

ESCUELAS Y REDES SOCIALES: ANÁLISIS DE LA REPRESENTACIÓN DE LA ORIENTACIÓN EN LENGUAS EXTRANJERAS DE ESCUELAS SECUNDARIAS DE LA PROVINCIA DE BUENOS AIRES¹

Gustavo Mórtola²

Leandro González de León³

RESUMEN

Este trabajo busca analizar cómo las escuelas secundarias con orientación en lenguas de la provincia de Buenos Aires gestionan su comunicación en redes sociales. Para esto se tendrá en cuenta qué aspectos de la orientación en lenguas buscan destacar y de qué manera construyen su identidad institucional en el entorno digital. Las redes sociales han emergido como un espacio clave para la visibilización de las instituciones educativas y sus propuestas formativas. La presencia digital de las escuelas no solo permite la difusión de actividades y proyectos institucionales, sino que también configura otras formas de interacción con la comunidad educativa. En el caso de las escuelas orientadas en lenguas extranjeras, el uso de plataformas como Facebook e Instagram resulta particularmente relevante, ya que posibilita la promoción de iniciativas vinculadas al aprendizaje de idiomas y el intercambio cultural. La relevancia de este estudio radica en que la orientación en lenguas constituye una de las apuestas por diversificar la oferta educativa en el nivel secundario, promoviendo una formación que incremente los niveles de plurilingüismo y fomenta competencias

¹ Artículo realizado el 19 de febrero de 2025. lgdleon@gmail.com

² Profesor para la Enseñanza Primaria (ENS 10). Licenciado en Ciencias de la Educación (UBA). Magíster en Política y Administración de la Educación (UNTREF). Investigador y formador docente en la Universidad Nacional Arturo Jaureche.

³ Licenciado en Ciencias de la Comunicación (UBA). Maestrando en Sociología de la Cultura y Análisis Cultural (UNSAM).

lingüísticas que pueden influir en la trayectoria académica y laboral futura de los estudiantes.

Palabras clave: escuela secundaria, orientación en lenguas, redes sociales, Buenos Aires.

SCHOOLS AND SOCIAL NETWORKS: ANALYSIS OF THE REPRESENTATION OF FOREIGN LANGUAGE ORIENTATION IN SECONDARY SCHOOLS IN BUENOS AIRES PROVINCE

ABSTRACT

This paper aims to analyse how language-oriented secondary schools in the province of Buenos Aires manage their communication in social media. For this purpose, we will consider what aspects of the language orientation they seek to highlight and how they build their institutional identity in the digital environment. Social media have emerged as a key space for the visibility of educational institutions and their educational proposals. The digital presence of schools not only allows the dissemination of institutional activities and projects, but also configures other forms of interaction with the educational community. In the case of foreign language schools, the use of platforms such as Facebook and Instagram is particularly relevant, as it enables the promotion of initiatives related to language learning and cultural exchange. The relevance of this study lies in the fact that language guidance constitutes one of the efforts to diversify the educational offer at secondary level, promoting an education that increases levels of multilingualism and fosters language skills that can influence students' future academic and professional careers.

Keywords: secondary school, language orientation, social media, Buenos Aires.

INTRODUCCIÓN

Este artículo se desprende de la investigación realizada en el marco del proyecto denominado *"La orientación de lenguas extranjeras en la escuela secundaria de la Provincia de Buenos Aires: ¿un intento de jerarquización de las lenguas extranjeras en el currículum escolar?"*. Dicho proyecto, se propone explorar la situación en la que se encuentran actualmente las escuelas secundarias que han optado por la orientación en lenguas extranjeras en la Provincia de Buenos Aires (PBA). La relevancia de este estudio radica en que la orientación en lenguas constituye una de las apuestas por diversificar la oferta educativa en el nivel secundario, promoviendo una formación que incremente los niveles de plurilingüismo y fomento competencias lingüísticas que pueden influir en la trayectoria académica y laboral futura de los estudiantes.

Las redes sociales han emergido como un espacio clave para la visibilización de las instituciones educativas y sus propuestas formativas. La presencia digital de las escuelas no solo permite la difusión de actividades y proyectos institucionales, sino que también configura otras formas de interacción con la comunidad educativa. En el caso de las escuelas orientadas en lenguas extranjeras, el uso de plataformas como Facebook e Instagram resulta particularmente relevante, ya que posibilita la promoción de iniciativas vinculadas al aprendizaje de idiomas y el intercambio cultural. Analizar cómo estas instituciones gestionan su comunicación en redes sociales, permite comprender qué aspectos de la orientación en lenguas buscan destacar y de qué manera construyen su identidad institucional en el entorno digital.

En el trabajo se expondrán resultados preliminares del análisis realizado sobre la presencia en redes sociales de 20 escuelas secundarias orientadas en lenguas extranjeras de la provincia de Buenos Aires. La metodología empleada, se basó en un análisis de contenido de las redes sociales más utilizadas por las escuelas, Facebook e Instagram. Se

buscó identificar qué tipo de información se difunde, cómo se estructuran los mensajes y qué papel juegan los directivos, docentes y estudiantes en la gestión de estas plataformas. Además, se examinó la frecuencia y periodicidad de las publicaciones, así como los principales eventos y actividades que son compartidos en dichas redes.

