

COLEGIO NACIONAL DE MONSERRAT
ESPACIO OPTATIVO: Jóvenes Emprendedores
QUINTO AÑO
2026

Docente: Julio Hernandorena

FUNDAMENTACIÓN

Este espacio optativo dirigido a jóvenes emprendedores brinda herramientas a los y las estudiantes para desarrollar un plan de negocios para los futuros emprendimientos que decidan realizar a lo largo de sus vidas.

Un plan de negocios es una herramienta necesaria para ayudar a organizar los inicios de un negocio, analizar la viabilidad del proyecto y tomar decisiones en los momentos clave.

OBJETIVOS GENERALES

- Conceptualizar un negocio y generar la documentación necesaria para presentar a posibles inversores.
- Desarrollar una metodología de trabajo en la elaboración de un plan de negocios.

COMPETENCIAS

- Trabajo en equipo
- Creatividad
- Pensamiento crítico
- Liderazgo
- Seguridad personal
- Cálculo financiero

CONTENIDOS

1. Introducción al plan de negocios.
2. Análisis de la industria.
3. Análisis del mercado.
4. Productos y servicios.

5. Descripción del negocio.
6. Estrategia de marketing y ventas.
7. Operaciones y administración.
8. Plan de ingresos. Plan de costos fijos.
9. Plan de implementación.
10. Plan de contingencia y emergencia.
11. Resumen ejecutivo.

METODOLOGÍA

La estrategia para el desarrollo de cada una de las unidades del espacio se centrará principalmente en la presentación de los contenidos, proponer las discusiones y los ejemplos de aplicación para comprobar el nivel de comprensión. Luego se procede a la aplicación de esos conceptos a cada uno de los negocios que los grupos están llevando adelante. En todos los encuentros se aprovechará el tiempo restante de las actividades presenciales para avanzar con cada uno de las partes de los planes de negocios grupales.

Los recursos que se utilizarán serán el libro de texto propuesto como acompañamiento de los contenidos y plantillas modelo para la elaboración de las diferentes herramientas que componen el plan de negocios. De manera opcional se podrá utilizar presentaciones multimedia y/o videos para algunos de los conceptos del espacio.

PRODUCCIÓN FINAL

- ✓ *Breve descripción del carácter de la producción.*

El producto final del espacio es un plan de negocio desarrollado por el alumnado sobre la elaboración de un producto o la prestación de un servicio. Se deja la libertad de la elección del grupo y del emprendimiento a los y las estudiantes, en caso de ser necesario el docente propondrá el producto o intervendrá en la formación del grupo.

- ✓ *Pautas para la producción final*

La producción final se realizará de manera grupal en el cual cada integrante de ese grupo tendrá asignadas sus responsabilidades y roles dentro de la organización que crearon para este espacio optativo. La producción final debe ser presentada de manera oral acompañada con una presentación audiovisual.

- ✓ *Tiempo y cronograma para la ejecución de la producción.*

El plan de negocio se desarrollará a lo largo de los encuentros entre el tiempo dedicado al espacio optativo y algunas tareas que se llevará el grupo para realización fuera del aula.

La presentación del plan de negocios se realizará en el último encuentro dedicándoles unos 30 minutos por cada grupo.

✓ *Criterios de evaluación*

Se aprobará el espacio con la entrega del plan de negocio completo en todas sus secciones con al menos un producto o servicio. Se tomarán como aspectos distintivos que incrementarán la valoración: la cantidad de productos en el plan, la complejidad del producto, la innovación en el producto, la responsabilidad con el medio ambiente, etc.

BIBLIOGRAFÍA PARA ESTUDIANTES

Dickson, G. B. (2007). *Como preparar un plan de negocios exitoso*. Ed. McGraw-Hill. Interamericana.

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Día	horas reloj presenciales	Contenido	Actividades
27/02	3	Presentación del espacio. Roles y formación de grupos. Qué es y para qué sirve un plan de negocios.	Discusión de roles y creación de grupos.
02/03	3	Análisis de la industria. Análisis del mercado.	Enumeración y discusión de los diferentes mercados e industrias y encuadre de los grupos dentro de ellos.
03/03	3	Productos y servicios. Descripción del negocio.	Enumeración de productos y servicios conocidos por los alumnos.
04/03	3	Estrategia de marketing y ventas.	Realización de encuesta de los canales de promoción y venta utilizados por los/las alumnos/as y análisis de los resultados. Google Forms para estimación de demanda.
05/03	3	Operaciones y administración. Plan de ingresos y costos fijos.	Actividades de llenado de un organigrama tipo para cada uno de los integrantes y discusión de las responsabilidades de cada uno en dicho puesto. Cálculo de ingresos previstos.
06/03	3	Plan de implementación.	Elaboración de un plan de implementación modelo.
09/03	3	Plan de contingencia y	Elaboración de plan de

Anexo 4 - Colegio Nacional de Monserrat - ESPACIO OPTATIVO - Quinto año - Plan de Estudios 2018 – Vigente para el ciclo lectivo 2026

		emergencia.	contingencia y emergencia para una situación dada.
10/03	3	Resumen ejecutivo	Elaboración del resumen ejecutivo del plan de negocios de los grupos
11/03	3	Integración de las partes del plan de negocios y estado de avance del producto de los grupos.	Integración de los avances de cada una de las partes del plan y repaso para presentación.
12/03	3	Presentaciones/entregas de trabajos finales	
		Recuperatorio	

COLEGIO NACIONAL DE MONSERRAT

ESPACIO OPTATIVO: Diseño en acción: emprendimiento de remeras estampadas

QUINTO AÑO

2026

Docente: Florencia María Leyba

FUNDAMENTACIÓN

Esta unidad curricular se propone como un espacio de aprendizaje dinámico, enfocado en el desarrollo de habilidades creativas y emprendedoras a través de la producción de objetos textiles estampados. Tiene como objetivo brindar al estudiantado herramientas prácticas y conceptuales para explorar el diseño, la producción y la comercialización de productos de forma colaborativa y orientada a proyectos.

En un contexto en el que la capacidad de emprender y autogestionar proyectos creativos resulta cada vez más relevante, este EO busca integrar los conocimientos de las distintas técnicas de estampación: sublimación, serigrafía y vinilo termotransferible con el desarrollo de competencias emprendedoras. A través de la creación de una marca y la producción de productos para su comercialización, se ofrecen experiencias educativas concretas que vinculan el diseño con la realidad del mercado laboral.

La implementación de la metodología de Aprendizaje Basado en Proyectos (ABP) permite que los y las estudiantes sean protagonistas de su propio proceso de aprendizaje, desde la conceptualización de una idea hasta la presentación y venta de los productos diseñados. Esta metodología promueve el trabajo en equipo, el pensamiento crítico y la toma de decisiones, competencias clave en el ámbito productivo y profesional.

El espacio también pone especial énfasis en el uso de las TIC, incentivando la búsqueda de información, el diseño digital y la utilización de redes sociales como plataformas de difusión y comercialización. De esta manera, se potencia no solo el aprendizaje técnico, sino también el desarrollo de competencias digitales esenciales en el mundo contemporáneo.

