

Rediseño de Imagen Instituto Juan Gutenberg

Garcés Lola

Universidad CAECE Mar del Plata

Trabajo presentado por requerimiento de la asignatura Desarrollo de un Proyecto I

Profesores: Daniel Nieco, Hernán De Filippis y Alejandro De Cicco

Licenciatura en Diseño Gráfico y Comunicación Audiovisual

Diciembre, 2025

El trabajo: “REDISEÑO DE IMAGEN INSTITUTO JUAN GUTENBERG”

Presentado por:

Garcés Lola

Ha sido aprobado.

Recibido y aceptado por:

[Título, Nombre y Apellido del receptor]\_\_\_\_\_

Aprobado por:

[Título, Nombre y Apellido del Profesor]\_\_\_\_\_

[Título, Nombre y Apellido del Profesor]\_\_\_\_\_

[Título, Nombre y Apellido del Profesor]\_\_\_\_\_

## **Autorización de Publicación de Abstracts de Trabajos Finales de Grado, en la Web Institucional**

En concordancia con lo establecido en las normas para la presentación de trabajos finales de grado de la Universidad CAECE, el/los alumno/s:

Garcés Lola - Maldonado David - Pereyra Lara

autoriza/n a UCAECE Mar del Plata, a la publicación en la Web institucional el abstract del trabajo de su autoría titulado:

Diseño de Imagen: Instituto Juan Gutenberg.

únicamente con fines académicos y/o para servicio de la comunidad, reservándose su autor los derechos de propiedad intelectual sobre el mismo, desligando a la Universidad de todo tipo de responsabilidad por el uso que puedan darle los visitantes/usuarios/consultores de la Web citada. En la ciudad de Mar del Plata, a los \_\_\_\_ días del mes de \_\_\_\_\_ de 20 \_\_ –

Firma: \_\_\_\_\_ Aclaración: GARCES LOLA

D.N.I.: 40424937 \_\_\_\_\_

### **Agradecimientos**

Me gustaría agradecer a todas aquellas personas que han colaborado en la realización del presente trabajo, a mis compañeros Lara y David. A los docentes de esta asignatura que nos han orientado y supervisado continuamente. Como así también, a todas las personas pertenecientes a la institución Juan Gutenberg, por brindarnos toda la información necesaria para enriquecer nuestro proyecto. Quisiera además, agradecer a mi familia por el apoyo incondicional en este transcurso, por la compañía en todos los momentos, y sobre todo en los más difíciles. Una mención especial para mis amigos, por haberme acompañado a lo largo de la carrera.

*A mi madre, cuya paciencia y disciplina son un rito de amor y ejemplo.*

*A mi padre, que me enseñó el oficio como gozo.*

*A Tico, por ser tan buen compañero, lealtad que no exige palabras.*

*A mis grandes y cercanos amigos.*

## **Abstract**

El presente, es el trabajo final de la Licenciatura en Diseño Gráfico y Comunicación Audiovisual y tiene como objetivo desarrollar una nueva imagen para el Instituto Juan Gutenberg de la ciudad de Mar del Plata. El proyecto busca lograr una identidad homogénea para la institución, que vaya más allá de lo visto hasta el momento. La historia del colegio y los elementos representativos de la misma, como así también la investigación llevada a cabo sobre la multiculturalidad, son los puntos a partir de los cuales se realizó el proyecto. Posteriormente, se fundamenta el partido conceptual elegido, y la descripción de cada una de las piezas de comunicación que forman parte del proyecto. Además, se incluirán imágenes de cada uno de los diseños.

Palabras clave:

Diseño - Imagen - Identidad - Instituto - Asociación - Comunicación - Comunidad - Mar del Plata - Multiculturalidad - Plurilingüe - Educación multicultural.

## Índice de Contenidos

### CAPÍTULO I

1. Introducción: Acerca del Instituto Alemán Juan Gutenberg.....	11 - 12
1.1 Recorrido histórico y presente.....	12 - 21
1.2 Educación y niveles.....	21 - 27
1.3 Proyectos Gutenberg.....	27 - 31
1.3.1 GGG / Gutenberg Verde	
1.3.2 Kultur / Cultura	

### CAPÍTULO II

2. Acerca de la Multiculturalidad.....	32 - 34
2.1 Multiculturalidad e inmigración.....	34 - 37
2.2 Educación multicultural.....	37 - 41
2.2.1 Educación bicultural.....	41 - 43

### CAPÍTULO III

3. Acerca de la comunidad educativa.....	43 - 47
3.1.1 Comunidad multicultural.....	47 - 51
3.2.1 Nuestro público.....	51 - 55
3.2 Análisis de la competencia.....	55 - 56
3.2.1 Benchmark.....	57 - 60
3.3 Análisis FODA.....	61 - 64
3.4 Planteo del problema general.....	64
3.4.1 Problemas específicos	

3.5 Objetivos generales.....	65
------------------------------	----

3.5.1 Objetivos específicos

**CAPÍTULO IV**

4. Propuesta de trabajo.....	65 - 66
------------------------------	---------

4.2 Conclusiones.....	67 - 80
-----------------------	---------

Anexos.....	81
-------------	----

Bibliografía.....	82 - 87
-------------------	---------

## Índice de Figuras

*Figura 1. Miembros de la primera asociación alemana en Argentina.*

*Figura 2. Logotipo de la Federación de Asociaciones Argentino-Alemanas.*

*Figura 3. Escudo actual del Instituto Juan Gutenberg.*

*Figura 4. Posteo pandemia.*

*Figura 5. Logo antiguo de la institución.*

*Figura 6. Logo nuevo de la institución.*

*Figura 7. Niños con uniformes.*

*Figura 8. Cartelería habitual colocada para un egreso.*

*Figura 9. Foto fachada de la escuela primaria y secundaria.*

*Figura 10. Foto capturada de un video del facebook institucional.*

*Figura 11. Cartelería de aulas.*

*Figura 12. Oficinas administrativas.*

*Figura 13. Baños.*

*Figura 14. Vista de un salón del Jardín de Infantes.*

*Figura 15. Patio de juegos del Jardín de Infantes*

*Figura 16. Exposición de dibujos en un aula.*

*Figura 17. Juguetes ordenados en el aula.*

*Figura 18. Pintura alusiva al último año de formación en el colegio.*

*Figura 19. Patio interno del Nivel Secundario.*

*Figura 20. Proyecto GGG. Logo.*

*Figura 21. Proyecto Kultur. Tortenfest.*

*Figura 22. Orquesta de jóvenes alemanes.*

*Figura 23. Juego de ajedrez en Schachfest.*

*Figura 24. Diario Vorwärts.*

*Figura 25. Diario Argentinisches Tageblatt.*

*Figura 26. Cuadro con información de la matrícula total.*

*Figura 27. Resultado encuesta “¿De qué país o países sos originario/a, vos o tu familia más cercana?”.*