LA ORIENTACIÓN EN LENGUAS EXTRANJERAS

Las escuelas secundarias orientadas surgieron tras la sanción de la Ley de Educación Nacional N° 26.206 (LEN) en 2006. El artículo 87 de dicha ley, establece que la enseñanza de al menos un idioma extranjero será obligatoria en todas las escuelas de nivel primario y secundario. Respecto de este último nivel, el artículo 30, inciso c, plantea el objetivo de "desarrollar las competencias lingüísticas, orales y escritas de la lengua española, y comprender y expresarse en una lengua extranjera". Además, el artículo 31 establece que la educación secundaria se dividirá en un ciclo básico común a todas las orientaciones y un ciclo orientado, "de carácter diversificado según distintas áreas del conocimiento, del mundo social y del trabajo".

En 2009, el Consejo Federal de Educación (CFE) sancionó la Resolución N° 84, que aprueba los "Lineamientos políticos y estratégicos de la educación secundaria obligatoria". En su artículo N° 6, se establecen las siguientes orientaciones para el ciclo orientado: Ciencias Sociales/Ciencias Sociales y Humanidades, Ciencias Naturales, Economía y Administración, Lenguas (clásicas, regionales, de herencia, extranjeras), Arte, Agraria/Agro y Ambiente, Turismo, Comunicación, Informática y Educación Física.

Mórtola y Montserrat (2021), identifican que 15 provincias, entre ellas la Provincia de Buenos Aires (PBA), elaboraron diseños curriculares para la orientación en lenguas extranjeras, destacando las lenguas incluidas en dichos textos. Los autores señalan que la mayoría de los diseños curriculares abordan el inglés, el francés y el portugués como lenguas extranjeras.

LAS ESCUELAS SECUNDARIAS ORIENTADAS EN LA PROVINCIA DE BUENOS AIRES

La implementación de las escuelas secundarias orientadas en lenguas extranjeras en la PBA se desarrolló en un contexto de gran impulso nacional por la reforma del nivel tras la sanción de la LEN (Terigi, 2021). El sistema educativo de la provincia de Buenos Aires está regulado por la Ley de Educación Provincial N° 13688, que fue sancionada en el año 2007. La norma establece una duración de seis años para el nivel primario y un nivel secundario también de seis años, dividido este último en un trayecto de tres años común y otro de tres de carácter orientado. En el artículo N° 28 se menciona que las orientaciones serán de carácter diversificado y que responden a diferentes áreas del conocimiento, del mundo social y del trabajo. Las lenguas extranjeras aparecen mencionadas en el artículo N° 184 con un texto que es similar al artículo N° 87 de la LEN:

La enseñanza de al menos un idioma extranjero será obligatoria en todas las escuelas de nivel primario y secundario de la Provincia. Las estrategias y los plazos de implementación de esta disposición serán fijados por las autoridades de la Dirección General de Cultura y Educación. (Ley 13688, art. 184)

En el marco de los acuerdos federales y su propia Ley de Educación, la provincia sanciona a fines del año 2009 la Resolución N° 3828 que regula el Marco General del Ciclo Superior de la Escuela Secundaria. Además, en esta resolución se aprobaron los diseños curriculares correspondientes de las siguientes orientaciones: Ciencias Sociales, Ciencias Naturales, Economía y Administración, Arte, Comunicación, Educación Física y Lenguas Extranjeras. La norma estipula que las escuelas podrán elegir más de una orientación.

La producción curricular derivada de esta norma incluye un documento en el que se desarrolla el marco general de la orientación, así como documentos individuales para cada una de las lenguas en sus distintos

años. El marco general permite consolidar el inglés, incluido en el ciclo básico, e incorporar otras lenguas extranjeras que se convertirán en herramientas fundamentales para el futuro académico, social y laboral de los estudiantes. Estas lenguas son el italiano, el portugués y el francés, las cuales se eligen por tradiciones históricas y culturales (el francés y el italiano) y por razones geopolíticas (el portugués). El portugués se establece como la segunda lengua extranjera obligatoria con una mayor carga horaria, mientras que se puede optar por una tercera lengua entre el francés y el italiano.

Actualmente, existen 53 escuelas secundarias en la provincia que han adoptado la orientación en lenguas extranjeras, la mayoría de ellas concentradas en el Área Metropolitana de Buenos Aires (AMBA). Algunas localidades del interior de la provincia, como Bahía Blanca, Tandil y Chivilcoy, también cuentan con escuelas que ofrecen esta orientación, pero su número es reducido. Este desequilibrio territorial se debe principalmente a la escasez de docentes capacitados para enseñar lenguas extranjeras, en particular aquellas que no son el inglés, como el francés, el portugués y el italiano.

LAS REDES SOCIALES EN LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL DE LAS ESCUELAS

En los últimos años, el uso de redes sociales en la comunicación institucional de las escuelas, ha cobrado una importancia creciente, especialmente en la educación básica. Plataformas como Facebook, Instagram y WhatsApp se han consolidado como herramientas esenciales para gestionar el flujo de información entre las instituciones educativas, los padres, los alumnos y la comunidad educativa en general. Este fenómeno ha transformado no sólo la manera en que las escuelas transmiten información, sino también el tipo de relación que mantienen con sus distintos públicos. La rapidez y accesibilidad que ofrecen estas plataformas contrastan con los medios tradicionales de comunicación, como las circulares impresas y las reuniones presenciales, que hasta hace poco predominaban.