Finalmente se pretende formar a los y las jóvenes para que sean capaces de gestionar sus propios emprendimientos creativos, ofreciéndoles una oportunidad de descubrir su potencial para crear productos con valor artístico y comercial. Al hacerlo, se les proporciona herramientas que no solo les serán útiles en un posible futuro laboral, sino que también contribuirán a su desarrollo personal, fomentando la autonomía, la innovación y la capacidad de emprender.

OBJETIVOS GENERALES

Que los y las estudiantes:

- Incorporen técnicas y herramientas de diseño y producción mediante la creación de remeras estampadas.
- Desplieguen su potencial creativo
- Desarrollen su capacidad de innovación y espíritu emprendedor a través de las herramientas de gestión de pequeños proyectos productivos.
- Adquieran y apliquen el valor del trabajo colaborativo, el pensamiento crítico y la resolución de problemas.

COMPETENCIAS

- Capacidad para planificar y gestionar de manera autónoma las distintas etapas de un proyecto de diseño y producción.
- Desarrollo de la iniciativa personal, asumiendo la responsabilidad en la toma de decisiones dentro del proceso creativo y productivo.
- Aplicación de técnicas de estampación para crear productos originales y atractivos, con un enfoque innovador en el diseño gráfico y textil.
- Desarrollo de habilidades para trabajar en equipo, fomentando la cooperación, el respeto por las ideas de los demás y la responsabilidad compartida.
- Dominio de las técnicas de sublimación, serigrafía y vinilo termotransferible.
- Desarrollo de habilidades para la creación, gestión y difusión de un emprendimiento, aplicando conceptos básicos de comercialización de productos.
- Uso estratégico de las TIC.

CONTENIDOS

Introducción al diseño textil y técnicas de estampado:

- Principios básicos del diseño gráfico aplicados a la indumentaria.
- Nociones básicas de composición de estampas.
- Técnicas de estampado artesanal: serigrafía, sublimación, vinilo textil.

Diseño y desarrollo de producto:

- Conceptualización de una marca personal.
- Creación de prototipos: bocetos, paletas de colores y elección de materiales.
- Producción de remeras estampadas personalizadas.

Gestión de emprendimientos:

- Planificación y desarrollo de un proyecto productivo.
- Organización del trabajo en equipo y distribución de roles.
- Gestión del tiempo y recursos.

Comercialización:

- Comercialización de productos: canales de venta y fijación de precios.

METODOLOGÍA

El taller sigue la metodología de Aprendizaje Basado en Proyectos (ABP), donde los/as estudiantes, organizados/as en equipos, desarrollarán de principio a fin su propio proyecto de diseño y producción de remeras estampadas. Lo realizarán de manera autónoma, pero dirigidos y acompañados por la docente quién impartirá los contenidos técnicos y conceptuales necesarios. Se fomentará la exploración y la integración de conocimientos mediante la práctica y la experiencia, para desarrollar habilidades que sean directamente aplicables en el mundo real.

Cada grupo deberá conceptualizar una marca, diseñar sus productos, producir un prototipo y planificar su comercialización. A lo largo del proceso, el estudiantado aplicará los conocimientos adquiridos, enfrentando desafíos reales y tomando decisiones claves sobre su proyecto.

El proceso de aprendizaje se dividirá en diferentes etapas:

Etapas:

Etapas:

Etapas:

Etapas:

Etapas:

Etapas:

PRODUCCIÓN FINAL

Se creará un emprendimiento de producción y venta de remeras diseñadas y estampadas por los y las estudiantes del espacio. Se realizará una presentación final al curso donde se compartirá el proyecto y su proceso de creación. El trabajo será grupal, para la realización del mismo se dividirán las tareas, cada uno/a tendrá diferentes roles y funciones. Se evaluará a cada estudiante según su desempeño a lo largo del cursado, su participación y rol dentro del equipo de trabajo. Asimismo, se evaluará la habilidad para aplicar las técnicas de estampación abordadas, la originalidad en el proceso creativo de los diseños y la propuesta del emprendimiento, así como la correcta aplicación de los conceptos de emprendedurismo y comercialización.

BIBLIOGRAFÍA

- De Agüero Servin, M. de G. (2017). *Manual de técnicas experimentales para la creación de telas de corto metraje*. Universidad Iberoamericana Ciudad de México. Publicación electrónica. ISBN: 978-607-417-475-5.
- Dillon, S. (2012). *Principios de Gestión en Empresas de Moda*. Editorial GG.
- Kotler, P., Armstrong, G. (2008). *Fundamentos de Marketing. Octava edición*. Ed. Pearson Educación.
- Posner, Harriet. (2011). *Marketing de Moda*. Editorial GG.

- Russell, A. (2013). *Principios básicos del diseño textil*. Ed. Gustavo Gili.
- Udale, J. (2015). *Diseño textil, tejidos y técnicas*. Ed. Gustavo Gili.

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES DE CLASES

Fecha	Horas cáted. presenciales	contenido/actividad
Día 1	4	Introducción al espacio, metodología de trabajo y contenidos. Nociones básicas sobre diseño y composición de estampas.
Día 2	4	Exploración con los diferentes elementos compositivos: relación figura – fondo, formas, líneas, planos, creación de módulos, escalas, equilibrio. Diseño de estampas, ejercitación.
Día 3	4	Técnicas de estampación: Sublimación /Vinilo termotransferible.
Día 4	4	Técnicas de estampación: serigrafía
Día 5	4	Gestión de proyectos: <ul style="list-style-type: none"> • Planificación y desarrollo de un proyecto productivo. • Organización del trabajo en equipo y distribución de roles. • Gestión del tiempo y recursos
Día 6	4	Comercialización: <ul style="list-style-type: none"> • Introducción a la comercialización, nociones básicas. • Comercialización de productos: canales de venta y fijación de precios.
Día 7	4	Etapa 1: Definición del proyecto Elección de temáticas para las remeras y diseño del concepto de marca.
Día 8	4	Etapa 2: Diseño y producción Realización de bocetos y prototipos de las remeras con técnicas de estampado.
Día 9	4	Etapa 3: Comercialización y presentación del proyecto Creación de un plan de difusión de la marca en redes sociales.
Día 10	4	Presentación y exposición en clase de los proyectos.

