales, en los que se establece la relación entre comunicación - medios y discurso - mensaje y posibilitará al alumno reconocer la dinámica de la cultura y la inserción de las artes y la comunicación.

En este espacio es necesaria la comprensión de las interacciones complejas entre Ciencia, Arte y Tecnología con el enfoque que brinda la Teoría de la Imagen, Signos y Símbolos, Cultura, Sociedad, Economía, y las teorías Comunicacionales.

La relación entre Comunicación y Artes, posibilitará al alumno arribar a nuevas conceptualizaciones acerca de los cambios, las nuevas dinámicas, sociedades y culturas, diversidad y globalidad cultural, vinculándolos con los distintos tipos de realizaciones humanas en el campo de lo artístico y comunicacional.

En este espacio se propone superar el concepto de comunicación, tradicionalmente asociado a los medios de comunicación masiva y a lo únicamente verbal. El análisis de tipos y estilos de comunicación y de los procesos comunicacionales, con los aportes de la

estética, la hermenéutica y la semiopragmática determinarán un espacio artístico - cultural en el que se afiance la interacción comunicativa del arte y las sociedades.

En este espacio curricular se recuperan contenidos de los CBC de Lengua y Literatura, Tecnología y Ciencias Sociales y los CBO de la modalidad Cap. 1 Bloque 1 Comunicación, Artes y Cultura.

Se considera productiva la coordinación de los temas con contenido de los espacios de Cultura y Estéticas Contemporáneas e Historia Contemporánea.

Expectativas de Logro.

- ≈ Identificar y explicar diferentes tipos de comunicación, caracterizar los procesos, sus elementos y medios para reconocer estereotipos y formas de manipulación.
- ≈ Analizar y describir diversos procesos comunicacionales para reconocer las características de los mensajes, definir posibilidades y limitaciones de textos verbales y no verbales, e identificar la forma de recepción de los mismos.
- ≈ Caracterizar el rol de las audiencias y la construcción de la opinión pública para definir su incidencia en el sistema democrático.

Contenidos Conceptuales

Comunicación.

Teorías de la Comunicación. Línea europea, línea norteamericana, posturas latinoamericanas. El proceso comunicacional. Tipos y estilos comunicacionales. Comunicación interpersonal, institucional y masiva. Comunicación e información. Comunicación y difusión. Comunicación, espacio y tiempo.

Comunicación y Medios.

Medios de comunicación, su concepto. La comunicación y sus diferentes medios. Origen y desarrollo de los medios masivos de comunicación. Los desarrollos

tecnológicos. La cultura masmediática. Medios, comunicación y democracia. Lenguajes artísticos y lenguajes mediáticos: préstamos, vinculaciones y diferencias. Medios, lenguajes, formatos y géneros. Medios, multimedios e hipermedios. Redes. Internet.

Discursos y Mensajes.

Lo verbal. Palabra e imagen como texto. Funciones del texto verbal en relación con la imagen: de anclaje, de relevo, de resignificación. Texto, contexto, paratexto e hipertexto. El texto verbal en contexto no verbal. El texto verbal como información y como “ruido”. El texto verbal en la producción no verbal: el guión. El texto verbal en diferentes lenguas: su presencia en distintos textos, contextos y soportes. El texto verbal según soporte y lenguaje.

Lo no verbal. La imagen. Imagen y realidad. El texto visual, sonoro y audiovisual. Fundamentos físicos de la visión, la audición y la audiovisión. La percepción. Elementos y características de la imagen. Signos, símbolos y convenciones. Funciones de la imagen. Tipos de imagen: la imagen fija y la imagen en movimiento. Imagen y lenguajes.

Audiencias.

Teorías de la recepción. Las mediaciones. El producto audiencia. Posicionamiento de la audiencia. Medios y audiencias. La audiencia joven. Estereotipos y manipulación. Alfabetización audiovisual, metodología para una lectura crítica. El rol de las audiencias en el sistema democrático. La opinión pública. Globalización y audiencia mundial. Medios, comunicación y consumo.

• Culturas y estéticas Contemporáneas

El otro espacio curricular de Artes y Comunicación, **Cultura y Estéticas Contemporáneas** contiene los fundamentos antropológicos, conceptos y factores que componen la cultura y su dinámica.

En los contenidos que propone **Cultura y Estéticas Contemporáneas** el alumno podrá comprender los distintos modos de ser y hacer del hombre en la Cultura, con los distintos enfoques de análisis. Los valores éticos y estéticos que originan acciones y productos de cualquier nivel y fuente de realización en las sociedades de distinto contextos cercanos y lejanos.

Aprehender el significado de las producciones artísticas desde el lugar del que las produce y del que las recepciona es advertir el sentido profundo que originan las imágenes, en los que se plasman las ideas, valores, sentimientos, emociones colectivas.

Los contenidos involucrados en este espacio se articulan con los CBC de Lengua y Literatura, Matemática, Ciencias Naturales, Ciencias Sociales, Tecnología y los CBO de la modalidad Cap. 1 Bloque 1 “Comunicación, Artes y Cultura”, Bloque 2 “Imágenes y Contextos”. Se considera productivo la coordinación de los temas con contenidos de los espacios de Ciencias Sociales, especialmente de Historia Contemporánea.

Expectativas de Logro

- Analizar el contexto socio cultural desde una lectura reflexiva y crítica de sus mensajes.
- Realizar una aproximación crítica desde múltiples perspectivas del producto cultural, en particular la producción artística y comunicacional.
- Identificar y analizar los discursos que propone la cultura contemporánea vinculando conceptos antropológicos, categorías estéticas y procesos comunicacionales.