Aunque la comunicación organizacional en instituciones educativas ha sido objeto de diversas investigaciones, pocas se han centrado en los niveles básicos de la educación. En otros países de América Latina, algunas investigaciones han explorado este tema. Por ejemplo, Castilloveitía (2017), estudia las habilidades de comunicación de los directores escolares y su relación con el manejo de conflictos en escuelas intermedias de Puerto Rico. Macia (2019), analiza los principales canales de comunicación entre la familia y la escuela, mientras que Papic-Domínguez (2020), examina los medios de comunicación organizacional interna en colegios públicos de Chile y su impacto en la participación de la comunidad educativa.

En Argentina, se destaca el trabajo pionero de Botto (2003), quien, antes del auge de las redes sociales, analizó la comunicación en las instituciones educativas de nivel medio en la provincia de Buenos Aires, resaltando la necesidad de establecer estrategias comunicacionales para enfrentar situaciones de crisis en el contexto de la implementación de la Ley Federal de Educación. Por su parte, Mainero (2021), aborda la formalización del área de Comunicación Institucional en el Colegio Nacional "Rafael Hernández", presentándola como una solución para visibilizar las diversas voces y facilitar la participación activa de toda la comunidad, con el objetivo de ofrecer una educación inclusiva y de calidad que refleje la heterogeneidad del alumnado actual.

González de León (2024), sostiene que la comunicación organizacional, históricamente desarrollada en instituciones educativas del sector privado, es esencial para la visibilidad y supervivencia de las organizaciones educativas de gestión pública, especialmente en un contexto de reducción del presupuesto educativo y riesgo de cierre de instituciones a nivel nacional.

En cuanto a los discursos y normativas estatales, es importante señalar que el Gobierno de la Provincia de Buenos Aires (PBA) ha elaborado recomendaciones específicas para el uso de redes sociales en las

escuelas. En este sentido, la Comunicación Conjunta de 2017, elaborada por la Subsecretaría de Educación, la Dirección Provincial de Educación Secundaria y la Dirección de Psicología Comunitaria y Pedagogía Social, establece pautas para el uso responsable de las redes sociales en las escuelas secundarias de la provincia. El documento reconoce el impacto de la expansión de las tecnologías de la información y la comunicación en la vida escolar y la necesidad de generar políticas de cuidado en el entorno digital. Asimismo, enfatiza que la intervención de los adultos debe centrarse en un enfoque de derechos, evitando la prohibición y promoviendo el uso responsable de los dispositivos en el entorno escolar.

El texto también subraya la importancia de proteger la privacidad de los jóvenes y sensibilizar sobre los riesgos asociados al entorno digital. Además, recomienda fomentar espacios de reflexión en las escuelas, con la participación de docentes, alumnos y familias, para debatir sobre las prácticas digitales y sus implicancias. Finalmente, insta a fortalecer la escucha activa y a promover una cultura de cuidado que involucre a todos los actores de la comunidad educativa. Para enfrentar situaciones de riesgo en la web, se sugiere trabajar de manera colaborativa y establecer redes comunitarias de apoyo.

EL USO DE REDES SOCIALES EN LAS ESCUELAS SECUNDARIAS ORIENTADAS EN LENGUAS

El relevamiento sobre la presencia en Internet de 20 escuelas secundarias orientadas de la provincia de Buenos Aires refleja situaciones diversas. La red social más utilizada es Facebook, seguida por Instagram. Durante el confinamiento por la pandemia de COVID-19, fue común el uso de blogs en los que se compartía información y actividades organizadas por año. Algunas escuelas también han desarrollado sitios web, en su mayoría a partir de recursos proporcionados por el gobierno provincial. Sin embargo, la mayoría de estos sitios se encuentran inactivos, salvo el caso de una escuela que

mantiene su página web actualizada, destinada a docentes, estudiantes y familias.

Se observa que la actividad en redes sociales suele ser intermitente. En varios perfiles de Facebook e Instagram, hay períodos de publicaciones frecuentes, con cierta curaduría de los contenidos, seguidos por largos intervalos de inactividad, en algunos casos de años.

Los contenidos que se comparten son generalmente textos breves acompañados por fotos o, en menor medida, videos producidos por docentes o estudiantes. La difusión de información oficial o de actividades escolares se realiza solo con texto o utilizando imágenes producidas por el gobierno o por los responsables de la escuela, editadas mediante herramientas tecnológicas.

En general, se percibe que las redes son administradas por un docente de la institución que regula el tipo de contenidos de la red.

“El Facebook está bastante activo. La verdad es que, cuando lo uso, lo hago pensando en cómo comunicar las cosas que pasan en la escuela. El Facebook tiene alrededor de 3.000 personas; muchas son familiares o exalumnos de la escuela. Yo acepto a todos los que me lo piden” (directora).

Un director se ocupa de Instagram y afirma no compartir esta responsabilidad con ningún otro docente de la institución:

“Me encargo yo del Instagram. No le quiero pasar la responsabilidad a nadie para no cometer algún error o que alguien se meta en algún problema. Porque a veces la gente, al publicar, no mide que vamos a exponer algunas situaciones que son un poco delicadas. Entonces me hago cargo yo” (director).

Los contenidos son seleccionados por los administradores de las redes sociales, quienes realizan un trabajo de selección respecto a los materiales que se suben.