*Figura 28. Resultado encuesta “¿Te sientes cómodo/a con estudiantes de diferentes culturas en la escuela?”.*

*Figura 29. Resultado encuesta. Al elegir el instituto “¿Para vos/tus padres fue importante la enseñanza de idiomas, más que la multiculturalidad?”.*

*Figura 30. Resultado encuesta: Al elegir este instituto ¿Para vos/tus padres fue más importante la transmisión de valores multiculturales?.*

*Figura 31. Resultado encuesta: “¿Consideras que es bueno para tu futuro saber alemán?”.*

*Figura 32. Resultado encuesta: “¿Te interesa la cultura alemana?”.*

*Figura 33. Resultado encuesta: “¿Consideras que es bueno para tu futuro saber inglés?”.*

*Figura 34. Resultado encuesta: “¿Te interesa la cultura inglesa?”.*

*Figura 35. Perfil estudiante: Catalina Melián.*

*Figura 36. Resultado encuesta: “¿Fuiste de intercambio a Alemania?”.*

*Figura 37. Perfil estudiante: Agustín López.*

*Figura 38. Resultado encuesta: “Hablas algún idioma aparte de los que enseñan en el instituto?”.*

*Figura 39. Versiones de marca: escudo, escudo simplificado, imago tipo, isotipo, logos.*

*Figura 40. Visualización de ejemplo de un identificador de espacios.*

*Figura 41. Visualización de maqueta de espacio, prototipado.*

*Figura 42. Visualización de pieza editorial.*

*Figura 43. Render stand para exposiciones.*

*Figura 44. Captura de interface de home del sitio web.*

*Figura 45. Visualización de publicidad en vía pública.*

*Figura 46. Visualización del sistema papelería en diplomas.*

*Figura 47. Render totem.*

*Figura 48. Feed Instagram.*

*Figura 49. Captura de video.*

*Figura 50. Merchandising.*

*Figura 51. Merchandising de postales.*

*Figura 52. Banner bienvenida.*

*Figura 53. Juego de ajedrez Kultur.*

*Figura 54. Packaging comida alemana.*

*Figura 55. Trofeo.*

*Figura 56. Cartelería de ingreso.*

## Índice de Tablas

*Tabla 1. Benchmark: instituciones marplatenses.*

*Tabla 2. Benchmark: instituciones alemanas en Argentina.*

*Tabla 3. Análisis FODA.*

*Tabla 4. Guión Técnico video reel publicitario*

## | CAPÍTULO I

### 1. Introducción: Acerca del Instituto Juan Gutenberg

El instituto Juan Gutenberg, también conocido como Gutenberg Schule, es un colegio de gestión privada, mixto, que comprende la jornada completa y es de formación laica. Fue fundado en el año 1960 por un grupo de inmigrantes alemanes que formaban parte de la Asociación Cultural de Habla Alemana (A.C.H.A). Su trayectoria educativa comienza con el nivel inicial, continuando con los otros niveles a medida que la institución se fue consolidando. Desde ese entonces, es el único establecimiento educativo de la ciudad de Mar del Plata que mantiene las costumbres de transmitir el idioma y la cultura alemana, a través de la educación en todos sus niveles, inicial, primario y secundario. Se definen como una institución de educación multicultural y de perspectiva plurilingüe. *“El idioma alemán constituye desde el inicio el elemento distintivo e identitario de la enseñanza en el Instituto Gutenberg”*

Uno de los intereses prioritarios de esta institución, es fomentar en sus alumnos/as vínculos culturales, destacándose el que les dio identidad desde sus comienzos, el perteneciente a la cultura germano - argentina. Para tal fin, la institución otorga a sus estudiantes, títulos y certificaciones en idiomas, alemán e inglés, con la posibilidad de articular sus estudios en el exterior, sin necesidad de realizar un examen de validación de los mismos. A su vez, permite al estudiante egresado del nivel secundario, realizar un intercambio cultural con la República Federal Alemana, intercambio educativo que les

posibilita vivir durante un mes, en casas de familias alemanas y experimentar en primera persona la cultura germánica.

Por otro lado, el Instituto Gutenberg dispone de actividades extraprogramáticas, que incluye una amplia variedad de propuestas, destacándose las del ámbito deportivo. Así mismo, cuentan con dos proyectos institucionales, uno vinculado al cuidado del medio ambiente y otro que revaloriza la multiculturalidad, a través de actividades recreativas y festivas de la cultura alemana.

Para este colegio es primordial promover valores humanos, como la libertad responsable, la perseverancia en el trabajo, la conciencia crítica, la responsabilidad con el semejante, la transmisión de conocimientos y valoración de la cultura alemana desde sus tradiciones, hasta el aprendizaje del idioma.

### 1.1 Recorrido histórico y presente

A partir del flujo migratorio, muchas de las familias alemanas que arribaron a la ciudad de Mar del Plata, comenzaron a agruparse en diferentes organizaciones, entre ellas se encuentra el Centro Alemán que es una organización no gubernamental conformada por individuos de ascendencia alemana cuyo objetivo fue, desde sus orígenes, promover e intercambiar todas las expresiones de la colectividad alemana: idioma, arte, tradiciones, historia, geografía, genealogía, música, canto, danzas y comidas. Sus integrantes participan, aún hoy, en eventos locales como la Feria de las Colectividades. También se reúnen con otras asociaciones argentino-alemanas de diferentes localidades de la provincia de Buenos Aires,

como así también conmemoran efemérides germanas, siendo la más popular el 3 de octubre, el día de la Reunificación Alemana.