Contenidos Conceptuales

La cultura contemporánea.

Procesos sociales, económicos y culturales de la contemporaneidad. Cambios, crisis, tradiciones, innovaciones y transformaciones. La Cultura contemporánea. Concepto de Cultura. Estructura y dinámica cultural. La cultura como escenario de

las Artes y la Comunicación. Interacción. Ciencia, Artes y Tecnología. Las utopías. Tensiones: orden / caos, certidumbre / incertidumbre, causalidad / contingencia, globalización / regionalización, unicidad / multiplicidad, público / privado. Nuevas dimensiones de espacio y tiempo. Cultura de masas y audiencia mundial.

Sociedad, discursos, escenarios y actores contemporáneos.

Nuevas formas de organización social. Nuevos roles y nuevos lazos sociales. Los nuevos escenarios socioculturales en los diferentes contextos. Nuevos grupos. Relaciones intergeneracionales. Los discursos contemporáneos. Cultura contemporánea y juventud. Nuevas identidades y significación. Los “ídolos” contemporáneos. Ocio y tiempo libre. Realidad cultural y economía. La industria cultural.

Estéticas contemporáneas.

La contemporaneidad y su tendencia estetizante. Nuevos sistemas simbólicos. La estetización de lo cotidiano. La cultura de la imagen. La cultura del espectáculo y el consumo. Las categorías estéticas y su historicidad. Tradición / vanguardia, continuidad y ruptura. Estilo y anti – estilo. Realidad, simulacro y ficción. Realidad y virtualidad. Modas y gustos. Revival y remake.

Cultura, Artes y Comunicación.

Artes y cultura de masas. Lenguajes artísticos y lenguajes mediáticos. Medios y arte popular. La cultura mediatizada. Medios de comunicación y diversidad cultural. Imagen y visibilidad cultural. Artes, Comunicación y Democracia. Ciudadanos, artes y medios. Ética y comunicación. Medios de Comunicación y transmisión de valores. Artes y Comunicación en Argentina.

5. Formación Orientada

Dentro de la Formación Orientada de la Modalidad se encuentran en los espacios curriculares propios: Lenguajes II; Diseño; Imágenes y Contextos; Producción y Gestión Comunicacional.

Dentro de los espacios curriculares opcionales de la Formación Orientada, se introducen: Producción Verbal; Industria Cultural; Publicidad y Marketing; Lenguas y Cultura Global. Respecto de estos espacios las instituciones podrán optar por éstas o proponer otras que se adecuen a la oferta que surja del proyecto educativo y que pueden estar asociadas a los campos de las artes, la comunidad, las industrias culturales o la salud y la naturaleza u otros.

6. Espacios Curriculares

• Lenguajes II

Este espacio curricular plantea el análisis de los lenguajes verbales y no verbales desde su origen, sus funciones y sus relaciones con otros. Se propone en este espacio un modo particular de construir imágenes con intencionalidad expresivo – comunicativa, sustentada en factores socioculturales y técnico – procedimentales.

Lenguajes II es un ámbito de profundización de uno o varios lenguajes, según la visión y el desarrollo de Los Lenguajes Artísticos y Comunicacionales en la Formación General de Fundamento. Ello dará la posibilidad a los estudiantes de ingresar en el universo de las imágenes de materia sonora, visual – icónica, corporal – gestual con sus modos de producción, recepción y decodificación, ampliando e incorporando nuevos conceptos, como por ejemplo lo que respecta a Audiovisión como lenguaje de producciones integradas.

Los contenidos de este espacio curricular podrán variar según los recursos humanos con los que cuenta la Institución o de acuerdo con el Proyecto Institucional que se organice, ya que si las posibilidades estructurales y de materiales lo permiten se propone el ingreso del lenguaje de imagen fija como la fotografía y el lenguaje de imagen en movimiento como lo es el video.

El tratamiento de él o los lenguajes seleccionados respeta una organización que parte desde la ubicación contextual del mismo, características, funciones tipos y aplicaciones, mientras que sus producciones estarán vinculadas con los procesos de razonamiento, conceptualización, exploración, experimentación e indagación.

Expectativas de Logros

- ♦ Describir y caracterizar el lenguaje seleccionado en su contexto de aparición y desarrollo, identificando las características generales y los cambios que se produjeran en su desarrollo.
- ♦ Producir textos con el lenguaje seleccionado reconociendo elementos, características, funciones, propósitos y destinatarios.
- ♦ Explicar y evaluar los materiales producidos y los procesos que se desarrollaron.

Contenidos Conceptuales

La fotografía.

Marco general: contexto de aparición y desarrollo de la fotografía. Fotografía y Realismo. Fotografía e impresionismo. Niepce y Daguerre. El daguerrotipo. Fotografía blanco y negro. Fotografía color. Fundamentos ópticos y químicos de la fotografía.

Elementos del lenguaje: la imagen fija. Elementos y características. Forma, línea, punto, luz, figura – fondo. Tiempo y espacio. Escenarios y personajes. Encuadre. Planos y ángulos. Toma y secuencia.

Composición fotográfica. Relación texto verbal y texto no verbal. El pie de foto: como anclaje, relevo y resignificación. El story board. Manipulación y camuflaje. Lectura objetiva y subjetiva de la imagen fotográfica. Metodología de análisis. El discurso fotográfico.