“Lo que hago es tratar de reflejar cosas muy espontáneas, entonces entro a un aula cuando están trabajando en algo y saco el celular; les digo que voy a grabar. Los chicos participan, se fueron acostumbrando a esto de que en cualquier momento puede aparecer alguien y grabar lo que pasa en el aula. A veces me pasan los profes materiales que han grabado ellos” (director).

“Los chicos saben que el Facebook no es para jugar ni para poner cualquier cosa; trato de usarlo para publicar todo lo lindo que sucede en la escuela y así darle un buen uso (...) Mi objetivo con el Facebook es que las familias conozcan todo lo que hacemos en la escuela y puedan sentirse parte de lo que sucede adentro” (directora).

Para estos directores, esta tarea se suma a las múltiples que tienen a cargo:

“Todo este trabajo lo hago tanto dentro como fuera de horario. Muchas veces trabajo fuera del horario que me corresponde. Por ejemplo, aunque algunos días debería salir a las 3:30 de la tarde, eso casi nunca pasa. Hay tres días a la semana en los que entro a las 7 de la mañana y, en teoría, debería salir a las 3:30, pero siempre termino quedándome más tiempo. Son todas horas extras que uno le pone a esta profesión porque siento que la escuela es parte de mi comunidad, de mi barrio, y me comprometo con ella. Lo mismo pasa con el Facebook: lo manejo por la noche, fuera de mi horario laboral” (directora).

“Lo trato de mantener lo más actualizado posible. A veces hay ciertas cuestiones que se hacen medio cuesta arriba porque, imagínate, que lo hago en el poco tiempo que dispongo” (director).

A pesar de las limitaciones de tiempo y recursos, los directores expresan en sus discursos que utilizan estas plataformas como herramienta para fortalecer el vínculo con la comunidad, mostrando las actividades y

logros de la institución y ofreciendo un canal de comunicación más cercano con las familias. Mencionan que esta tarea, realizada fuera del horario escolar, la asumen como parte de su rol, con el objetivo de mejorar la visibilidad y el prestigio de sus escuelas en los territorios vinculados con las instituciones que tienen a cargo.

¿QUÉ SUELEN DIFUNDIR LAS ESCUELAS SECUNDARIAS RESPECTO DE LA ORIENTACIÓN EN LENGUAS EN SUS REDES SOCIALES?

- Ferias y muestras diversas

Las ferias y muestras son contenidos dominantes en la difusión en redes de las acciones que se realizan en la orientación. Los relatos de docentes expresan la relevancia que adquieren este tipo de actividades en la dinámica escolar, articulando el trabajo de distintos docentes en pos de un producto compartido.

“Los propios docentes de la orientación son los que se ocupan muchas veces de la articulación de los proyectos que se llevan adelante en el área. Desde que se creó el ciclo superior, se hace una feria de las colectividades todos los años durante un sábado o en un día laboral en que toda la escuela participa en ella. Se invita a la familia para que participe y vea las producciones de sus hijos” (directora).

La “Semana de las lenguas” es un ejemplo de este tipo de actividades colectivas que suelen ser difundidas en las redes sociales⁴.

“Semana de las Lenguas”

Aulas Abiertas. Excelente muestra de 4to, 5to y 6to año TM y TT. Orientación Lenguas Extranjeras promoviendo el aprendizaje de idiomas (Inglés, portugués Francés, Italiano) y la diversidad

⁴ Los fragmentos de textos extraídos de las redes sociales se reproducen tal como fueron publicados, sin correcciones ni modificaciones.

lingüística como una herramienta clave para la comprensión intercultural. ¡¡Felicitaciones estudiantes y profes!!

Figura 1:

Semana de las lenguas extranjeras.



Fuente: Fotografía de la EES 10 “Gral. José de San Martín”. (2024)

La organización de ferias y muestras surge como una forma de trabajo escolar que fomenta la interacción entre diversos docentes y distintos grupos de estudiantes. Además, estas actividades permiten visibilizar la propuesta institucional, generando un espacio de reconocimiento y motivación tanto para los alumnos como para sus familias. Las fotos y grabaciones obtenidas se convierten en un tipo de contenido recurrente en las redes sociales de varias de las escuelas analizadas, lo que permite exhibir los aprendizajes adquiridos en relación con las lenguas extranjeras.

- Integración con profesorado

Las escuelas secundarias orientadas en lenguas, ubicadas en municipios que cuentan con profesorado de inglés, suelen realizar actividades conjuntas. Entre las actividades que se difunden, destacan las visitas de estudiantes de las escuelas orientadas a los profesorado, así como la

participación de practicantes o residentes de las instituciones formadoras en las escuelas.

El lunes 13 de noviembre, los estudiantes de 6°5ta de la Orientación Lenguas Extranjeras concurrieron al Instituto de Formación Docente N°22 junto a su profesora de Estudios Interculturales L.D. y el jefe de Departamento M.R. Los estudiantes participaron de una propuesta pedagógica del Profesorado de Inglés enmarcada dentro del proyecto pre-universitario de nuestra escuela. Esta propuesta fue presentada por la profesora J.H. a cargo de la cátedra de primer año de Estudios Interculturales del Instituto junto a sus estudiantes y la jefa de área N.M.



Figura 2:

Jornada con estudiantes y docentes del profesorado de inglés.