*Figura 1, miembros de la primera asociación alemana en Argentina.*

También se encuentra la Asociación Cultural de Habla Alemana (A.C.H.A), que es una asociación civil sin fines de lucro creada en el año 1958 en la ciudad de Mar del Plata. En sus inicios, se estableció como una agrupación de sesenta inmigrantes alemanes que se reunían con el objetivo inicial de formar un club para personas germanoparlantes, a fin de que se constituya en un espacio para conservar y difundir su lengua y cultura. Luego la educación cumplió una función clave en el espíritu de esta iniciativa, que se mantuvo a través de los años. A los dos años de la creación de la Asociación, la Comisión Directiva abrió el primer jardín germanoparlante de la ciudad, para los hijos y las hijas de los socios.

En 1962, con el permanente deseo de progreso y con gran aceptación de la sociedad marplatense, se marcó un nuevo hito en la historia de la Asociación: la creación de la escuela

primaria “Juan Gutenberg”. Recibió su nombre en homenaje al alemán Johannes Gutenberg, inventor de la imprenta moderna y tipos móviles, reconocido por dar el paso de la letra a mano alzada, a letra impresa. Su principal trabajo fue la Biblia de 42 líneas, considerada el primer libro impreso de la tipografía móvil.

En cuanto a la propuesta educativa del establecimiento, logró captar rápidamente la adhesión de la comunidad marplatense, situación que determinó el continuo aumento de su población escolar, así fue como en el año 1986 se creó el nivel secundario, abarcando así todos los niveles educativos que preparan al individuo para su vida universitaria o laboral. A partir del mismo año y hasta la actualidad, el colegio brinda a los y las estudiantes la posibilidad de participar en intercambios estudiantiles con la República Federal de Alemania, como una forma de aprendizaje, desarrollo personal, consolidación del lenguaje y autonomía.

Desde la década del ‘60, el crecimiento institucional fue constante, obligando a la institución a mudarse tres veces en busca de un lugar más amplio, hasta situarse en su ubicación actual, en la calle Larrea N° 248 de la ciudad de Mar del Plata.

Si bien fue constante este crecimiento, la institución supo conservar en su acuerdo pedagógico los principios y valores iniciales del estatuto de la Asociación Cultural de Habla Alemana (A.C.H.A) en pos de que se constituya en un espacio para conservar y difundir la cultura y la lengua alemana.



*Figura 2. Logotipo de la Federación de Asociaciones Argentino-Alemanas.*

El instituto Juan Gutenberg ofrece actualmente servicios educativos en la modalidad de educación común en tres niveles: nivel inicial, nivel primario y nivel secundario. Este último otorga el título de “Bachiller con orientación en Lenguas y Ciencias”. Los/as alumnos/as aprenden no solo el idioma germano de sus antepasados, sino que con el tiempo el colegio optó por incorporar la lengua inglesa, permitiendo así ser un colegio plurilingüe. Esto le dio la opción de seguir avanzando y la posibilidad a los/as alumnos/as de aplicar a certificaciones internacionales. Las mismas les permiten continuar sus estudios en la Unión Europea, si así lo eligieren, sin necesidad de rendir exámenes de validación de título de idioma, ya sea el idioma alemán como el inglés.

Por otro lado, el colegio busca hacer hincapié en asignaturas relacionadas a las Ciencias y las Exactas (matemática, física, química, informática). No obstante, el pilar de la institución es el aprendizaje de diversas lenguas, contando con un nivel C1-C2 en lengua inglesa al finalizar sus estudios secundarios. El nivel C1 otorga la capacidad de comprender una amplia variedad de textos extensos y con cierto nivel de exigencia, como así también poder expresarse de forma fluida y espontánea. Por su parte, el nivel C2 corresponde al nivel nativo

del idioma que permite comprender con facilidad todo lo que se oye o se lee, como así también reconstruir información y argumentos procedentes de diversas fuentes.

Cabe destacar, que este énfasis lingüístico que se produce a lo largo de la trayectoria educativa, permite al alumno/a adquirir conocimientos tan sólidos en la materia, que prescinde de cualquier ayuda particular extracurricular.

Dentro de la institución educativa, como se mencionó anteriormente, las actividades extraprogramáticas, son de suma importancia, entre las que se encuentran las del ámbito deportivo, destacándose el handball y la gimnasia artística. El primero de éstos, se considera uno de los deportes alemanes por excelencia, creado por el profesor de educación física alemán Max Heiser que en sus principios lo denominó Torball, pero fue en el año 1918, que los germanos Karl Schelenz y Karl Dieser lo perfeccionaron, elaboraron un reglamento y crearon la versión actual que conocemos hoy en día. En lo que respecta a la gimnasia artística, tiene su origen pedagógico en el año 1811, con el profesor del Instituto Alemán de Berlín, Friedrich Ludwig Jahn quien creó el primer espacio para la práctica de este deporte y el diseño de los elementos de esta disciplina.

El instituto Gutenberg también ofrece talleres de taekwondo, que fue adicionado al plan de estudio recientemente. Asimismo, es posible acceder a otros talleres como robótica y programación, ajedrez, danza jazz y música.

El instituto Juan Gutenberg cuenta con un escudo, que hace las veces de identidad visual actual, el que representa al colegio y se halla en todos los uniformes. Del mismo modo, acompaña todas las piezas de comunicación gráfica. Este escudo simboliza las iniciales del

colegio, que remiten al nombre del inventor alemán, Johannes Gutenberg. El color azul que se eligió, se debió a que por ese entonces, era un color habitual utilizado como distintivo institucional. Su logo se construyó estilizando la letra “G” perteneciente al apellido del inventor, con una fuente tipográfica del estilo gótico, eligiéndose además, el color amarillo para generar contraste con el azul que forma de fondo.

El proceso de identidad del Instituto Juan Gutenberg, no solo representa un paso significativo en su evolución histórica y visual, sino también, la oportunidad de reafirmar lo identitario y sus valores dentro de la comunidad marplatense. La imagen institucional de la escuela no es solo su carta de presentación, es reflejo de la misión, visión y compromiso como entidad educativa actual.