COLEGIO NACIONAL DE MONSERRAT

ESPACIO OPTATIVO: “EDUCACIÓN FINANCIERA: *finanzas personales*”

QUINTO AÑO

2026

Docentes: Gloria Anahí Sosa – José Antonio Tapia

FUNDAMENTACIÓN

La presente propuesta de espacio creativo se basa en un conjunto de ejes generales que se toman como faros para la planificación, el desarrollo y la puesta en práctica de esta propuesta, ellos son los siguientes: la formación en valores humanistas; la promoción de desarrollo de capacidades financieras como una herramienta para la inclusión social; el carácter propio dado para los espacios optativos, en el Plan de Estudios 2018, el cual afirma que estos deberían cumplir la función de ... *“proporcionar una formación más especializada, que tenga relación con las distintas unidades curriculares que se enseñen...”*¹ y por último, la relación educación secundaria con el mundo a través del desarrollo de competencias *“que les sirvan para desenvolverse en cualquier trabajo o empleo, y que también les sean útiles para encarar la continuidad de sus estudios o simplemente la vida...”*²

La realidad educativa contemporánea, evidencia una gran disparidad en torno al acceso a la educación financiera, lo cual genera desigualdades muy profundas en relación a una herramienta que los jóvenes (de acuerdo a la edad a quién está dirigido el espacio) están muy próximos a necesitar para incorporarse en relaciones comerciales cotidianas y con más trascendencia, en sus primeras proyecciones acerca de su vida futura. En este sentido, la formación de ciudadanos conscientes capaces de tomar decisiones financieras responsables, y de manejar recursos económicos propios, va en sintonía con el Plan Nacional de Educación Financiera de nuestro país que dentro de sus acciones proyectadas incluye *“la incorporación de contenidos de educación financiera en la currícula de las escuelas secundarias”*³.

En función de los lineamientos del Plan de Estudio vigente, este espacio se presenta en formato seminario-taller con el objetivo de que los y las estudiantes puedan construir

¹ PROPUESTA NUEVO PLAN DE ESTUDIOS DE NIVEL SECUNDARIO. COLEGIO NACIONAL DE MONSERRAT. En el marco de la ley Nacional de Educación 26.206, las Resoluciones del CFE y la Orientación Humanista. CÓRDOBA, NOVIEMBRE DE 2017.

² PROPUESTA NUEVO PLAN DE ESTUDIOS DE NIVEL SECUNDARIO. COLEGIO NACIONAL DE MONSERRAT. En el marco de la ley Nacional de Educación 26.206, las Resoluciones del CFE y la Orientación Humanista. CÓRDOBA, NOVIEMBRE DE 2017.

nuevos saberes desde la práctica y mediante el desarrollo de actividades en grupos colaborativos de trabajo, que los acerquen de manera directa con las temáticas propias de la educación financiera; y además porque el trabajo final como una producción que cierra el proceso, es facilitadora de la concreción de los objetivos propuesto por el espacio.

OBJETIVOS GENERALES

Que los jóvenes que se encuentran próximos a finalizar sus estudios secundarios, logren:

- Conocer y utilizar herramientas prácticas para comprender básicamente la economía y el sistema financiero.
- Incorporar valores ciudadanos relacionados a la economía, como el consumo responsable, la administración transparente de recursos propios, la responsabilidad en la toma de decisiones.
- Adquirir capacidades de planificación estratégica para la toma de decisiones en relación a proyectos propios y/o comunes.
- Comprender la funcionalidad del dinero y reflexionar sobre su relación con los proyectos personales.
- Incorporar comprensivamente los conceptos básicos en materia económica: ingresos, gastos, ahorros, créditos, inversiones.

COMPETENCIAS

- Manejo de herramientas financieras básicas.
- Criterio de pensamiento analítico reflexivo sobre cuestiones de índole económica.
- Habilidades prácticas para la planificación y administración de los recursos.
- Actitud responsable frente a los desafíos propios de las relaciones comerciales fundamentales (consumo, ahorro, inversión, toma de deuda)
- Capacidad de identificación de las diferentes formas y canales de ingresos dinerarios y razonamiento crítico sobre la función e importancia del dinero.
- Capacidad de fundamentación en la toma de decisiones y de argumentación en las propuestas de trabajos prácticos.
- Trabajo colaborativo y en equipo en la formulación, desarrollo y presentación de los trabajos finales.

CONTENIDOS

UNIDAD 1: INTRODUCCIÓN FINANCIERA: ¿Cuánto sabemos del dinero que nos rodea?

- A. Finanzas Personales: Nociones previas. Economía familiar. Capacidades, aptitudes y habilidades financieras: Principios de economía responsable.
- B. El Dinero: Función económica. Su importancia y su influencia en las relaciones sociales. Tipos de dinero; identificación y formas modernas de dinero. Uso responsable y eficiente.
- C. El Presupuesto Personal: Utilidad e Importancia. Componentes del presupuesto. Pasos para elaborar un presupuesto.

UNIDAD 2: ¿Cómo organizar mi propio dinero?

- A. Ingresos Personales: Canales formales e informales de ingresos. Tipos de ingresos. Determinación del uso de los ingresos.
- B. Gastos Personales: Gastos fijos y variables. Consumo inteligente y consumo responsable.
- C. Ahorros Personales: Importancia y función económica. Posibilidades de ahorro en la economía doméstica actual.
- D. Inversiones Personales: Distintos canales de inversión. Relación de beneficios y riesgos.

UNIDAD 3: Nos animamos a manejar dinero

- A. Herramientas financieras modernas: La tecnología al servicio de las relaciones comerciales. Billeteras virtuales: Uso cuidadoso y eficiente. Comercio Virtual: Utilidad, beneficios y riesgos.
- B. Capacidades personales: Identificación de capacidades, destrezas y habilidades personales. Características del perfil financiero.

METODOLOGÍA

El espacio está diseñado para ser desarrollado como un proceso de relación didáctica continua y progresiva, que desde los conocimientos propios del grupo clase,

pueda generar aprendizajes significativos para el mismo. Bajo este enfoque didáctico de enseñanza, la metodología a utilizar es el formato de seminario-taller, secuenciado en tres momentos:

Presentación y Diagnóstico:

En los primeros encuentros se socializarán con el grupo clase, los objetivos del espacio de ser una propuesta que busca familiarizar a los y las estudiantes en el mundo de las finanzas, para generar confianza en el mismo y crear buenos hábitos y comportamientos en la administración y planificación financiera.

A través de encuestas virtuales exploratorias y de espacios de diálogo e intercambio de conocimientos y saberes previos sobre la temática, y de las motivaciones, deseos y expectativas del estudiantado; se busca clarificar el punto de partida para el desarrollo del espacio.

Desarrollo:

Durante esta etapa, se centrará el abordaje de los contenidos propuestos combinando espacios de encuentros presenciales, priorizando en los presenciales, el trabajo colaborativo y debates como instrumentos didácticos que generen un ámbito que incentive la participación de los y las estudiantes y estimule las capacidades de análisis, reflexión y aplicación de contenidos en situaciones concretas. Para ello, se planifican una combinación de clases, de carácter expositivas argumentativas apoyadas en recursos virtuales que luego den paso a momentos de intervención activa y participativa mediante la realización de actividades, guías de trabajo, resolución de casos, debate sobre simulación de situaciones, etc. La diversidad de propuestas buscará siempre la integración de los contenidos teóricos con las capacidades y habilidades prácticas que se postulan en los objetivos del programa.