Fuente: Fotografía de Facebook de la EES 6 “Coronel Olavarría”. (2023)

La difusión de estas experiencias en redes sociales no solo documenta la colaboración entre escuelas y profesorados, sino que también amplifica su alcance y relevancia dentro de la comunidad educativa. Las publicaciones que reflejan estas interacciones permiten visibilizar la articulación entre la escuela secundaria y el nivel superior, destacando el valor de la orientación en lenguas extranjeras entre los distintos actores de la red social, como estudiantes, docentes y familias.

- Difusión de orientaciones

En escuelas en las que conviven distintas orientaciones, se suelen realizar en tercer año encuentros para guiar y apoyar la elección que deben realizar los estudiantes. Un director narra la importancia que le asignan a este momento bisagra de las trayectorias educativas y las tareas que realizan:

“Nos reunimos con los tres terceros años, los coordinadores de área y alumnos de sexto y quinto. Los profesores les cuentan sobre las materias de cada orientación, y les entregamos un folleto que detalla todas las asignaturas de cada opción. Además, los estudiantes de quinto y sexto comparten su experiencia, les cuentan cómo fue su proceso de elección cuando les tocó decidir, por qué eligieron Lenguas, Naturales o Sociales. Les hablan de las materias más raras, las más lindas y de los proyectos más interesantes que vivieron en sus orientaciones” (director).

Este acontecimiento suele ser reflejado en las redes escolares, tal como se aprecia en este posteo de Facebook:

¿Estás en tercer año y tenés que elegir la orientación para el año próximo? Esta semana te mostramos las propuestas de nuestra escuela:

- Martes 31/10 Lenguas Extranjeras.
¡Te esperamos!

Figura 3:

Difusión de la orientación en lenguas.



Fuente: Fotografía de Facebook de la EES 6 “Coronel Olavarría”. (2023)

La presencia de estas acciones en redes sociales no solo informa a los estudiantes sobre las opciones de orientación, sino que también fortalece la identidad institucional al visibilizar el tipo de propuesta formativa que ofrece la escuela. De este modo, las redes sociales se consolidan como una herramienta clave para la promoción de las orientaciones, generando espacios de interacción y diálogo en torno a la oferta académica.

- Actividades vinculadas con comidas típicas

Más allá de las ferias de las nacionalidades, las comidas típicas suelen ser una tarea que se aborda en la orientación y en las redes suelen exponerse imágenes o videos de los grupos cocinando y trabajando en la escritura de recetas.

6°5a de la orientación Lenguas Extranjeras

Materia: francés

Unidad temática: Gastronomía tradicional de Francia y los países francoparlantes, su vocabulario específico y contexto cultural.

En ese marco, se realizaron varias actividades: investigación sobre la historia de alimentos y productos alimenticios; presentación de recetas dulces y saladas con sus ingredientes y preparaciones. Como cierre de la unidad, los estudiantes prepararon y degustaron un plato típico de la cocina de Suiza y de Francia: fondue au chocolat. De este modo, el aprendizaje teórico-lúdico reflejó en la práctica participativa un acercamiento a los contenidos propuestos en la unidad. ❤️

Figura 4:

Elaboración de comidas típicas de Italia.



Fuente: Fotografía de Facebook de la EES 39. (2019)

Una profesora de italiano narra este tipo de actividades y cómo son registradas:

“A veces trabajamos de otra forma, aprovechando esta conexión que tenemos con el italiano y el amor por la cocina, algo que

atraviesa culturalmente a todos. Es como que la pizza y la pasta siempre están presentes en algún momento del año. A veces lo manejamos como una negociación con ellos: hacemos la pizza en el comedor, la amasamos y la comemos. Nos tomamos esas tres horas, que suelen ser en quinto año, porque ahí tengo más tiempo con ellos. Les digo: "Ustedes tienen que aprender la receta en italiano", y aprovechamos para trabajar el imperativo y los ingredientes. "Tienen la obligación de hacer un proyecto donde graban un video mencionando los ingredientes, lo hacen como pueden, pero siempre en italiano" (profesora de italiano).

Las publicaciones sobre estas experiencias gastronómicas no solo documentan una actividad escolar, sino que transmiten una dimensión más sensorial y cotidiana del aprendizaje de lenguas. A través de imágenes y videos, las redes sociales posibilitan difundir momentos áulicos de interacción espontánea, donde el idioma se incorpora de manera natural en situaciones prácticas y significativas. Esta combinación de aprendizaje y disfrute muestra una institución escolar en la que el estudio de una lengua extranjera se puede llevar a cabo a través de experiencias más “entretenidas” y “placenteras”.

- Salidas

Las salidas a museos, espacios públicos o espectáculos suelen ser publicitadas en las redes.

El 6/9, los estudiantes de la orientación Lenguas Extranjeras (4to, 5to y 6to) fueron al teatro a ver la obra "Gimme a break", de la compañía teatral "The Buenos Aires Players".

Queremos agradecer a Cooperadora y a quienes colaboraron en la feria que nos permitieron pagar parte de las entradas.

Figura 5:

Asistencia a una obra de teatro en inglés.