*Figura 3, escudo actual del Instituto Juan Gutenberg.*

En cuanto al símbolo institucional, que es el escudo, el mismo actúa como identidad de la escuela y no se encuentra normado, por lo cual no se refleja de la misma manera en cada pieza visual, tanto en los colores, como en aplicaciones y forma de uso. A continuación se observan tres imágenes utilizadas en distintos contextos y fondos. No se contempla un uso normado de la versión en negativo.



*Figura 4, posteo pandemia.*

*Figura 5, logo antiguo de la institución.*

*Figura 6, logo nuevo.*

En cuanto a la paleta cromática, los colores utilizados por la institución son el azul y el amarillo, ambos aplicados en toda la comunicación de la escuela. Se observa que no hay uso de un hexadecimal definido, debido a que se encuentran piezas de diferentes tonos de azul y amarillo. Del mismo modo, no se contempla la equivalencia entre piezas físicas (CMYK) y digitales (RGB).



*Figura 7, niños con uniformes*

*Figura 8, cartelería habitual colocada para un egreso.*

La tipografía secundaria se representa con una sans serif que para el nombre del colegio es regular y para el nombre de la ciudad es bold. Se observa que en el frente de la institución, la cartelería existente tiene otro tipo de fuente, inexistente en el escudo. Solo se respeta la G gótica presente en el mismo.



*Figura 9, foto fachada de la escuela primaria y secundaria.*

Si bien toda la tipografía, tanto en formato físico, como en digital es de la familia sans serif, no se encuentra unificada. Dentro del establecimiento, en la comunicación externa y en las piezas de diseño, hay una selección tipográfica diferente para cada una, no lográndse una coherencia visual.



*Figura 10, capturada de un video del facebook institucional*

En la visita realizada en la institución se observó una señalética que no tiene, como se mencionó anteriormente, una coherencia visual, generalmente debido a la falta de selección tipográfica, iconográfica y paleta cromática.

Actualmente en el colegio, los carteles de señalética básica como los correspondientes a las salidas de emergencia, baños, entre otros, son genéricos y no están personalizados, es decir, no tienen un diseño definido de acuerdo a la imagen de la institución que brinda a través de sus canales de comunicación. Esto conlleva a que no se vea reflejada la educación multicultural que la escuela pregona, habiéndose encontrado de forma iconográfica o con cartelería, todo en idioma español. Asimismo, la señalética vinculada a las aulas, salones de usos múltiples u oficinas administrativas, queda a criterio de los/as encargados/as de cada dependencia; por ejemplo, en las aulas los carteles están escritos en forma manual por los mismos docentes, observándose nuevamente que no está estandarizada la imagen, ni el contenido comunicacional.



*Figura 11, cartelería de aulas.*



*Figura 12, oficinas administrativas. / Figura 13, baños.*

Si bien la marca institucional actual y la colorimetría está arraigada a su historia y trayectoria, se evidencia que existen aspectos que deben ser actualizados para reflejar de manera más efectiva la concepción de multiculturalidad de la comunidad educativa.

En la actualidad la señalética y presencia en redes sociales son elementos clave que pueden ser optimizados para transmitir de manera más efectiva los valores y principios del colegio, así como también, propiciar la comunicación interna. Al abordar estos procesos de diseño, la escuela tiene la oportunidad de reafirmar el compromiso de excelencia educativa, posicionándose como un referente de la educación de la ciudad de Mar del Plata.

Es una necesidad lograr una identidad y la obtención de un manual de marca, que vaya más allá del nombre de la institución y se unifique con su misión inicial. Es por eso que se deben retomar las raíces de la Asociación Cultural de Habla Alemana (A.C.H.A), las cuales son *“transmitir y conservar la lengua y la cultura alemana.”*

Es prioritario adoptar los valores iniciales para que no se pierdan y continúen de generación en generación. Esto debería estar presente en todas las piezas de comunicación visual, tanto externa como interna del colegio, ya que le aportaría un distintivo e identidad con la que todos/as los/as alumnos/as, exalumnos/as, familias y grupos de convivencia deben sentir como real y propia de la institución.

## 1.2 Educación y niveles

Cada nivel educativo del Instituto Juan Gutenberg tiene su diseño curricular definido. El nivel inicial o *kindergarten* (traducción de “jardín de infantes” en alemán) comprende a niños/as desde los 45 días, hasta los 5 años de edad. El instituto ofrece en primera instancia,

salas maternas para uno y dos años de edad, con propuestas pedagógicas que brindan herramientas para ampliar el vínculo de los mismos con el mundo cultural, a fin de configurar hábitos, informaciones, pautas, modos de hacer, de pensar y valorar, que contribuyan con la estructuración de su subjetividad. Los niños/as que ingresan a las salas maternas, en muchos casos, vivencian por primera vez la separación de sus familias. De ahí que la sala maternal acompaña este proceso, que a través del vínculo y las actividades propuestas por el instituto, ofrecen un importante espacio de motivación y aprendizaje para el desarrollo de esta etapa de vida, potenciando la comunicación y la expresión oral, incentivando el juego, la creación de hábitos y rutinas, en un clima contenedor, afectivo y estimulante.



*Figura 14, vista de un salón del Jardín de Infantes*

*Figura 15, patio de juegos del Jardín de Infantes.*

La educación en el nivel inicial ofrece una diversidad de experiencias donde se potencia el desarrollo cognitivo, emocional y social, acompañado por todas las capacidades y habilidades que se van manifestando en las diferentes edades. Dentro de la propuesta pedagógica de este nivel se encuentran actividades extraprogramáticas en áreas como música,

educación física, informática, destreza, gimnasia deportiva, y por sobre todo, la introducción al idioma alemán como segunda lengua.

La propuesta que abarca los 3 y 5 años del nivel inicial, tiene como objetivo seguir afianzando los vínculos entre pares, como así también, priorizar el lugar del juego, como herramienta social que favorece la formación de sujetos autónomos y creativos. Por otra parte, el lenguaje oral, la expresión artística, el conocimiento del propio cuerpo y el de sus pares, la motricidad y el desarrollo de sus habilidades, son la base para futuros aprendizajes significativos. A partir de la sala de 4 años es importante la construcción de una alfabetización cultural, donde los niños/as comienzan a mostrar un deseo por conocer el lenguaje, entendiendo éste como una práctica social y cultural que se adecua en forma dinámica a la versatilidad de contextos.