Soportes, materiales y recursos de la fotografía: la cámara fotográfica. Lentes. Zoom. Papel fotográfico. Rollos de película fotográfica. Composición con otros soportes o combinación de ellos. Software para fotografía. Laboratorio y revelado. El revelado electrónico. El estudio fotográfico.

Tipos y funciones de la fotografía: temas y géneros. Artística, social, documental, histórica, moda, didáctica, aérea, satelital. Adecuaciones de la toma fotográfica a cada función. Prensa y fotografía. Fotografía y publicidad. Fotografía y packaging. La secuencia fotográfica. La fotografía como ilustración. La investigación fotográfica. El relevamiento fotográfico. Safari fotográfico. La fotografía como auxiliar de otras disciplinas: de la historia, geografía, sociología, antropología, medicina, biología, entre otras. La fotografía en soportes multimediales. La fotografía en la composición de la página web. La fotografía en Internet.

Roles: reporteros gráficos, documentalistas, artistas, investigadores. La empresa fotográfica. Destinatarios.

El video.

Marco general: Contexto de aparición y desarrollo del video. Cine y video: interacciones e influencias. Video y televisión. Fundamentos físicos del video. Procesamiento electrónico de la imagen.

Elementos del lenguaje: La imagen en movimiento: escenarios, personajes, luz, encuadre, planos ángulos, color. El espacio y el tiempo. Transiciones temporales. Movimientos de cámara. El story board. Toma y secuencia. Guión técnico y guión narrativo. Los efectos especiales. El texto verbal: el guión para video. Sonido, palabra e imagen. Banda sonora: la música y los efectos sonoros.

Soportes, materiales y recursos del video: La videocámara. Tipos. Lentes. Zoom. La video reproductora y la videogradora. Cintas magnéticas. Consolas de sonido. Micrófonos. Equipos de iluminación. Equipos de edición y montaje. El estudio de grabación. Grabación en exteriores.

Tipos y funciones del video: Videoarte, video documental, video animación, video clip, video game, video publicitario. La entrevista videada.

Producción: Fases: registro, edición, reproducción. Equipos de producción: productores, realizadores, guionistas, técnicos, editores. Etapas de producción. Roles y funciones. Destinatarios.

• Diseño

Este espacio curricular propone contenidos referidos al diseño como una estructura interdisciplinar, con el aporte del Arte, Técnica, Comunicación y Artesanía en la creación de las imágenes de materia sonora, visual, gestual – corporal.

El diseño se comprende como un proceso de realización en el que se atenderán múltiples variables para la producción de imágenes, objetos, espacios o sonidos, lo cual supone adoptar criterios de selección de los códigos y la organización de los mismos, soportes, materiales y técnicas relacionado a los tipos de diseño: gráfico, de objetos, espacial o sonoro.

Este espacio curricular propone que los alumnos respondan a sus necesidades de expresión y comunicación y pongan en juego su libertad creadora e integren en sus productos diseñados los conocimientos adquiridos de los Lenguajes Artísticos, Historia y Culturas y Estéticas Contemporáneas.

Los contenidos incluyen las relaciones que se establecen entre Diseño, consumo y vida cotidiana. Desde esta perspectiva los alumnos deberán responderse: qué se diseña, con qué propósitos y para quién, considerando los recursos materiales y humanos que se requieren para la producción. Se recuperan los CBC de Lengua y Literatura, Lenguas Extranjeras, Ciencias Sociales, Ciencias Naturales y Tecnología y los CBO de la Modalidad Cap 2 Bloque 1: “Materiales y soportes del texto verbal”, Bloque 2: “Materiales y soportes de las imágenes fijas y en movimiento” y Bloque 3: “Diseño”.

- ◆ Identificar los aspectos fundamentales del diseño, individualizando los elementos propios del diseño de imagen, de objeto, de espacio o sonido.
- ◆ Diseñar imágenes, objetos, espacios y/o sonidos, según, tipos, soportes, propósitos y destinatarios, utilizando recursos materiales y humanos con vistas a distintos tipos de producción.
- ◆ Desempeñar con autonomía distintos roles y funciones en tareas grupales de diseño.

Contenidos Conceptuales

► **Un mundo diseñado:**

La presencia del diseño en el entorno cotidiano. El diseño: aspectos plásticos, técnicos, creativos y funcionales. Diseño, entorno y medio ambiente. Diseño y conciencia ecológica. Ecodiseño. Nuevos materiales artificiales, reciclables y ecológicos. Nuevos productos livianos de bajo consumo energético. Iconosfera y contaminación visual.

► **Diseño de imagen:**

Elementos y características. Tipos, soportes y propósitos de la imagen. Destinatarios. Funcionalidad. El diseño gráfico: publicidad, packaging, editorial, textil, etiquetas, rótulos, señalética, portadas, logotipos, moda, entre otros. Diseño de imagen por computadora.

► **Diseño audiovisual:**

Elementos y características. Recursos materiales y humanos. Los equipos de producción. Publicidad para televisión, video, entre otros.

► **Diseño de objetos:**

Aspectos plásticos, técnicos, creativos y funcionales. Tipos de objetos a diseñar según funcionalidad y destinatario. Integración de los objetos al espacio: el caso del diseño escenográfico. Diseño de interiores.

► **Diseño de espacio:**

Aspectos plásticos, técnicos, creativos y funcionales. Diseño de espacio según funcionalidad y destinatarios. La señalética integrada al diseño de espacio. Los espacios públicos. La ciudad. Parques y jardines.