La secuenciación de contenidos, se piensa de manera secuencial y progresiva que vaya incorporando los mismos desde lo general a lo particular, sobre la base de los conocimientos previos y personales, para luego dar paso a la aplicación de habilidades y actitudes más específicas dentro del contexto práctico de la educación financiera. Así, en la unidad dos; se desarrollan los conceptos básicos que permitan luego acceder con las herramientas necesarias al desarrollo de la tercera unidad, como una aplicación de los conocimientos adquiridos y que será la base de la producción final que se planifica.

Trabajo Final:

Los y las estudiantes producirán un trabajo final, consistente en una producción

que deberá ser presentada en formato papel por escrito y luego socializado en el grupo clase y defendida frente al mismo presencialmente de forma oral. En coherencia con la modalidad secuencial y progresiva que se planifica el desarrollo del espacio, el trabajo final también tendrá una secuencia de pautas de trabajo que deberá acreditar. Consistirá en un momento inicial, en el desarrollo de un emprendimiento mediante la combinación y aplicación de estrategias financieras y utilización de las herramientas teóricas que a lo largo del espacio han sido desarrolladas. Todo ello, deberá quedar plasmado en la confección del modelo de negocio Canva del emprendimiento desarrollado que contemple la estructura de componentes propios del mismo.

A los fines de su acreditación, se tomarán en cuenta como criterios de evaluación: la creatividad y originalidad de la producción, el cumplimiento de las pautas de trabajo explicitadas, la coherencia y pertinencia de las estrategias y herramientas utilizadas en relación al proyecto elegido, la diversidad de recursos utilizados en la presentación del trabajo, el interés y la participación manifestada en los encuentros presenciales, la actitud colaborativa y respetuosa en las puestas en común.

Se prevé su entrega al finalizar el espacio optativo, los grupos deberán presentarlo y defenderlo de manera oral, poniendo en juego también el desarrollo de habilidades blandas que constituyen un aprendizaje fundamental para la vida laboral futura de los y las estudiantes.

BIBLIOGRAFÍA y WEBGRAFÍA PARA ESTUDIANTES

B.C.R.A. Marco legal del sistema financiero argentino. (2022)

Gregory Mankiw. (2012) Principios de economía. Sexta Edición. Ed. Learning.

Martinez, Manuel y otros. (S/año) Educación financiera en enseñanza secundaria obligatoria. Guía para el alumnado. Banco de España.

M.S.yD.S.: Org. Internac. del Trabajo. (2019) Manual de alumno. Educación Financiera

M.E.N. Argentina. Plan Nacional de Educ. Financiera. (Argentina 2022)

Min. Educ. Pcia de San Luis. 2017. Programa de Educación Financiera Transversal. Cuadernillo Nivel Secundario.

Sistema financiero en: "<https://edufin.bbva.com.ar/course/view.php?id=30§ion=1>" y "<https://www.bcra.gob.ar/>" en apartado "sistema financiero/política financiera".

<https://www.bcra.gov.ar/BCRAyVos/Programas-Educacion-Financiera-bcra.asp>

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Día	Horas reloj presenciales	Contenido/Actividades
27/02	3	Presentación del espacio. Introducción al mundo de las finanzas. Actividad con preguntas diagnósticas
02/03	3	Dinero: Función económica. Trabajo en grupos: ¿Cómo concebimos el dinero a lo largo de nuestra vida?
03/03	3	El Presupuesto Personal: Utilidad e Importancia. Componentes del presupuesto. Pasos para elaborar un presupuesto.
04/03	3	Ingresos y Gastos Personales. Análisis de casos de la composición de ingresos y gastos de personas y/o grupos familiares diversos.
05/03	3	Ahorro e Inversión. Taller sobre ahorro e inversión en épocas de recesión.
06/03	3	Productos y Servicios bancarios. Trabajo de investigación sobre el uso de billeteras virtuales y plataformas digitales financieras, beneficios y desafíos para las personas adolescentes.
09/03	3	El Comercio Virtual: Taller en grupos sobre experiencias y conocimientos propios sobre compras y ventas virtuales. Debate sobre sus utilidades, ventajas y riesgos.
10/03	3	Perfil Financiero/Emprendedor: Trabajo colaborativo en base a encuestas y programas. Taller de autoconocimiento de capacidades, habilidades, gustos y preferencias (Ikigai).
11/03	3	Revisión de trabajos grupales, espacio de consulta y feedback de proyectos. Valoración y análisis crítico del espacio. Ronda de socialización reflexiva, relación entre expectativas y aprendizajes.
12/03	3	Presentaciones/entregas de trabajos finales
		Recuperatorio

COLEGIO NACIONAL DE MONSERRAT
ESPACIO OPTATIVO: Passeport Français (francés para viajar@s)
QUINTO AÑO
2026

Docentes intervinientes:

- **Cuevas, Natalia**
- **Fuente, María José**

FUNDAMENTACIÓN

Los intercambios culturales con Francia se convirtieron, finalmente, en una realidad. Esto hace que la necesidad de profundizar en el aprendizaje del francés se vuelva imperante. Los viajes son experiencias únicas y enriquecedoras y, son una oportunidad excepcional para reforzar los saberes y poner en práctica lo aprendido. Además de ser un momento único donde adquirimos conocimientos de todo tipo: no solo lingüístico sino también cultural. Nos centraremos en profundizar e incrementar los saberes lingüísticos del estudiantado para que, quienes realicen esta experiencia, puedan sentirse más seguros a la hora de comunicarse con sus pares.

Si bien la currícula de Francés Lengua Extranjera de 4to año brinda herramientas suficientes al alumnado para presentarse, hablar de sus gustos, de su familia, del colegio y de sus actividades cotidianas, entre otras cosas; es necesario, frente a la posibilidad real de comunicarse con sus pares en francés, afianzar la comprensión oral así como también, animar y fortalecer la producción oral. Puesto que los cursos son bastante numerosos, la producción oral y su evaluación no son suficientes para que el alumnado se sienta seguro de sí mismo. Sabemos que este déficit genera temor en los y las estudiantes que desean realizar la experiencia del intercambio.

La idea de este espacio es que el estudiantado adquiera más vocabulario relativo al viaje que desea realizar y logre de este modo una mayor confianza, no solo en la producción oral sino también en la comprensión del idioma.

OBJETIVOS GENERALES

- Profundizar y fortalecer la competencia en francés, sobre todo la comprensión y la producción oral.
- Promover la autonomía del estudiantado.

COMPETENCIAS

- Competencia lingüística en la comprensión oral y escrita y, sobre todo, en la expresión oral.
- Competencia comunicativa, específicamente en la oralidad, en situaciones relativas al turismo.
- Competencia intercultural.
- Competencia de creación colectiva y creativa, de trabajo en equipo.

CONTENIDOS

Unidad 1: Conocer los diferentes medios de transporte. Dar una fecha de partida y llegada. Dar y comprender una dirección. Orientarse en la ciudad. Preguntar y comprender un itinerario.

Unidad 2: Pedir una comida, una bebida. Preguntar y comprender un precio. Expresar el gusto, la preferencia alimentaria. Proponer una salida. Invitar y aceptar o rechazar una invitación. Llamar y responder una llamada o mensaje.