*Figura 16, exposición de dibujos en un aula.*

*Figura 17, juguetes ordenados en el aula.*

El Instituto considera importante que al finalizar el jardín de infantes “*los/as niños/as* hayan transitado variadas experiencias en distintos ámbitos: de comunicación, estéticas, de juego, de descubrimiento del entorno y de experiencias cotidianas. Estas experiencias,

*enriquecidas por entramados de contenidos curriculares, favorecerán el desarrollo integral de los alumnos/as.”*

El nivel primario comprende a niños/as desde los 5 hasta los 11 años de edad. El colegio actualmente tiene como propuesta pedagógica encaminar a los/as alumnos/as hacia una educación bicultural actualizada, entendiendo a ésta, como la unión de dos culturas, para que el/la estudiante incorpore de modo natural, el bagaje cultural del idioma que está aprendiendo, incentivando en los/as mismos/as todas sus capacidades para pensar, conocer, discernir, debatir y crear en un marco de libertad y respeto.

Los tres primeros años de este nivel comprenden niños/as desde los 5 a 8 años de edad. A lo largo de esta primera instancia la propuesta pedagógica se focaliza en la alfabetización, en el progreso del conteo matemático y en la comprensión de los problemas y las operaciones. Los/as niños/as que pasan por este ciclo, tienen sus primeros contactos con la observación orientada a los fenómenos naturales y sociales, participan de relatos sobre tiempos pasados, de intercambios con los/as maestros/as y compañeros/as acerca de aspectos de la vida social y económica de su entorno, con el propósito de que la comparación y el contraste les permitan empezar a desarrollar una mirada reflexiva sobre la realidad multicultural en que les toca vivir.

El segundo ciclo del nivel primario comprende los tres últimos años. Al mismo, asisten niños/as desde los 9 hasta los 11 años de edad, donde ya finalizan el nivel primario, para acreditar hacia el nivel secundario. En este segundo ciclo, se amplían las oportunidades de acercamiento de los/as alumnos/as a diferentes aspectos de la ciencia y la cultura. Asimismo

se incorporan áreas como Inglés y se reorganizan y formalizan parte de los conocimientos adquiridos anteriormente. Dentro de la pedagogía de este último ciclo, una parte fundamental es fomentar la lectura y la escritura, no solo física, sino también digital, así los niños y las niñas pueden tener mayor autonomía y cuidado en el acceso, conservación y reelaboración de la información.

El nivel secundario, al igual que los anteriores niveles, se divide en dos ciclos, básico y superior. El ciclo básico comprende estudiantes de 12 a 14 años de edad. La propuesta pedagógica de los primeros tres años se focaliza en la construcción de la identidad de cada alumno/a en su ingreso a la adolescencia, etapa crucial en la vida de las personas. Resulta pertinente valorar las acciones desarrolladas en el nivel primario y diseñar la continuidad de las mismas, en nuevas actividades para lograr en esta fase, que los/as alumnos/as alcancen los valores, conocimientos, hábitos y metodologías que les permitan avanzar en su formación.

Para la institución educativa es esencial lograr que los y las estudiantes se visualicen como sujetos autónomos y críticos, en pos de un desarrollo intelectual permanente, donde sean capaces de considerar al esfuerzo y la dedicación como ejes de todo proyecto personal. Se aportan materias de formación complementarias al diseño curricular oficial, algunas de las cuales son, laboratorios de físico química, informática e idiomas, alemán e inglés.

El ciclo superior del nivel secundario comprende estudiantes de 15 a 18 años de edad, momento en el que los/as alumnos/as finalizan el bachillerato y su paso por el Instituto Juan Gutenberg. La pedagogía de los últimos tres años del nivel, establece los objetivos para el desarrollo de una enseñanza que apunte hacia lo científico-tecnológico, acercando a los y las

estudiantes a mecanismos y métodos de investigación, dotándolos de herramientas en el marco de la exigencia académica y la autonomía de los mismos, logrando un perfil de estudiante egresado, en condiciones de hacer frente a estudios superiores o universitarios.

La modalidad que pueden escoger los y las estudiantes del Instituto son dos, Ciencias Sociales y Ciencias Naturales, por ello uno de los objetivos pedagógicos más importantes de este ciclo, es la investigación, tanto en el trabajo de campo en laboratorios de fisicoquímica, como en laboratorios de informática.

En cuanto a la pedagogía del idioma, el ciclo superior es importante para la vida del alumno/a en la institución, ya que cuenta con la posibilidad de participar por un mes del Intercambio Estudiantil con la República Federal de Alemania. Para hacer ello posible, el/la estudiante de cuarto y sexto año del ciclo superior, rinden un examen internacional llamado Sprachdiplom, certificando sus niveles I y II del idioma alemán, obteniendo un certificado extendido por el Ministerio de Cultura y Educación de la República Federal de Alemania. *“El Sprachdiplom II habilita a los alumnos para el ingreso a Universidades alemanas sin necesidad de realizar equivalencias de idioma”*.

La labor educativa pretende, en palabras del presidente de la comisión directiva Andrés Skiliarevsky, “cultivar una cultura basada en sólidos valores humanos, para formar mentes brillantes, corazones compasivos y solidarios, fomentando el respeto, la empatía y la colaboración en un ambiente inclusivo, donde cada individuo es valorado y respetado en su singularidad.”



*Figura 18. Pintura alusiva al último año de formación en el colegio.*

*Figura 19. Patio interno del nivel secundario.*

### 1.3 Proyectos Gutenberg

La propuesta pedagógica promovida por el Instituto Juan Gutenberg, tiene como objetivo la formación de estudiantes capacitados para enfrentar una amplia gama de futuros posibles. En este sentido, la institución desarrolla y promueve una variedad de proyectos destinados a involucrar a los y las estudiantes de todos los niveles educativos, desde el nivel inicial hasta el nivel secundario. De igual modo se incluye a las familias y su comunidad cultural, los cuales otorgan un sentido de identidad para fomentar los valores que busca transmitir la institución.