► **Diseño de sonido:**

El objeto sonoro. Texturas del sonido. Imagen sonora. La fonosfera: el paisaje sonoro. Contaminación sonora. El guión sonoro. Funciones del musicalizador, sonidista, discjockey, ingeniero de sonido. La ambientación musical, la musicalización, la música funcional y otros.

• **Imágenes y contextos**

La imagen como resultado de un proceso de producción, es la síntesis de una realidad contextual y reconoce la existencia de un discurso significativo; representa y comunica modos de ser y de hacer de épocas y contextos. La lectura de estas imágenes pone en juego la cooperación interpretativa por parte del espectador y le permite reconocer conceptos y categorías estéticas, redefinidas y aplicarlos.

Los contenidos de este espacio contribuyen a la lectura y reflexión acerca de la imagen y su contexto, a tomar conciencia de la interacción de artes, ciencia y tecnología como generadora de cambios que se aceleran en el siglo XX.

Se incluyen, además, el análisis de la imagen en otros espacios y otros tiempos, partiendo de la contemporaneidad, se evita la linealidad de la historia del arte convencional.

Los contenidos recuperan los CBC de Lengua y Literatura, Ciencias Sociales, Tecnología y los CBO de la Modalidad Cap 1 Bloque 1: “Comunicación, Artes y Cultura”,

Bloque 2: “Imágenes y Contextos”. Además presupone que se hayan cursado o se estén cursando Historia Contemporánea y que se articule con espacios de Cultura y Estética Contemporáneas y Comunicación.

Expectativas de Logros

- ♦ Aplicar en contextos concretos, los conceptos y categorías estéticas que permiten vincular manifestaciones artísticas y comunicacionales, personas y valores, con los procesos culturales de cada época.
- ♦ Reconstruir la imagen, en el marco de su contexto sociopolítico, histórico, religioso y cultural, identificando procesos de cambio y continuidad, reconociendo las variables fundamentales que definen cada época y los actores sociales intervinientes.
- ♦ Analizar y describir las relaciones y diferencias existentes entre cada contexto y sus imágenes.

Contenidos Conceptuales

La imagen en la contemporaneidad.

Vinculaciones, artes, ciencia y tecnología. Procesos de cambio. Tradición, vanguardia y transvanguardia. Diversidad, multiculturalidad y globalidad. Redimensionamiento de espacio y tiempo. Artes y Comunicación en el contexto mundial, americano y argentino: lenguajes, imágenes y creadores. Las nuevas “estéticas”. Los nuevos roles. Coleccionismo y museo. Formas de preservación del patrimonio cultural universal.

Propuesta de contenidos optativos con carácter referencial:

Imagen y modernidad

Las dimensiones espacial y temporal entre los siglos XV y XVIII: el mundo y la ciudad. Sociedad, autores y mecenas. La figura del “genio”. La producción

personal y colectiva. El coleccionismo. Las nuevas relaciones entre artes, ciencia y tecnología. Los lenguajes y sus imágenes en los diversos contextos.

El mundo medieval y sus imágenes

Los reinos y el sistema feudal. Espacios y tiempos medievales. El castillo, la catedral y el monasterio: creencias, lenguajes e imágenes. El campesino y sus formas de expresión y comunicación. El taller y el trabajo artístico. Las guildas. La producción colectiva.

Las imágenes en la Antigüedad

Ciudades y civilizaciones. Espacios y tiempos en el mundo antiguo. Relaciones entre el saber y el hacer. Formas de expresión y comunicación. Los lenguajes y sus imágenes. Las formas de producción artística en los distintos contextos. Sus vinculaciones con las particularidades sociopolíticas, económicas y culturales.

Las imágenes en la Prehistoria.

El descubrimiento de los códigos. La creación de los lenguajes. Formas de expresión y comunicación. La intencionalidad de los mensajes.

• Producción y Gestión Comunicacional

Los contenidos de este espacio curricular se refieren a los procedimientos y técnicas de producción y gestión que conducen a saber hacer de manera eficaz, diseñar, ordenar, sistematizar y evaluar sus producciones.

La tecnología gestional de elaboración de proyectos escolares, donde el alumno ponga en práctica conceptos como la pre – producción, producción y post – producción, diseño de estrategias y evaluación del proceso y montaje de dicho proyecto, son los contenidos que se desarrollan en este espacio.

En este espacio se recuperan contenidos de los CBC de Lengua y Literatura, Ciencias Sociales, Tecnología y los CBO de la Modalidad Cap 2 Bloque 1: “Materiales,

soportes y técnicas del texto verbal”, Bloque 2 “Materiales, soportes y Técnicas y recursos de las imágenes fijas y en movimiento”, Bloque 3 “Diseño” y Bloque 4 “Proyecto de Producción y Gestión en Comunicación, Artes y Diseño”.

Además, se sugiere articular con los espacios de Cultura y Estéticas Contemporáneas y Comunicación y con otros espacios del campo de la Tecnología.

Expectativas de Logros

- ♦ Explicar las características de los distintos tipos de organización, focalizando en especial aquellas comunicacionales o que se vinculan con lo comunicacional.
- ♦ Describir los procesos que incluye cada etapa de producción.
- ♦ Describir los procesos que incluye la gestión organizacional en lo comunicacional vinculándolo con estrategias propias de otro tipo de organizaciones.

Contenidos Conceptuales

La producción

Sus etapas: pre – producción, producción y post – producción.