Unidad 3: Presentar–monumentos y/o establecimientos más importantes de una ciudad. Hacer recomendaciones sobre lugares y sitios de interés para visitar en una ciudad.

METODOLOGÍA

Nos proponemos implementar actividades que permitan desarrollar las cuatro competencias (comprensión y expresión tanto escrita como oral). Asimismo, el espacio concluirá con la elaboración de una presentación grupal sobre los temas abordados.

Dichas presentaciones serán presenciales. También puede plantearse algún tipo de mural colaborativo para que puedan ir publicando allí sus trabajos.

De esta manera se les solicitará la creación de un video, canva, podcast u otro recurso que elijan los alumnos/as para poner en práctica el vocabulario aprendido sobre las temáticas abordadas.

PRODUCCIÓN FINAL

- ✓ *El alumnado realizará un trabajo final sobre algún monumento o establecimiento de la ciudad de Córdoba que deseen presentar (puede ser el Colegio Nacional de Monserrat).*
- ✓ *La producción final será grupal, con grupos de hasta tres participantes como máximo. Los alumnos podrán optar por el formato para la presentación. Deberán crear videos, posteos o utilizar otros recursos para presentar oralmente el monumento o sitio elegido, como si se tratara de una visita guiada en la que incluirán fotos, comentarios históricos, sugerencias, etc.*
- ✓ *La realización de este trabajo se hará en dos etapas: La primera de selección del lugar e investigación sobre el mismo y, la segunda de organización del material y elaboración del producto final.*
- ✓ *Criterios de evaluación:*
 - *Coherencia y cohesión en el texto producido,*
 - *Uso correcto de vocabulario, expresiones adecuadas a la temática,*
 - *Fluidez en la oralidad,*
 - *Comunicación exitosa: expresarse bien y hacerse entender,*
 - *Prolijidad, cumplimiento de consignas y plazos de entrega,*
 - *Creatividad.*

BIBLIOGRAFÍA PARA ESTUDIANTES

Jarlang, A., Pellé, M., Quéstel, A., Uny, J., Fouillet, R., Rodriguez Tomp, A.y Todorovic, H. (2019). **À la Une 1** y **À la Une 2: Au cœur de la Francophonie**. Francia. Maison de Langues.

Chahi, F., Denyer, M., y Gloanec, A. (2020). **Défi 1**. Francia: Maison de Langues.

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Día	horas reloj presen	Contenido	Actividades
-----	--------------------	-----------	-------------

	ciales		
27/02	3	Unidad 1 Repaso de los contenidos vistos. Conocer los diferentes medios de transporte. Dar una fecha de partida y llegada.	
02/03	3	Dar y comprender una dirección. Orientarse en la ciudad.	
03/03	3	Preguntar y comprender un itinerario.	
04/03	3	Unidad 2: Pedir una comida, una bebida. Preguntar y comprender un precio.	
05/03	3	Expresar el gusto, la preferencia alimentaria. Proponer una salida. Proponer una salida. Invitar y aceptar o rechazar una invitación. Llamar y responder una llamada o mensaje.	
06/03	3	Unidad 3: Presentar los monumentos y/o establecimientos más importantes de su ciudad. Hablar de sus lugares preferidos.	
09/03	3	Hacer recomendaciones sobre los lugares elegidos.	
10/03	3		Elaboración grupal de la producción final. Búsqueda de material e investigación sobre el lugar elegido para la presentación.
11/03	3		Organización del material y elaboración del producto final.
12/03	3	Presentaciones/entregas de trabajos finales	
		Recuperatorio (esta fecha se define posteriormente)	

COLEGIO NACIONAL DE MONSERRAT
ESPACIO OPTATIVO: La Segunda Guerra Mundial y la Guerra Fría en la
Historia y en el Cine
QUINTO AÑO
2026

Docente: Andrés Tomás Damiani

FUNDAMENTACIÓN

La comprensión de la Segunda Guerra Mundial y la Guerra Fría es fundamental para entender el mundo contemporáneo y los procesos históricos que han moldeado las relaciones internacionales, políticas y sociales actuales. Por ejemplo, estos dos fenómenos dieron lugar al nacimiento de las Naciones Unidas y varios conflictos de la actualidad tienen su origen en el contexto histórico de las dos guerras, por tomar solamente algunos ejemplos: la Guerra de Ucrania, el conflicto israelí-palestino, la presencia de China en la escena mundial, etc. Es por ello que para poder comprender y analizar el presente geopolítico, es imprescindible atender el núcleo histórico que va desde la Segunda Guerra Mundial, su posguerra, hasta la caída del Muro de Berlín y la Unión Soviética.

Ante el interés expresado por el estudiantado por comprender las dinámicas globales. Este espacio optativo busca ofrecer una visión crítica y profunda de estos conflictos, analizando no solo los eventos bélicos sino también sus causas, consecuencias y las dinámicas políticas e ideológicas implicadas. El trabajo sobre estos ejes temáticos se realizará con un formato de taller que permita la presencia de dinámicas grupales e individuales y el análisis de fuentes y productos culturales como películas.

Además, se valora especialmente la creación de espacios de debate donde cada estudiante pueda expresar y confrontar sus ideas, desarrollando habilidades de argumentación y reflexión crítica. A través de un enfoque interactivo y participativo, se pretende fomentar el pensamiento crítico, la capacidad de análisis y la habilidad para debatir y reflexionar sobre temas complejos.

OBJETIVOS GENERALES

1. Comprender las causas, el desarrollo y las consecuencias de la Segunda Guerra Mundial y la Guerra Fría.
2. Analizar los principales eventos y figuras históricas involucradas en estos conflictos.
3. Comprender y analizar eventos históricos y sus interrelaciones.
4. Explorar la capacidad de trabajo en equipo y la participación activa a través de debates y simulaciones.
5. Diseñar contenidos multimedia que demuestren el aprendizaje y la comprensión de los temas estudiados.

COMPETENCIAS

1. Desarrollo de habilidades de pensamiento crítico y análisis histórico.
2. Uso autónomo de herramientas digitales para la elaboración de podcasts, infografías y otros contenidos multimedia.
3. Habilidades de expresión oral y escrita, capacidad de argumentación y debate.
4. Evaluación crítica de fuentes históricas cinematográficas y diversas interpretaciones de los hechos.
5. Trabajo en equipo y cooperación en la elaboración de proyectos grupales.

CONTENIDOS

Eje 1: Segunda Guerra Mundial

Antecedentes y causas del conflicto. Avance alemán y japonés. Guerra interestatal y mundial. Contraofensiva aliada. Pactos y conferencias aliadas (Yalta, Potsdam). Derrota de Alemania y Japón.

Eje 2: Guerra Fría

Reparto de Europa post-Segunda Guerra Mundial. Conflictos civiles e ideológicos en la periferia (China, Corea, África, Asia, Cuba y Vietnam). Inicios de la Guerra Fría. Escalada nuclear y competencia espacial. Ronald Reagan y Mijaíl Gorbachov. Los acuerdos de no proliferación de Armas Nucleares. Caída del Muro de Berlín y la Plaza Tiananmén.