Algunos de los proyectos que comparten y une a la comunidad educativa, son por un lado, el “Grün Green Gutenberg” (GGG), cuya traducción es verde en alemán e inglés respectivamente y por otro lado, las conmemoraciones del proyecto “Kultur”, cuya traducción es cultura.

### 1.3.1 GGG / Gutenberg Verde

El Instituto Juan Gutenberg se propone como objetivo, ser identificado como la primera escuela de carácter sostenible y sustentable para con el medio ambiente de la ciudad de Mar del Plata. Desde el ciclo lectivo 2022 se busca el reconocimiento y la acreditación como escuela MINT (Mathematik, Informatik, Naturwissenschaften, Technik), es decir, un colegio que fortalezca las asignaturas de Matemática, Informática, Ingeniería y Ciencias, desde un enfoque de cuidado al medio ambiente. Se entiende por sostenible, buscar un desarrollo social que contribuya a mejorar la calidad de vida de todos/as. Y por sustentable, el uso responsable de los recursos del planeta para preservar, proteger y conservar los recursos naturales, tanto para esta generación como para las futuras.

Este proyecto sigue los lineamientos de las instituciones educativas alemanas actuales y se empareja también con otros establecimientos a nivel mundial que están desarrollando esta clase de proyectos ecológicos de forma satisfactoria. Esta propuesta cuenta con un logo propio, que es el escudo del colegio, adaptado a los colores del proyecto: verde.



*Figura 20. Proyecto GGG. Logo.*

En el Grün Green Gutenberg (GGG) participan tanto estudiantes que trabajan activamente desde distintas asignaturas, como docentes que acompañan y hacen un

seguimiento de los trabajos y subproyectos, las familias que se unen a este propósito de manera voluntaria y ONGs que se acercan ofreciendo charlas y asesoramiento.

Entre las propuestas del GGG pueden encontrarse cuatro apartados principales: *Flora y Fauna*, *Residuos*, *Energía y Recursos*, y *Moda Sustentable*. En el apartado de *Flora y Fauna* se pensó, en primer lugar, en la construcción de un jardín nativo, a fin de cultivar y revalorizar las plantas autóctonas de nuestra tierra. También, una huerta urbana destinada a la plantación de verduras, hortalizas y plantas aromáticas. Se busca anexar la idea de “*upcycling*” o suprarreciclaje, que consiste en transformar un desecho, en un producto de mayor calidad y valor ecológico, con el propósito de prolongar su vida útil.

En lo que respecta a *Residuos*, se propone, en primera instancia, la separación, gestión y distribución de los mismos, catalogándose aquellos materiales que podrían convertirse en productos nuevos o ser parte de la materia prima reutilizable, de aquellos que deben descartarse directamente. En esa misma línea, se pretende llevar a cabo un sistema de compostaje, propiciando la transformación biológica de los restos orgánicos en abono. Igualmente, se aspira a la creación de ecoladrillos, minimizando los remanentes como envoltorios de caramelos, envases de fideos y arroz, y demás plásticos de un solo uso.

En relación con *Energía y Recursos*, se proyecta una gestión de dispositivos electrónicos, a fin de disminuir el impacto que estos elementos tienen, no sólo en el medio ambiente sino también en la salud de los individuos. Asimismo, se pretende incentivar el ahorro de combustibles fósiles y el ahorro y reutilización del agua en la comunidad.

Por último, en cuanto al apartado de *Moda Sustentable*, se procura realizar ferias de objetos usados inherentes al colegio, como los uniformes, útiles y libros, para promover la circulación de los elementos que estén en buen estado, en vez de adquirir ejemplares nuevos. También consideran la organización de desfiles de ropa de segunda mano, como alternativa a los “té desfile” de ropa nueva y, por lo general, de fast fashion.

El proyecto GGG sigue en crecimiento, no obstante, si bien la institución lo lleva adelante desde el ciclo lectivo 2022, muchas de las propuestas planteadas anteriormente no se han llevado a cabo hasta el día de la fecha, como el concerniente al apartado flora y la fauna.

### 1.3.2 Kultur / Cultura

Desde la Comisión Directiva de la Asociación Cultural de Habla Alemana (A.C.H.A), se lleva adelante el Programa Gutenberg Kultur, traducido como cultura Gutenberg, el cual tiene como objetivo fomentar el idioma y la cultura alemana. Se distingue por celebrar fiestas de la cultura germana para fortalecer espacios de encuentros sociales y culturales que posibiliten la inclusión y el fortalecimiento de la comunidad educativa, en tanto institución multicultural. Además se desarrollan actividades de formación y capacitación en las diferentes áreas artísticas y culturales.

Las fechas más concurridas por toda la comunidad educativa y cultural son *Schachfest*, traducido como festival de ajedrez, que se conmemora su primera edición en el mes de julio y su segunda edición en el mes de septiembre. Esta fiesta típica tiene como temática los juegos de mente, principalmente el ajedrez, una actividad que reúne a todos los niveles. En el mes de

octubre, es el último evento alemán que se realiza en el ciclo lectivo del instituto, llamado *Tortenfest*, traducido como festival de pasteles, donde se promueve a todas las actividades artísticas y recreativas de esta cultura. Dicha fiesta no solamente reúne a todos/as los/as alumnos/as y la comunidad del colegio, sino que también se da invitación a diversos artistas que promuevan la cultura alemana, como orquestas, bailes culturales, juegos de entretenimiento, comida típica y mezcla de tradiciones.

La propuesta de este proyecto, es la multiculturalidad, donde se mezclan dos civilizaciones completamente distintas y conviven en un ambiente de enseñanza festiva y familiar.



*Figura 21. Proyecto Kultur: Tortenfest.*

*Figura 22. Orquesta de jóvenes alemanes.*

*Figura 23. Juego de ajedrez en Schachfest.*

## | CAPÍTULO II

### 2. Acerca de la multiculturalidad

El multiculturalismo es un concepto perteneciente a las Ciencias Sociales y Humanas y se desarrolla como corriente de pensamiento. Tiene diversas acepciones, pero en general se lo entiende como el fenómeno que señala la existencia y convivencia de varios grupos culturales en un territorio, situación, o bien dentro de un mismo país. OLIVÉ, (2004: p 21) señala que *“en ocasiones el término “multicultural” se utiliza para describir sociedades en donde conviven grupos que provienen de diversas culturas”*.