La pre – producción: identificación e fuentes de información y lugares de almacenamiento. Materiales de referencia. Recolección y selección de materiales. Tipos de análisis. Registro y asimilación de información. Síntesis y evaluación de la información. Comunicación de la información.

La producción: Identificación de propósitos. Planificación. Identificación del proyecto. Formación de equipos. Roles y funciones. Selección de recursos. Organización de tiempo y espacio. Formas y modos de realización. Ensayo, experimentación y realización.

La post – producción: diferencias según lenguaje. Técnicas de evaluación. Montaje. Sondeos de opinión. Procesamiento de información. Retroalimentación.

La organización comunicacional.

Diarios, revistas, radios, televisión, empresas de cable, circuitos cerrados, agencias de publicidad, empresas de imagen y sonido. Empresas productoras y empresas difusoras. Empresas de gestión pública y de gestión privada. Líneas editoriales. Medios y multimedios. Organización de la empresa comunicacional. Fusión de empresas comunicacionales. Roles y funciones. Relaciones interinstitucionales. Otras organizaciones en su relación con la organización comunicacional. Construcción de la imagen de la organización. El microemprendimiento comunicacional.

La gestión comunicacional.

El producto comunicacional. Los destinatarios. Presentación, circulación y espacios de comercialización. Muestras. Definición de frecuencias y ámbitos de muestreo. Rating. Mediciones de audiencia.

● **Producción Verbal**

Expectativas de Logros

- ◆ Analizar y reflexionar a partir de la lectura crítica de textos verbales en contextos no verbales, según géneros y formatos.
- ◆ Producir textos verbales de diverso tipo, en contextos no verbales, seleccionando elementos y recursos del código verbal de acuerdo con propósitos expresivo – comunicativos definidos.
- ◆ Producir guiones de diverso tipo, en relación con textos visuales y/o audiovisuales.

Contenidos Conceptuales

La producción verbal

Roles: escritores, argumentistas, guionistas, dialoguistas. Tipos de guión: guión narrativo y guión técnico. Guión de radio y televisión, para cine y video. Utilización del guión técnico: por intérpretes, jefe de producción, director de fotografía, director artístico, musicalizador, sonidistas, montajistas y editores.

Estructura del guión

El guión narrativo y el argumento. El guión técnico: el drama, las unidades narrativas, personajes, escenarios, acción, espacio, tiempo, diálogos, música, efectos sonoros, silencio. Técnicas de elaboración del guión.

Producción verbal para textos visuales y audiovisuales.

Relaciones y diferencias entre los distintos textos. Textos verbales en distintos soportes, formatos y géneros. Tipografías. Edición. El texto verbal y la fotografía. El texto verbal en el cine o el video. El doblaje.

El texto verbal en la producción multimedial.

Textos e hipertextos. Textualidad, metatextualidad e hipertextualidad. El texto lineal, el texto disperso y el texto abierto. Los nexos hipertextuales. Autor y lector de hipertextos. El lector como autor.

● **Industria Cultural**

Expectativas de Logros

- ◆ Analizar el propio contexto sociocomunitario desde la perspectiva de la industria y el consumo cultural, identificando sus características y métodos.
- ◆ Describir y explicar la incidencia de la industria cultural en el mundo contemporáneo.
- ◆ Diseñar proyectos comunitarios vinculados con la industria cultural, particularmente relacionada con el mundo adolescente.

Sociedad y consumo en la contemporaneidad

Producción y consumo. Cultura y políticas públicas. Instrumentos legales. Dimensión económica de la cultura. Mercancía cultural y cultura industrializada. El consumo cultural. Mercado interno y mercado internacional de la cultura. Los productos. Los diseños. Las funciones del marketing y la publicidad.

La industria cultural

El mercado de Arte. Costos de producción y exhibición. Marchands. Tipos de exposición. Coleccionismo. Subastas. Cotizaciones. Galerías y Museos. Ferias y exposiciones. Crítica de arte y publicaciones especializadas. Catálogos. Formas de preservación del patrimonio cultural. El Centro Cultural y su rol comunitario. La información como mercancía.

El público

Definición del “nuevo público”. Gustos y costumbres. Homogenización / estandarización. Arquetipo / estereotipo. Adolescentes y consumo cultural. El ocio y el tiempo libre. Las audiencias.

• Publicidad y Marketing

Expectativas de Logros

- ◆ Analizar y reflexionar acerca de los mensajes publicitarios en distintos soportes, géneros y formatos, identificando mensajes explícitos e implícitos y en especial en aquellos del propio entorno socioeconómico, próximo a los jóvenes.
- ◆ Establecer relaciones entre publicidad, marketing, organización y consumo, a partir del análisis de las imágenes.

- ♦ Producir mensajes publicitarios, en el marco de proyectos de simulación de campañas con temáticas vinculadas a la vida cotidiana de los jóvenes.

Contenidos Conceptuales

Marketing y mercado

Mercadotecnia. Productos y marcas. Tipos de marketing: marketing de productos y de servicios, masivo y selectivo, directo e internacional. Estudios e investigación de mercado. La oferta y la demanda. El consumidor: necesidades, valores y comportamientos.

Imagen, publicidad y producto

Concepto de producto. Concepto de imagen. Diseño, consumo y marketing. Packaging, presentación, exhibición. Campañas de promoción, difusión y ventas. Productos y destinatarios. Nacimiento y desarrollo de la publicidad. Funciones de la publicidad. Ética, estética y publicidad.