METODOLOGÍA

1. La metodología de trabajo es tipo taller, con clases explicativas breves y luego se aprende resolviendo problemas, por ejemplo una vez explicada la dinámica y la estructura del debate se dividen roles y temáticas; y en el proceso de buscar información, escribir los discursos y confrontar en el debate se aprende a partir de las fortalezas y del error.
2. Se realizarán debates, siguiendo el modelo de debate parlamentario Proposición y Oposición; y/o a través del Modelo de Naciones Unidas, como mecanismo para poder ver los puntos de vista.
3. Se utilizarán como fuentes documentales películas de época, para que ayuden al estudiante a pensar cómo veían estos conflictos las personas contemporáneas. Las mismas se subirán al aula virtual para ser vistas por las/los estudiantes antes del inicio de la clase.
4. Elaboración de podcasts: investigarán temas específicos y crearán podcasts donde expondrán y analizarán los eventos históricos.
5. Debates: se organizarán debates sobre temas controvertidos o interpretaciones históricas diferentes, fomentando la argumentación y el pensamiento crítico.
6. Juegos de simulación: se recrearán escenarios históricos donde los y las estudiantes asumirán roles de figuras históricas para comprender mejor las decisiones y estrategias.
7. Infografías: diseñarán infografías que resuman y visualicen los eventos y datos clave de ambos conflictos.
8. Proyectos grupales: trabajo en equipo para investigar y presentar sobre los diferentes aspectos de la Segunda Guerra Mundial y la Guerra Fría.

Producción Final

El EO culminará con una exposición multimedia donde los y las estudiantes presentarán sus podcasts, infografías, y los resultados de los juegos de simulación. Además, se realizará un debate final sobre el impacto de estos conflictos en el mundo actual y sus enseñanzas para el futuro. Este evento será una oportunidad para demostrar las competencias adquiridas y reflexionar sobre la relevancia histórica de los temas tratados. La nota final se determinará a partir del trabajo colectivo, como así también del desarrollo individual.

Se evaluará el proceso de evolución de cada estudiante en base al manejo de fuentes de información, la redacción de discursos pertinentes al punto de vista a defender y la expresión oral de los argumentos defendiendo su punto de vista. La evaluación será formativa y cuantitativa de un proceso. En este caso considero que también se debe aprender del error, para aprender a hacer algo hay aciertos y errores, en este caso el error será tomado como una oportunidad de mejorar y de aprender.

□ **BIBLIOGRAFÍA PARA ESTUDIANTES**

- Diburzi Nélica, coordinación académica (2017). Olimpiada de Historia de la República Argentina. Manual para alumnos categoría B. Universidad Nacional del Litoral. Santa Fe.

- Fradkin Raúl (2005) Historia. El mundo contemporáneo. Siglos XVIII, XIX y XX. Editorial Estrada. Buenos Aires.

- Hobsbawm Eric (1994) Historia del siglo XX. Editorial Crítica. Buenos Aires.

El Mundo (2009): [elmundo.es/especiales](https://www.elmundo.es/especiales)

https://www.elmundo.es/especiales/2009/09/internacional/segunda_guerra_mundial/atrocidades/escuadron_731.html

¿Qué fue la Guerra Fría? 21 de mayo de 2024. National Geographic.

<https://www.nationalgeographic.es/historia/que-fue-la-guerra-fria>

Películas de época (fuentes primarias):

- Casablanca (1942). EEUU. Dirigida por Michael Curtiz

- Roma, ciudad abierta (1945). Italia. Dirigida por Roberto Rossellini.

- Dr. Insólito (1964). EEUU. Dirigida por Stanley Kubrick.

- El planeta de los simios (1968). EEUU. Dirigida por Franklin J. Schaffner.

- La clase obrera va al Paraíso (1971) Italia. Dirigida por Elio Petri.

- Cinco tardes (1979). Unión de Repúblicas Socialistas Soviéticas. Dirigida por Nikita Mijalkov.

- Stalker (1979). Unión de Repúblicas Socialistas Soviéticas .Dirigida por Andréi Tarkovski.

- Apocalipsis Now (1979) EEUU. Dirigida por Francis Ford Coppola.

- Good Bye, Lenin! (2003). Alemania. Dirigida por Wolfgang Becker.

- La vida de los otros (Das Leben der Anderen) Alemania (2006). Dirigida por Florian Henckel von Donnersmarck.

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Día	horas reloj	Contenido	Actividades
27/02	3	Antecedentes y causas del conflicto. Avance alemán y japonés. Guerra interestatal y mundial. Contraofensiva aliada.	Aclaración: Las/los estudiantes tendrán que visionar las películas seleccionadas antes del inicio de cada clase. Exposición dialogada. Trabajo Grupal.
02/03	3	Pactos y conferencias aliadas (Yalta, Potsdam). Derrota de Alemania y Japón.	Debate sobre la película Elaboración de podcast e infografías y su defensa.
03/03	3	Antecedentes y causas del conflicto. Avance alemán y japonés. Guerra interestatal y mundial. Contraofensiva aliada. Pactos y conferencias aliadas (Yalta, Potsdam). Derrota de Alemania y Japón.	Debate sobre la película Elaboración de podcast e infografías y su defensa.
04/03	3	Reparto de Europa post-Segunda Guerra Mundial. Conflictos civiles e ideológicos en la periferia (China, Corea, África, Asia, Cuba y Vietnam). Inicios de la Guerra Fría.	Debate sobre la película Trabajo Grupal, organización de un debate
05/03	3	Escalada nuclear y competencia espacial. Ronald Reagan y Mijaíl Gorbachov. Los acuerdos de no	Debate sobre la película Elaboración de Argumentos debate proposición y oposición.

Anexo 4 - Colegio Nacional de Monserrat - ESPACIO OPTATIVO - Quinto año - Plan de Estudios 2018 – Vigente para el ciclo lectivo 2026

		proliferación de Armas Nucleares. Caída del Muro de Berlín y la Plaza Tiananmén.	
06/03	3	Eje 1 y 2.	<p>Debate sobre la película</p> <p>Trabajo Grupal: Preparación del debate final.</p>
09/03	3	Eje 1 y 2.	<p>Debate sobre la película</p> <p>Trabajo Grupal: Preparación del debate final</p>
10/03	3	Eje 1 y 2.	<p>Debate sobre la película</p> <p>Trabajo Grupal: Preparación del debate final</p>
11/03	3	Eje 1 y 2.	Inicio del Debate final.
12/03	3	Presentaciones/entregas de trabajos finales	
		Recuperatorio (esta fecha se define posteriormente)	

COLEGIO NACIONAL DE MONSERRAT
ESPACIO OPTATIVO: “El humor como medio de comunicación”
QUINTO AÑO
2026

Docentes: Marcelo Taborda – Martín García

FUNDAMENTACIÓN

Desde la inclusión de los espacios optativos en la estructura curricular de nuestro colegio, hemos llevado adelante propuestas basadas en la comunicación y en algunas de sus múltiples aristas. Así, hemos transitado temáticas tales como: el periodismo, la producción de contenidos, la libertad de expresión, el rol de los medios en una sociedad democrática y la problemática surgida del uso de redes sociales, sólo por nombrar algunas a modo de ejemplo.