Fuente: Fotografía de Facebook de la EES 6 “Coronel Olavarría”. (2023)

Una profesora relata este tipo de experiencias, las cuales suelen ser registradas y mostradas en las redes sociales de las escuelas:

“Tanto en portugués como en otras lenguas, hacemos salidas didácticas. La semana pasada, por ejemplo, fuimos al Museo Pío Collivadino, que es de arte, nada que ver con los idiomas, pero está cerca del colegio, a unas seis cuadras, así que fuimos caminando. También hemos ido al Museo del Holocausto, a la ESMA y a lugares relacionados con lenguas. Recuerdo una salida a una obra de teatro en inglés” (Profesora de portugués, coordinadora de área).

Las salidas didácticas, como visitas a museos, teatros y otros espacios culturales, son frecuentemente documentadas y compartidas en las redes sociales de las escuelas secundarias orientadas en lenguas. Estas publicaciones no solo reflejan las experiencias educativas de los estudiantes, sino que también sirven para visibilizar la orientación y su integración con actividades extracurriculares. A través de imágenes y

descripciones, las redes sociales permiten mostrar cómo estas salidas enriquecen el aprendizaje de idiomas y amplían el horizonte cultural de los alumnos, fortaleciendo así el vínculo con la comunidad educativa y destacando la relevancia de la orientación en lenguas dentro de la propuesta institucional.

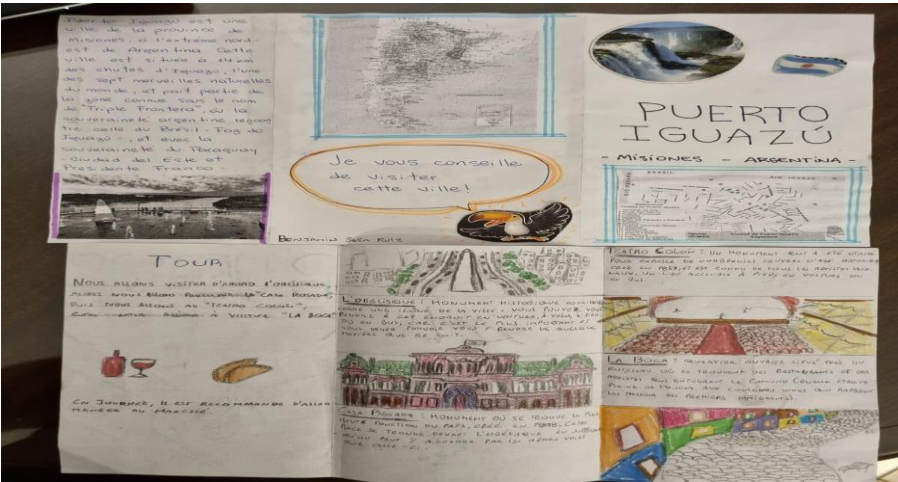
- Realización de folletería turística

Otra actividad común en la orientación es la elaboración de folletería turística. En tal sentido, las producciones difundidas muestran el trabajo de los estudiantes produciendo folletos en otras lenguas en los que se promocionan destinos turísticos.

Los estudiantes de 5°5° de la orientación Lenguas Extranjeras realizaron folletos turísticos en la clase de francés como actividad final de la unidad en la que trabajaron la ciudad, sus lugares de interés y los recorridos turísticos.



Figura 6:
Muestra de folletería turística.



Fuente: Fotografía de la EES 10 “Gral. José de San Martín”. (2024)

Compartir imágenes de folletería turística en lenguas extranjeras es un tipo de contenido que se repite en varias redes sociales, dando cuenta de que es una actividad común en la enseñanza de las lenguas. A través de estas publicaciones, las instituciones pueden mostrar el trabajo creativo y colaborativo de los estudiantes, destacando cómo la orientación en lenguas se traduce en proyectos concretos y significativos.

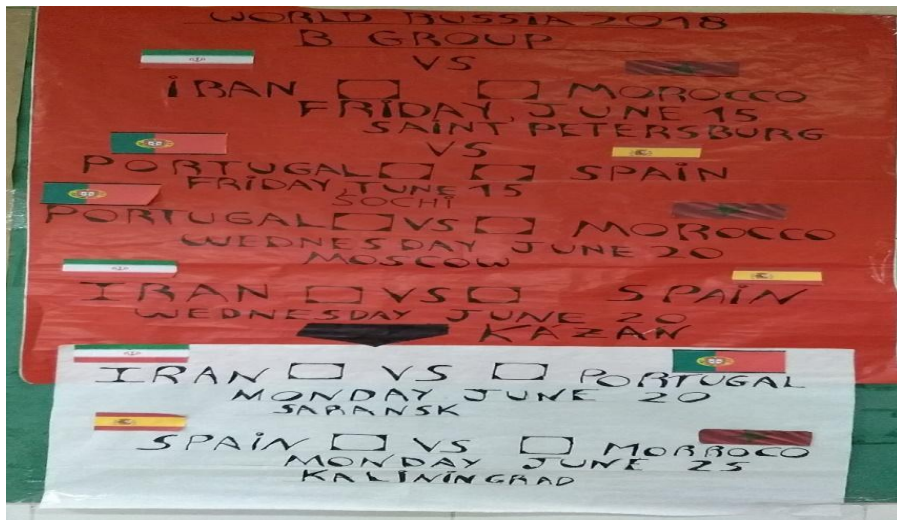
- Los mundiales de fútbol

Los mundiales u otros encuentros deportivos internacionales son disparadores para un tipo de producción que posibilita el registro de imágenes para ser difundidas en redes.