Imagen y organización

Comunicación institucional. Construcción de imagen en la organización. La organización como producto. Campañas de promoción y difusión de la organización. Comunicación y publicidad empresarial: contenidos y estrategias.

Publicidad, imagen y Marketing

Publicidad y comunicación. El mensaje. Lo verbal y lo no verbal en la publicidad. Forma, color y composición en la imagen publicitaria. El mensaje publicitario: denotación y connotación. Estructura del mensaje publicitario. Destinatarios. Técnicas y estrategias publicitarias. Creatividad publicitaria. Campañas y slogans publicitarios. La agencia de publicidad. Tipos de spots publicitarios: gráficos (prensa, vallas callejeras, otros), radial, film o video publicitario, televisiva, publicidad en red: sistemas de telecompra, entre otros. Lectura de la imagen publicitaria.

Publicidad, imágenes y jóvenes

Audiencia joven, sus características. Publicidad “para” jóvenes. Imagen, gustos y moda. Las imágenes en vallas publicitarias, gigantografías, tapas de producción discográfica, entre otras.

• **Lenguaje Multimedial**

Expectativas de Logros

- ◆ Analizar documentos multimediales, integrando lenguajes y soportes diversos, identificando equipos y programas para su realización, para acceder a una lectura crítica de los mismos.
- ◆ Diseñar proyectos sencillos de producción multimedial.
- ◆ Producir documentos multimediales de relativa complejidad en función de propósitos y destinatarios previamente definidos.

Contenidos Conceptuales

Multimedia

Las acepciones de esta denominación. Las nuevas tecnologías multimedia: definición y clasificación. Información y comunicación en el documento multimedia. Tipos de documentos multimediales interactivos y no interactivos. Diferencias entre el lenguaje multimedial, los lenguajes que integran lo multimedial y los lenguajes de programación.

Producción multimedial

El texto verbal: procesamiento informático. Características del texto verbal para

productos multimediales. Posibilidades expresivas y comunicativas. Valor icónico del texto verbal. Funciones del texto verbal en el producto multimedial, según géneros y propósitos.

El texto sonoro: características. Edición analógica y digital. Dispositivos de captura y grabación de sonido, digitalización y manipulación. Principales recursos: la palabra oral, la música, los efectos sonoros, el silencio. El sonido en el producto multimedial.

El texto visual: gramática audiovisual. Fotografía y video en el producto multimedial. Tratamiento informático. Digitalización y comprensión.

El texto multimedial como documento integrado.

Recepción de documentos multimedia.

Uso individual y de masas. Modelos de interactividad y nivel de participación del usuario. Modelos de análisis de productos multimediales interactivos.

Almacenamiento, distribución, transmisión y consulta de documentos multimediales

Medios de difusión. Sistemas tradicionales y digitales. Sistemas de comunicación interpersonal: telemática, teléfono, correo electrónico. Redes de información. INTERNET.

• Lenguas y Cultura Global

Expectativas de Logros

- ♦ Analizar las formas de representación en distintos lenguajes artísticos y comunicacionales, sus contextos de producción y recepción, identificando las cualidades formales y estéticas de las producciones.
- ♦ Investigar conceptos pertinentes para la comprensión y valoración del proceso de globalización de la cultura y del rol de las lenguas a través de las redes informáticas.

- ♦ Comprender e interpretar críticamente una amplia gama de discursos auténticos escritos y orales acerca de temas de referencia, reconociendo sus finalidades y los contextos de comunicación correspondientes.
- ♦ Producir textos coherentes y apropiados al registro de distintas situaciones de investigación, con razonable fluidez y corrección; reflexionar sobre el proceso.

Contenidos Conceptuales

Cultura global

Cultura y culturas. Caída de barreras culturales. El flujo de personas, capital, productos, información, ideas e imágenes. La cultura global como factor de refuerzo de las culturas locales. Homogeneización y resistencia cultural. Movimientos fundamentalistas. Culturas resistentes. Exportaciones de la cultura global. Unidad en la diversidad. Patrones de interpretación y conceptualización. Hacia una ética global. Mitos y ritos. La resolución global de problemas. Conciencia global.

Sociedad global

Desestabilización e hibridación de etnicidad, nacionalidad, comunidad y cultura. Paradigmas culturales etnocéntricos v. Cultura dialógica. Polarización. Alianzas locales, étnicas y subculturales en un proceso de postmodernización de hiperdiferenciación. Construcción y reconstrucción de las identidades culturales y nacionales. Flujos mediáticos transnacionales. Crítica del imperialismo mediático. Los medios en la construcción del espacio y el tiempo. La historia como factor catalizador de los procesos de globalización.

Comunicación e información

La comunicación como infraestructura de la cultura global. Los medios masivos. Comunicaciones electrónicas, satelitales, geocéntricas móviles, televisivas, teleconferencias. La WWW. El tiempo y el espacio virtuales. El crecimiento y diversidad del conocimiento: su dinamicidad en la transmisión. El conexionismo

cibernético en las culturas e identidades locales. Agencias internacionales de noticias y el postcolonialismo. Ideología e información. El Tercer Mundo. Medios locales y grupos minoritarios. Presencia de las lenguas aborígenes y otras comunidades minoritarias en los distintos medios.