Y en el desarrollo de esos espacios siempre hemos advertido que cuando el humor aparece como herramienta comunicativa tiene efectos movilizadores que repercuten sobre las emociones del grupo áulico y produciendo siempre interpelaciones positivas. Hasta hemos advertido que, en ocasiones, los conceptos son desarrollados con mayor fluidez cuando se desarrollan a partir de disparadores humorísticos. El humor es un idioma que ayuda en la comprensión y por ello debe ser un eje a tener en cuenta en la comunicación.

También creemos que, así como la comunicación vive en constantes momentos de cambios vertiginosos desde la aparición de los medios tradicionales (radio, diarios, televisión) hasta la actualidad de medios digitales veloces e instantáneos, lo que no ha cambiado es la capacidad utilizar el recurso de acompañar contenidos comunicacionales con argumentos humorísticos. Así, la esencia puede ser la misma en un meme, video, audio o gif que en un monólogo de Tato Bores. Lo sorprendente siempre es la capacidad de comunicar apelando al sentimiento de risa.

Nuestra propuesta en este espacio centra su mirada en una práctica metacomunicativa con análisis acerca de los efectos de los contenidos comunicacionales humorísticos. Creemos que este objeto de estudio crea un excelente entorno para el desarrollo de la creatividad de nuestro alumnado y su difusión dentro de la comunidad educativa. Como todo marco metacomunicacional, lo gracioso se funda en la materialidad discusiva del intercambio.

Lo que habitualmente se considera gracioso ha sido tradicionalmente vinculado a los placeres sociales y a las funciones normativas. Por enunciar algunos ejemplos: Platón, en Filebo afirma que la risa cómica es correctiva. Aristóteles, Hobbes y Kant también localizan en lo cómico la satisfacción de la disfunción social y Bergson resalta su carácter censor al sostener que, mediante la risa, la sociedad acciona contra el sujeto que ha obrado contra sus reglas. De esta manera parece encontrarse en el humor una fuerza liberadora. El mismo Freud postula el origen de la risa un placer del que se goza sin censura en la infancia.

Con la idea de reforzar el tramado de trabajo comunicacional realizado en los espacios optativos ComunicAcción llevados a cabo hasta el momento y con ejes puestos en la interacción, las narrativas transmedia, las aplicaciones virtuales, la tecnología educativa constantemente novedosa y la educación colaborativa, innovadora, diversa e inclusiva, el presente plan de trabajo se propone formar equipos de trabajo para la producción de contenidos escritos, radiales, audiovisuales en los formatos vigentes y en las plataformas más usadas por el alumnado.

El armado de podcasts, la creación de blogs temáticos, el diseño de los contenidos audiovisuales y de redes sociales, hacer radio con producción y contar historias con elementos humorísticos es una propuesta válida para desarrollar en nuestro querido colegio.

OBJETIVOS GENERALES

- Comprender los conceptos que dan fundamento a la comunicación con contenidos humorísticos.
- Relacionar los elementos que componen el vínculo entre la comunicación con humor y la creatividad aplicada a la realización de contenidos audiovisuales originales.
- Conocer las líneas de dirección principales a tener en cuenta para obtener una buena producción final con contenidos escritos, radiales o audiovisuales que combinen la comunicación y el humor y que respeten la idea de formato transmedia.
- Estudiar y conocer los inconvenientes actuales que proponen las herramientas de comunicación más difundidas para un ejercicio del humor comunicacional.

- Desarrollar debates e investigaciones para que los procesos de preproducción, producción y postproducción resulten de la mejor manera posible en pro de la calidad comunicacional.
- Tomar contacto con los distintos roles que hacen a las producciones de contenido colectivas.
- Interactuar en el proceso de producción de contenidos transmedia de nuestra institución de manera inclusiva y participativa llevados a cabo por las distintas plataformas comunicativas de la comunidad educativa monserratense.
- Resignificar experiencias y saberes propios para aplicarlos en la producción de contenidos gráficos, radiales, audiovisuales o experiencias multimedia y transmedia con contenido humorístico.

COMPETENCIAS

- Lectura y desarrollo de expresión escrita para la elaboración de guiones de producción de contenidos en producciones transmedia.
- Creatividad y responsabilidad en el trabajo colaborativo.
- Investigaciones de archivo de medios de comunicación y búsqueda responsable de material editable.
- Capacidad de trabajar en aspectos interpretativos.
- Desarrollo del pensamiento crítico y la capacidad de argumentación temática.

CONTENIDOS

Unidad 1.

Breve historia de la comunicación humorística. El humor en el Antiguo Egipto, Grecia, Roma, el Medioevo y el Renacimiento. La importancia de la imprenta. Edad moderna. Panfleto y caricatura. La sátira, el absurdo y la ironía.

Unidad 2.

El humor en la comunicación del mundo moderno. El humor gráfico. El humor en el cine, la radio y la televisión. El rol del sonido. Nuestro país y la comunicación con humor. El relato,

el ensayo, el monólogo y el stand up. El humor y la cultura contemporánea. Casos emblemáticos.

Unidad 3.

El humor comunicacional en Córdoba. El elemento local. Personajes y ediciones. La creatividad popular y los medios. La música como canal de comunicación humorística. Comunicación y humor en la actualidad. Los límites y el riesgo ético de las redes sociales.

METODOLOGÍA

A partir del diagnóstico de intereses y capacidades de los y las estudiantes, se incentivarán las discusiones y debates sobre temas a abordar a nivel grupal, así como también las iniciativas individuales que quieran ser profundizadas.

De una manera práctica se buscará desarrollar la producción de contenidos transmedia, multimedia y en formatos multiplataforma.

Se buscará fortalecer capacidades personales de cada estudiante ante sus pares y priorizar su aporte al trabajo en equipo.

Se prevé la utilización combinada de los espacios presenciales y asincrónicos en forma articulada de manera que tengan una comunicación con el docente que vaya más allá de los tiempos de clases y el desarrollo de las actividades encuentre formas flexibles en tiempo y espacio bajo la idea de “aula aumentada” que contemple la promoción de debates, foros de opinión, instancias de participación y la utilización de las TIC y entornos participativos e interactivos. El rol docente curador es fundamental así como la utilización de repositorios abiertos.

Dentro de las actividades que se prevén desarrollar son:

- Contacto con productores de comunicación y realizadores de contenidos en forma presencial o virtual.
- Asistencia a lugares y/o eventos de interés para recolectar información y elaborar crónicas.
- Uso de diferentes plataformas con las que cuenta el Colegio para prácticas y difusión de trabajos.