Palpitando el Mundial con los alumnos de 4° de Lenguas Extranjeras.

Figura 7:

Fixture del Mundial de Rusia.



Fuente: Fotografía de Facebook de la EES 7 “María Eva Duarte de Perón”. (2018)

Una profesora de francés describe el uso de audiovisuales en los que este tipo de eventos deportivos son disparadores para el trabajo con las lenguas.

“Siempre trabajamos con material audiovisual porque no hay suficientes libros de tantos temas, especialmente en francés para la secundaria. Si tuviéramos que usar algún libro, los estudiantes no lo podrían comprar y, además, los que hay no son de buena calidad. Entonces, el audiovisual nos ayuda bastante. Trabajamos con temas actuales, como las Olimpiadas en París o el Mundial. Vimos la participación del Maligno en las Olimpiadas con subtítulos.” (Profesora de francés).

Los eventos deportivos internacionales, como los mundiales de fútbol y las olimpiadas, representan una oportunidad para que las escuelas orientadas en lenguas integren el aprendizaje de idiomas con temas de relevancia global y de actualidad. A través de las redes sociales, estas instituciones pueden mostrar cómo aprovechan estos eventos para trabajar contenidos lingüísticos y culturales, utilizando materiales audiovisuales y actividades interactivas que son considerados con potencial para trabajar la enseñanza de lenguas. En tanto parece ser un tipo de propuesta pedagógica que finaliza en la elaboración de cartelería, las escuelas transforman estas producciones en contenidos para sus redes sociales, reforzando la relevancia de la orientación en lenguas y mostrando cómo el aprendizaje trasciende el aula, vinculándose con experiencias globales y cotidianas que enriquecen la formación de los estudiantes.

ALGUNAS CONCLUSIONES

El relevamiento realizado evidenció una diversidad de situaciones en cuanto a la actividad digital de las escuelas secundarias orientadas en lenguas. Facebook se posicionó como la red social más utilizada, seguida de Instagram, aunque durante el confinamiento por la pandemia de COVID-19, algunas instituciones recurrieron a blogs para compartir

información y actividades organizadas por año. Uno de los hallazgos más significativos del estudio fue el rol protagónico de los directivos en la administración de las redes sociales. En la mayoría de los casos, son los propios directores quienes asumen la responsabilidad de seleccionar y publicar los contenidos, lo que refleja un esfuerzo adicional en un contexto de escasos recursos y alta demanda de tareas.

Las escuelas secundarias en Argentina suelen ser caracterizadas como organizaciones de baja densidad gestional, es decir, con una estructura administrativa y de gestión que enfrenta dificultades para responder de manera efectiva a las demandas cotidianas y estratégicas. Como señalan Dussel y Caruso (1999), las escuelas funcionan como organizaciones débiles, con una estructura institucional que no siempre puede garantizar la cohesión interna ni la efectividad en sus respuestas a los desafíos que enfrenta en contextos de creciente desigualdad y complejidad social. Esta realidad se manifiesta en la fragmentación de responsabilidades, la escasez de recursos y la débil articulación entre los distintos actores que componen la institución. En el caso de las escuelas orientadas en lenguas, muchas no cuentan con un docente a cargo de la jefatura del área, y los directivos, con formaciones diversas, carecen de herramientas para coordinar acciones entre los docentes de la orientación. A pesar de estas limitaciones, las publicaciones en redes sociales dan cuenta de un esfuerzo significativo por articular acciones colectivas y visibilizar el trabajo institucional.

A esta situación se suma el escaso apoyo institucional que reciben las escuelas secundarias orientadas en lenguas para desarrollar plenamente su propuesta formativa. La PBA carece de un área gubernamental específica para las lenguas extranjeras. El único espacio dentro de la estructura de la Dirección General de Cultura y Educación destinado a este campo se encuentra en el área curricular de la Dirección Provincial de Educación Secundaria, donde un equipo compuesto por apenas dos técnicos elabora materiales didácticos en inglés y evalúa proyectos de enseñanza para las aulas de fortalecimiento de trayectorias educativas. Esta estructura resulta insuficiente frente al enorme volumen de

escuelas secundarias públicas y los miles de docentes de inglés distribuidos a lo largo del extenso territorio provincial. Entre 2022 y 2023, esta área asistió a las escuelas orientadas en lenguas mediante tres encuentros virtuales anuales, en los que se analizaron estrategias de enseñanza, se difundieron materiales y se evaluaron proyectos docentes. Sin embargo, estas acciones, aunque valiosas, no alcanzan para cubrir las necesidades de acompañamiento y desarrollo que requieren estas instituciones.

Por otro lado, volviendo a la cuestión de las redes sociales, la difusión de contenidos relacionados con la orientación en lenguas se centra principalmente en actividades como ferias, muestras, salidas didácticas y proyectos especiales. Eventos como las ferias de colectividades, la "Semana de las Lenguas" y la elaboración de folletería turística en otros idiomas destacan en las redes sociales de las escuelas. Estas actividades no solo permiten a los estudiantes aplicar los conocimientos adquiridos en las clases de lengua extranjera en contextos prácticos y colaborativos, sino que también fortalecen el sentido de pertenencia y la cohesión entre los miembros de la comunidad educativa. En cuanto a las salidas didácticas, las redes sociales suelen mostrar visitas a museos, teatros y otros espacios culturales, que, aunque no siempre están directamente vinculadas con la enseñanza de idiomas, amplían el horizonte cultural de los estudiantes y enriquecen su formación integral.