Por su parte, para la Antropología, la multiculturalidad siempre ha existido, considerando la diferencia entre los diversos individuos de un mismo grupo y dentro también de su propio grupo étnico, individuos diversos y diferentes. Entendiendo por diversos a las diferencias que existen entre las personas como edad, raza, género, etc, siendo cada persona única e irrepetible y entendiendo por diferentes, a las desigualdades que existen entre las personas, como la falta de acceso a oportunidades, recursos y derechos.

El multiculturalismo lleva más de 500 años de existencia y estuvo ligado históricamente al período de colonización, conquista y evangelización. DOMENECH, E (2003: p 2) plantea que: *“Los movimientos migratorios, producto de los procesos de (des)colonización y las reivindicaciones y luchas de los distintos grupos minoritarios vinieron a otorgar la posibilidad de repensar las formas actuales de construcción de identidades”*. Es por ello que empiezan a surgir numerosas cuestiones teóricas encaminadas a construir una ciudadanía

multicultural. Un tema central de la multiculturalidad es la diversidad cultural, entendida como pluralidad.

Tomando en cuenta por otro lado, lo que plantean QUILAQUEO y TORRES (2013) en el artículo sobre Multiculturalidad e Interculturalidad, la valoración del multiculturalismo varía según los países y los continentes. En países de América del Norte, como Estados Unidos, el concepto multicultural se refiere a los grupos de inmigrados como producto de la política migratoria, es decir, la integración de inmigrantes de diferentes condiciones sociales a una misma cultura. Por su parte, en Europa el concepto multicultural se utiliza para referirse especialmente a los inmigrantes que deben integrarse a un estado nacional cuya tradición cultural ha sido construida desde hace varios siglos. Y en América Latina, el término multicultural se aplica principalmente a los pueblos originarios, en tanto minorías étnicas. La cuestión indígena ha recibido mayor atención que la temática de la raza negra o la migratoria, tiene más presencia en el debate político y reconocimiento en la opinión pública. Esto pareciera ligado a que las identidades culturales de los pueblos originarios se encuentran más diferenciadas respecto del conjunto de la sociedad. Inclusive en el año 1994, el movimiento de derechos indígenas logró que la reforma constitucional, reconociera la preexistencia étnica y cultural de estos pueblos y garantizara el respeto a su identidad y el derecho a una educación bilingüe e intercultural. La población negra y la inmigrante, en cambio, tienen sus “raíces” en otro lugar del mundo y no son tan visibilizadas. No obstante, la diversidad étnica, cultural y lingüística de América Latina no se reduce a la cuestión indígena solamente, también se distinguen estos dos grandes grupos mencionados anteriormente: la población negra (afrolatina y afrocaribeña) y la población inmigrante o extranjera. En función de la

presencia en porcentaje de determinado grupo étnico sobre el total de la población de la región, la Argentina junto con Venezuela, se destaca por la cantidad de población extranjera o inmigrante residente en el país.<sup>1</sup>

## 2.1 Multiculturalidad e inmigración

El concepto de multiculturalidad suele estar asociado también a la denominación de interculturalidad, en tanto concepto y práctica que significa “entre culturas”. Esto no supone simplemente un contacto entre culturas, sino un intercambio que se establece en términos equitativos y en condiciones de igualdad. *“En sí, la interculturalidad intenta romper con la historia hegemónica de una cultura dominante y otras subordinadas y, de esa manera, reforzar las identidades tradicionalmente excluidas para construir, en la vida cotidiana, una convivencia de respeto y de legitimidad entre todos los grupos de la sociedad”* WALSH (1998).

Específicamente en nuestro país, a la multiculturalidad se la vincula por un lado; a la existencia de diferentes grupos indígenas y por otro a la presencia de colectividades de inmigrantes que resultaron de los flujos migratorios europeos producidos, entre fines del siglo XIX hasta mediados del XX, y la inmigración latinoamericana limítrofe proveniente de Bolivia, Paraguay y Chile, latinoamericana no limítrofe proveniente de Perú principalmente y

---

<sup>1</sup> Brasil y Colombia se destacan en cambio por su población negra, y Perú, México, Guatemala, Bolivia y Ecuador por un alto porcentaje de población indígena.

de ultramar procedente de Corea y China, entre otros acontecidas desde la década de los '60 en adelante.

En lo que respecta al presente trabajo, algunos de los flujos migratorios germanos llegaron a Argentina en el año 1825, gestionados por un alemán llamado Karl Heine, que fue enviado a Europa por el gobierno argentino para atraer inmigrantes. Heine logró reunir a 311 personas, con las que navegó hacia América del Sur. Al llegar al puerto de Montevideo, el barco fue interceptado por la marina brasileña, dado que en ese entonces Argentina y Brasil se encontraban en guerra. Así fue como los migrantes germanos permanecieron prisioneros en la actual capital del Uruguay durante tres meses, hasta que consiguieron escapar a las líneas argentinas. Las autoridades dispusieron que los recién llegados fueran alojados en un edificio desocupado perteneciente a los jesuitas, ubicado en la Chacarita de los Colegiales de Buenos Aires.

A partir del año 1878 continuó la corriente migratoria y arribaron los Alemanes del Volga que, como su nombre lo indica, se ubicaban adyacentes al río Volga, en la Rusia europea. Por otro lado, en los años treinta arribaron numerosas familias judías que escapaban del hostigamiento y la persecución antisemita. Muchos de ellos debieron ingresar en forma clandestina, ya que la inmigración al país estaba oficialmente cerrada. Esta variedad de inmigración alemana dio lugar a un amplio abanico de corrientes políticas internas. Algunos grupos alemanes organizaron asociaciones liberales antifascistas, como el periódico *Argentinisches Tageblatt* (Diario Argentino). Los alemanes socialistas, comunistas y progresistas también crearon sus propias instituciones, como por ejemplo la Asociación *Vorwärts* (Asociación Adelante).