Lenguas

La Declaración Universal de Derechos Lingüísticos. El Acuerdo Marco 15. Multilingüismo. Etnografía de la comunicación. Organizaciones internacionales: UN, CEE, MERCOSUR, el Consejo Europeo de Cooperación Cultural. La educación lingüístico / comunicativa global. Tipos de lenguas (maternas, segundas, extranjeras, de contacto, vesiculares). Variedades sociolingüísticas, la intercomprensión, la competencia intercultural e identidad nacional. La literatura postcolonial transcultural. Literaturas no convencionales. Tipologías textuales. Los textos polisémicos.

Las Artes en la Cultura Global

Procesos y experiencias creativos en la educación en artes. Redes y centros de artistas, educadores y especialistas de la tecnología de las comunicaciones. Desarrollo de proyectos en colaboración y multimediales para producir trabajos de arte, crítica artística y materiales educativos. Experiencias tecnológicas innovadoras en las Artes. La comunicación transcultural. Implicancias teóricas. Las artes globales. Una nueva estética de imaginario personal / nacional / regional con el nuevo continuo electrónico de espacio y tiempo. Bases epistemológicas y teorías de estas nuevas prácticas del “nuevo arte”.

8. Contenidos Actitudinales Generales

Los contenidos actitudinales del Area que se desarrollen son transversales a los Contenidos Conceptuales y Procedimentales que se presentan en la Modalidad Comunicación, Artes y Diseño. Todos ellos tienden al desarrollo en los jóvenes de esta etapa de una " actitud estética" y comunicativa frente a la vida.

Desarrollo Personal.

- Disfrute de las manifestaciones artísticas y su realización.
- Interés por las producciones artísticas de su entorno y de otras culturas.
- Valoración estética y fundada de sus producciones y de las producciones que observa.
- Respeto y flexibilidad por las producciones diferentes.
- Solidaridad y cooperación en el trabajo en equipo.

- Compromiso en los proyectos individuales y/o grupales que emprende.

Desarrollo Sociocomunitario.

- Valoración de los productos y manifestaciones artísticas de su pueblo y de otros grupos culturales como expresión del patrimonio artístico común.
- Compromiso en la preservación del patrimonio artístico y cultural.
- Actitud participativa y solidaria en proyectos culturales, grupales, institucionales y comunitarios.
- Valoración de las producciones como producto del esfuerzo de todo un grupo de trabajo.

Desarrollo del Conocimiento Científico - tecnológico.

- Valoración crítica de los aportes científicos y tecnológicos al campo de las producciones artísticas y comunicacionales.
- Valoración por la indagación, el análisis y el rigor de pensamiento en las manifestaciones artísticas y sus relaciones con otras formas de producción humana.

Desarrollo de la Comunicación y la Expresión.

- Respeto por sus propias posibilidades expresivas - comunicativas.
- Disposición positiva ante situaciones nuevas.

- Valoración del área como vía de expresión y comunicación.
- Proyección de formas originales y creativas, como producto de la integración con otros lenguajes de expresión: teatrales, visuales, plásticos, acústicos, musicales.
- Aprecio por las manifestaciones de otros grupos humanos como expresión de las dimensiones importantes de la persona.
- Actitud crítica ante los medios masivos de comunicación social.
- Apertura ante los nuevos recursos tecnológicos para enriquecimiento de las posibilidades expresivo - comunicativas.
- Valoración de los productos artísticos como vías de comunicación e intercambio cultural.

9. Orientaciones Metodológicas

Los actuales enfoques de las Artes y la Comunicación en la Educación Polimodal, requieren para su implementación la consideración de algunas recomendaciones:

- Las características socioculturales y los recursos propios de la región se convertirán en elementos disponibles para la concreción de los propósitos educativos.
- La adopción de diferentes formatos curriculares como seminario, taller o laboratorio, permitirán generar proyectos de investigación individual o grupal para profundizar enfoques y teorías sobre procesos comunicacionales diversos. Por ejemplo: en el tiempo de “laboratorio comunicacional” se indagará y

experimentará sobre textos verbales y no verbales y sus vinculaciones con la recepción.

- Los espacios curriculares podrán adquirir formatos diferentes según los diferentes momentos de las acciones pedagógicas. Por ejemplo en el espacio Lenguaje, arte y comunicación: en el primer cuatrimestre “laboratorio de materiales y soportes” para implementar “Taller de producción de los lenguajes” en el segundo cuatrimestre con el diseño de proyectos de producción y su realización y reflexión sobre los mismos.
- Los planteos de proyectos de investigación escolar que incluyan hipótesis, formulación de explicaciones provisorias, indagación y exposición de conclusiones; deben ser procesos que tanto el alumno como el docente deben transitar como instancias de retroalimentación hacia la consecución de producciones finales.
- La utilización de medios audiovisuales en el proceso de enseñanza – aprendizaje debe ser enriquecedora en el sentido de comprender y llegar a leer críticamente las imágenes (segmentos audiovisuales, spots publicitarios, videoclips, telefilmes...), a descubrir las posibilidades de enriquecimiento o de manipulación de los mismos y a reflexionar con ellos acerca de su realidad más próxima para ejercer su derecho como espectador.