Respecto de los materiales que se muestran en las redes sociales de las escuelas orientadas en lenguas, se observa una clara intención de vincular la enseñanza de idiomas con actividades prácticas y significativas que trascienden las formas tradicionales de enseñanza. Las publicaciones analizadas no solo reflejan el aprendizaje lingüístico, sino que también integran aspectos culturales y sociales asociados a las lenguas extranjeras. Estas actividades, aunque se alejan de los métodos más convencionales basados en aspectos gramaticales y en el uso de recursos pedagógicos alejados de la cultura de los estudiantes argentinos, no abandonan por completo las tradiciones pedagógicas, sino que las reinterpretan en contextos más dinámicos, situados y

colaborativos. Por ejemplo, la elaboración de recetas en francés o italiano, o la producción de folletos turísticos, combina el uso de la lengua con tareas prácticas que fomentan la creatividad y la aplicación de conocimientos en situaciones reales. De esta manera, las redes sociales no solo visibilizan el trabajo de las escuelas, sino que también expresan las metodologías utilizadas en la enseñanza de lenguas, donde lo lúdico, lo cultural y lo colaborativo se integran para enriquecer la experiencia educativa de los estudiantes.

En términos de resultados preliminares, este estudio permite vislumbrar que las redes sociales son utilizadas por algunas escuelas para dar visibilidad a las orientaciones en lenguas, destacando su relevancia en la formación de los estudiantes. Sin embargo, si bien la orientación es mostrada a través de diversas actividades y proyectos, no se expresa como un núcleo identitario fuerte dentro de las instituciones. En su lugar, la identidad de estas escuelas parece estar más vinculada a la idea de una "buena escuela secundaria" de tipo genérico, centrada en la calidad educativa y en la formación integral de los estudiantes, más que en una identidad estructurada específicamente en torno a la orientación en lenguas. Esto es especialmente evidente en aquellas instituciones donde conviven varias orientaciones, ya que la presencia de la orientación en lenguas convive con otras propuestas formativas, diluyendo su centralidad como eje identitario. Además, es importante destacar que los curadores de las redes sociales suelen ser autoridades escolares cuyas titulaciones no están necesariamente vinculadas con las lenguas extranjeras. Esto puede influir en la manera en que se seleccionan y presentan los contenidos, ya que, aunque se busca visibilizar las actividades relacionadas con la orientación, no siempre se logra profundizar en los aspectos específicos del aprendizaje de idiomas o en su integración con otras áreas del conocimiento.

A pesar de estas limitaciones, las redes sociales se presentan como una herramienta valiosa para conectar a las escuelas con la comunidad, mostrando las actividades que se realizan y fortaleciendo el sentido de pertenencia de los estudiantes y sus familias. Este uso estratégico de las

redes no sólo promueve la identidad institucional, sino que también contribuye a posicionar a las escuelas orientadas en lenguas como espacios de innovación y diversidad cultural, aunque esta identidad no esté plenamente anclada en la especificidad de las lenguas. Así, las redes sociales se convierten en un recurso relevante para visibilizar los esfuerzos de las escuelas, a pesar de las limitaciones estructurales y la falta de apoyo gubernamental para el desarrollo de la orientación.

BIBLIOGRAFÍA

Botto, M. (2003). *La comunicación en las instituciones educativas de nivel medio. Quaderns Digitals*, (31). https://www.quadernsdigitals.net/datos_web/hemeroteca/r_31/nr_453/a_6217/6217.htm

Castilloveitía, A. (2017). Las destrezas de comunicación del director escolar y el manejo de conflicto en Puerto Rico. *Revista Iberoamericana sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación*, 15(3), 113-128. <https://doi.org/10.15366/reice2017.15.3.006>

Dussel, I. & Caruso, M. (1999). *La invención del aula. Una genealogía de las formas de enseñar*. Santillana

González de León, L. (2024). *Comunicar la escuela: Estrategias de comunicación para organizaciones educativas*. Dynamis.

Macia, M. (2019). Principales canales para la comunicación familia-escuela: análisis de necesidades y propuestas de mejora. *Revista Complutense de Educación*, 30(1), 147-165. <https://doi.org/10.5209/rced.59247>

Mainero, M. G. (2021). Formalización del área de comunicación institucional del Colegio Nacional “Rafael Hernández”. *Revista ES*, 1(1-2), e025. <https://doi.org/10.1234/revistaes.e025>

Mórtola, G. & Montserrat, M. (2021). Las políticas normativas en lenguas extranjeras: las leyes nacionales, provinciales y los diseños curriculares (1993-2020). *Alquimia Educativa*. 8 (1), 65-66. <http://editorial.unca.edu.ar/Publicacione%20on%20line/Alquimia/n%208%20vol-1.htm>

Papic-Domínguez, K. (2020). Medios de comunicación organizacional interna en colegios públicos, Chile. *Alteridad: Revista de Educación*, 15(2), 241-255. <https://doi.org/10.17163/alt.v15n2.2020.08>

Terigi, F. (2021). La educación secundaria argentina 1983-2015. En A. Puiggrós (Dir.), *Historia de la educación en Argentina IX. Avatares de la educación en el período democrático (1983-2015)* (pp. 215-286). Galerna.