- Elaboración y producción de boletines o resúmenes informativos en formato audiovisual para la Monse Radio o la Revista Monserrat.
- Participación en charlas o conferencias con periodistas, representantes de organizaciones públicas, funcionarios de gobierno y expertos especializados en el área del derecho de la comunicación y la producción de contenidos.

PRODUCCIÓN FINAL

La evaluación se realizará a través de producciones transmedia, multimedia o multiplataforma realizadas en forma individual y grupal y que tomarán como eje la relación de lo desarrollado durante el transcurso del espacio optativo. Las fuentes formales para dichas producciones serán tomadas en el ámbito de nuestro Colegio Nacional de Monserrat y formarán parte de los contenidos de la Revista Monserrat y Monse Radio.

Se destinará un tiempo adecuado para su realización en tres fases: preproducción, producción y postproducción. La instancia de recuperación consistirá en la realización de las mejoras necesarias al trabajo original que no alcanzó la instancia de aprobación y para la misma se prevé un tiempo apropiado en las instancias finales del cursado.

Las actividades de cada etapa tendrán como eje temático cuestiones relacionadas con la actualidad y la historia del colegio y vinculadas al eje temático de nuestro espacio; la producción final formará parte de una recopilación multiplataforma para la formación de un archivo de producciones que puedan ser utilizadas en el futuro a requerimiento de las necesidades propias de la institución.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Como criterios de evaluación se pretende valorar el grado de comprensión de los contenidos (saber), observar el adecuado desarrollo de procesos comunicativos (saber hacer) y determinar el valor de las decisiones tomadas (saber ser). Por ello, durante el transcurso del año lectivo se tendrá en cuenta como indicadores concretos de estos aprendizajes:

- el interés por la temática desarrollada en el EO,
- el esfuerzo puesto en las tareas semanales,

- la participación en los grupos de trabajo, la realización de las actividades propuestas,
- la comprensión y organización de la información,
- el correcto uso del vocabulario comunicacional y de producción de contenidos,
- la resolución de los inconvenientes de producción,
- el respeto manifestado en cada una de sus intervenciones.

RECURSOS Y BIBLIOGRAFÍA

Referencia de libros, publicaciones y apuntes sobre aspectos introductorios y generales de Comunicación y Periodismo; Utilización de diarios, revistas y otras publicaciones de actualidad en diferentes formatos. Visualización de reportajes, documentales o películas alusivos a diferentes aspectos de interés. Aprovechamiento de la Revista Monserrat, la Monse Radio y otras plataformas del Colegio como espacios donde plasmar y difundir lo producido a lo largo del año lectivo. Uso del aula multimedia para eventuales entrevistas o comunicaciones vía aplicaciones de entorno virtual.

Bergson, Henri, 2003 [1899] *La risa*. Buenos Aires: Losada.

Borgarello, Cipolla, Koci (2017): *Manual de derecho de la información y ética periodística*, Cba., IPSO.

Eco, Umberto (1984) Los marcos de la “libertad” cómica, en Eco, U., Ivanov, V.V. y Rector Mónica *¡Carnaval!*, 23-34 México: Fondo de Cultura Económica.

Fernández, José Luis (1994) Los lenguajes de la radio. Buenos Aires: Atuel. [[Links](#)]

Fratlicelli, Damián (2019) Los colectivos mediáticos de las redes. Algunas observaciones desde el humor ¿y más allá? *In Mediaciones de la Comunicación*, 14, 1, 47-61. Montevideo: Universidad ORT.

Fratlicelli, Damián (2019). *El ocaso triunfal de los programas cómicos. De Viendo a Biondi a Peter Capusotto y sus videos*. Buenos Aires: Teseo, disponible en: <https://www.editorialteseo.com/archivos/17065/el-ocaso-triunfal-de-los-programas-comicos/>

Freud, Sigmund (2006 [1905]) *El chiste y su relación con el inconsciente. Obras completas. Tomo VIII*. Buenos Aires: Amorrortu.

Platón (1981 [369 a.C-347 a.C.]) Filebo en *Obras completas*, 1218-1264. Madrid: Aguilar.

Rodríguez Villafañe, M. J. (2015): *Libertad de expresión y Periodismo en el siglo XXI. Derechos, garantías, responsabilidades y secreto profesional periodístico*, Cba, U.N.C. Editorial.

Traversa, Oscar (2009) Notas acerca de lo reidero en las tapas de revistas. *Figuraciones. Teoría y crítica de artes*, 5, 49-63, disponible en <http://repositorio.una.edu.ar/handle/56777/523>

Otros recursos

Referencias y utilización de revistas, diarios, publicaciones especializadas y notas periodísticas de actualidad en diferentes formatos. Uso de medios gráficos que marcaron una época y son material de archivo, como Hortensia, Humor, Caras y Caretas y otros. Análisis de publicaciones actuales, como la revista Barcelona en Argentina, Charlie Hebdo en Francia y otros similares.

Repositorios digitales de libre acceso de la UNC.

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Fecha	Horas reloj presenciales	contenido/actividad
Día 1	3	Presentación del Espacio Optativo. Vínculos entre la comunicación y el humor. La comunicación humorística en la historia: Egipto, Grecia y Roma. Trabajo práctico.
Día 2	3	La comunicación humorística en la historia: Edad media, Renacimiento y la importancia de la imprenta. Edad Moderna. Panfleto y caricatura. Sátira, absurdo e ironía. Cambios a través del tiempo. Actividad de análisis.
Día 3	3	El humor en la comunicación durante la edad moderna. Casos emblemáticos. La era contemporánea: nuevas formas de comunicar con humor. Actividad práctica grupal.
Día 4	3	Formato gráfico. Cine, radio y televisión. El sonido. Los medios de comunicación tradicionales y el humor. Los cambios en la era digital. Trabajo grupal de creatividad instantánea.
Día 5	3	El humor comunicacional en Argentina. Orígenes y transformación hasta la actualidad. Protagonistas y

		estilos. Influencia del humor en la comunicación política. Actividad: elaboración de un spot.
Día 6	3	Relato, ensayo, monólogo y “stand up”. Nuevos canales. Modalidades y humor comparado. La comunicación humorística en otros países. Regionalización. Tarea de investigación.
Día 7	3	Córdoba: el elemento local en el humor comunicacional. Personajes y ediciones que hicieron historia. Creatividad popular y los medios. La música como canal de comunicación humorística. Práctico: cómo hacer jingles.
Día 8	3	Comunicación, humor y cultura contemporánea: el riesgo ético de las redes sociales. Mirada de género: los cambios de paradigmas y la deconstrucción a la hora de comunicar. Trabajo sobre mirada histórica.
Día 9	3	Temáticas conflictivas en relación al humor y su contexto histórico. Integración de contenidos. Preproducción del trabajo final. Guion, división de tareas y contenidos en crudo.
Día 10	3	Edición y exposición de la producción final. Devolución, evaluación y calificación.



Universidad Nacional de Córdoba
2026

**Hoja Adicional de Firmas
Informe Gráfico**

Número:

Referencia: Anexo 4 EO 5to año 2026

El documento fue importado por el sistema GEDO con un total de 32 pagina/s.