11. Bibliografía

- 📖 *Contenidos Básicos Comunes para la Educación Polimodal.* 1997. Consejo Federal de Educación.
- 📖 *Propuesta de Programas Indicativos para los Espacios Curriculares de la Educación Polimodal.* IX Reunión. Noviembre de 1998. Seminario Federal Cooperativo para la Transformación Curricular.
- 📖 *Propuesta de Programas Indicativos para los Espacios Curriculares de la Educación Polimodal.* Modalidad Comunicación, Artes y Diseño. Ministerio de Educación y Cultura de la Nación.
- 📖 *Fuentes para la Transformación Curricular.* Área Artística. 1996. Ministerio de Cultura y Educación de la Nación.
- 📖 Acha Juan – Colombres A. *Hacia una teoría americana del Arte.* Ediciones del Sol. Bs. As. 1991.
- 📖 Acha Juan. *El consumo artístico y sus aspectos.* Edit. Trillas. México. 1988.
- 📖 Alonso M. Y Matello Luis. *Imágenes en acción.* Akal. Madrid. 1990.
- 📖 Angolotti. *Comic, títeres y teatro de sombras.* Edit. de la torre. España. 1990.
- 📖 Aparici Roberto. *El comic y la fotonovela en el aula.* Comunidad de Madrid. Consejería de la Nación. 1989.
- 📖 Aparici Roberto. *La revolución de los medios audiovisuales.* Edic. de la Torre. Madrid. 1993.
- 📖 Aparici Roberto. *Lectura de imágenes.* Edic. de la Torre. Madrid. 1987.
- 📖 Arheim Rudolf. *Consideraciones sobre la educación artística.*
- 📖 Benavidez. *Lenguaje publicitario.* Síntesis. España. 1997.
- 📖 Berlo, David. *El Proceso de la Comunicación.*
- 📖 Billoroud. *Introducción a la publicidad.*
- 📖 Bourdieu P. *Sociología del Arte.* Nueva Visión. Bs. As. 1972.
- 📖 Calabrese, Omar. *El lenguaje del arte.* Paidós. Bs. As. 1987.
- 📖 Camacho Jairo. *Curso de Diseño Gráfico.* Educar Cultural. Recreativa S.A. Bogotá. Colombia. 1992.

- 📖 Camparato, Doc. *El guión. Arte y técnica de la escritura para cine y T.V.* Secretaría de Extensión Universitaria y Bienestar Estudiantil Oficina de Publicaciones de CBC. UBA. 1997.
- 📖 Cohen Dorothy. *Publicidad Comercial.* Ed. Diana.
- 📖 Dennis Brian. *Proyectos sonoros.* Ricordi. Bs. As. 1991.
- 📖 Eisner Elliot. *Educación la visión artística.* Paidós. Educador. Bs. As. 1995.
- 📖 Garden Howard. *Arte, Mente y Cerebro.* Edit. Paidós.
- 📖 Garden Howard. *Las Inteligencias múltiples.* Edit. Paidós.
- 📖 Garden Howard. *Mentes creativas.* Edit. Paidós.
- 📖 Giovannini, Giovanni. *Del Pedernal al Silencio. Historia de los medios de comunicación masiva.* Eudeba. 1992.
- 📖 Groisman M., La Ferla J. *El medio es el Diseño.* Oficina de Publicaciones del CBC, UBA. Junio de 1996
- 📖 Gualdes M. *Didáctica de una cultura de lo corporal.* Edit. Del autor. 1994.
- 📖 Howard Gardner.
- 📖 Humphrey D. *El Arte de crear danzas.* Eudeba.
- 📖 Kaplun. *Una Pedagogía de la Comunicación.* De la Torre. España. 1997.
- 📖 Lewis Rowel. *Introducción a la Filosofía de la música.* Edit. Gedisa.
- 📖 Moles A. *La imagen. Comunicación funcional.* Edit. Trillas. México. 1991.
- 📖 Ortiz, L. *La producción colectiva de lo dramático.* Club de Estudios. Bs. As. 1994.
- 📖 Perkins. *El lenguaje cinematográfico.* Edit. de la Torre. España. 1997.
- 📖 Rodríguez. *Comunicación y lenguaje juvenil.* Edit. Fundamentos. España.
- 📖 Roederer Juan G. *Acústica y Psicoacústica de la música.* Ricordi. 1997.
- 📖 San Martín Patricia. *Educación Artística y tecnología.* Homo Sapiens. Ediciones. Rosario. 1997.
- 📖 Snacke Ayecha Hugo. *Comportamiento del consumidor.*
- 📖 Sunsunegui Santos. *Pensar la imagen.*
- 📖 Trastoy Beatriz, Zaya de Lima Perla. *Los lenguajes no verbales en el teatro argentino.* Dep. de Artes. Facultad de Filosofía y Letras. Oficina de Publicaciones. CBC, UBA. 1997.
- 📖 Violeta H. de Gainza. *La Educación Musical frente al futuro.*
- 📖 Violeta H. de Gainza. *La transformación de la educación musical a las puertas del Siglo XXI.* Edit. Guadalupe.

-  Violeta H. de Gainza. Nuevas Perspectivas de la Educación Musical. Edit. Guadalupe.
-  Zavaleta M. T. Evaluación de Materiales Audiovisuales para la Enseñanza. Eudeba. 1997.

Videografía

-  Animúsica. Music. Ediciones Ynamic.
-  Colección Artes y Artísticas. Blackman. Librería del Video S.A.
-  Colección Documentos. Historia del Cine Argentino. Blakman. Librería del Video S.A.
-  Colección Documentos. Historia del Cine Mundial. Blakman. Librería del Video S.A.
-  Fotografía. Leyendo fotografías. Mandra. B.A. Prod. Dist.
-  Grandes culturas del mundo. Edic. Folio S.A. Madrid. 1993.
-  Serie Homenaje al Teatro Argentino. Blakman. Librería del Video S.A.