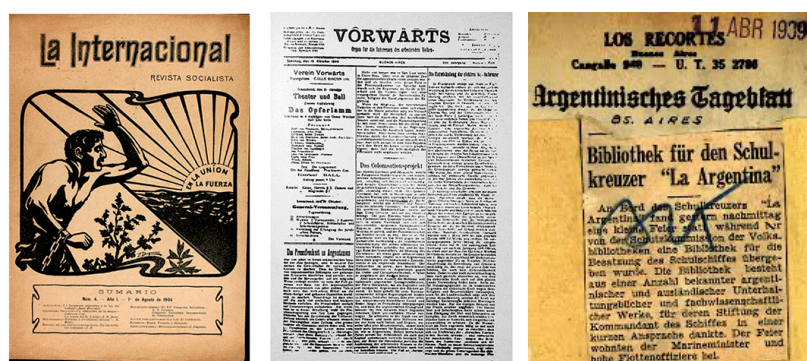


Figura 24, Diario Vorwärts. Figura 25, Diario Argentinisches Tageblatt.

El flujo migratorio europeo de fines del siglo XIX incluyó también la presencia de colectividades de inmigrantes alemanes que inicialmente se asentaron en zonas del Brasil, pero que luego emigraron a la Argentina en busca de un clima y entorno más afín a sus costumbres y tierras más aptas para el cultivo de trigo. En estos primeros movimientos migratorios también llegaron muchos científicos alemanes que hicieron grandes contribuciones en el desarrollo de las universidades argentinas, y en especial, en la fundación de muchas escuelas alemanas. Entre los años 1905 y 1933, el número de escuelas alemanas se elevó de 59 a 176.

Cabe mencionar no obstante, que incluso antes, en el siglo XVI, algunos alemanes tomaron parte en la conquista del territorio argentino, siendo muchos de ellos, misioneros jesuitas, educadores, científicos e intelectuales. Las primeras relaciones de Alemania con las colonias españolas en América, eran primordialmente económicas. *“Hacia fines del siglo XVII, los tejidos alemanes tenían una gran demanda en el área del Río de la Plata y los gobernantes de los diversos estados germánicos utilizaron todos los medios diplomáticos posibles para mantener este comercio abierto con Buenos Aires”*. Durante el gobierno de

Rosas, las inversiones alemanas se incrementaron, pero nunca llegaron a igualar a la de los ingleses.

Los alemanes se distribuyeron en todas las provincias de nuestro territorio argentino, pero de acuerdo a los censos nacionales, la mayor concentración se dio en la provincia de Buenos Aires, siguiéndole la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y en tercer lugar la provincia de Córdoba.

Hoy en día, alrededor de la mitad de los germano-argentinos no cultivan el alemán como lengua materna; exceptuando en las colonias de alemanes del Volga de Entre Ríos, Buenos Aires, Chaco y La Pampa, donde en las familias y en las casas se habla habitualmente el dialecto alemán traído de Europa. Sin embargo, más de 1,8 millones de argentinos hablan este idioma, siendo actualmente la cuarta lengua más hablada en la Argentina.

Por último y retomando el desarrollo del concepto de este capítulo, Torres (2001) plantea que *“el multiculturalismo puede ser aprehendido como movimiento social, enfoque teórico y educación multicultural, [...] en Argentina, el discurso multi e inter cultural pareciera haber arraigado más fuertemente en el campo de la educación, que en el ámbito de la teoría social”*.

## *2.2 Educación multicultural*

La educación multicultural nace de una reflexión sobre la presencia en las escuelas occidentales de minorías que necesitan una atención especial por la distancia que había entre su propia cultura y a la que se incorporaban. Se diseñan entonces programas que tratan de

mejorar los éxitos de estos colectivos en las escuelas y que, en algunos casos, promuevan un respeto hacia su cultura de origen y una integración en la cultura en la cual son acogidos. Ésta es la idea genérica sobre la aparición de la educación multicultural.

Cuando se piensa en la educación de los inmigrantes, hablar de educación multicultural es inevitable y algo valioso para el bienestar de una sociedad. Nuestro país ha recibido en un tiempo relativamente corto, numerosos movimientos migratorios provenientes en su mayoría de países del centro de Europa, que huyeron en alguna medida, de la difícil situación socioeconómica y política de sus países de origen. Independientemente del número que constituían estos grupos migratorios, se fueron incorporando al gran grupo social al que llegaban, como una minoría. La pluralidad de configuraciones culturales que se da aún hoy en nuestro país con la llegada de trabajadores extranjeros, junto al resto de los miembros de sus familias, ha ido generando una nueva situación de multiculturalidad. Esto llevó necesariamente a situaciones de convivencia en los ámbitos educativos entre varias culturas y desafió a la institución educativa, que debió acomodarse frente a la evolución plural de la población.

Detrás de cada modelo de educación multicultural, se encuentra una concepción de cultura diferente y también diversas maneras de fundamentarla teóricamente. Entre alguno de estos modelos se puede mencionar en primer lugar, la de educar para igualar, en términos de asimilación cultural. Básicamente se pretende igualar las oportunidades educativas para alumnos/as culturalmente diferentes. Tal posición surgió ante el fracaso académico de aquellos/as estudiantes pertenecientes a los grupos minoritarios. Pero la bondad de este enfoque integrador de educación multicultural se traduce en su intención de arrastrar las

diferencias hacia las formas culturales dominantes. *“En el caso de los inmigrantes, el objetivo esencial para este enfoque es el ajuste del «recién llegado» a la cultura nueva dominante”* GARCÍA CASTAÑO (1993: p 85).

El segundo enfoque plantea el entendimiento cultural y el conocimiento de la diferencia. En el mismo se apuesta por una educación acerca de las diferencias culturales, por lo tanto, se trata de enseñar a valorar las diferencias entre las culturas, y la multiculturalidad se considera un contenido curricular.

El tercer modelo es el pluralismo cultural, que surge de la no aceptación por parte de las minorías de las prácticas de aculturación y asimilación a las que se encuentran sometidas en el contacto con las culturas mayoritarias. La escuela debe mantener la diversidad y por ello preservar y extender el pluralismo cultural.

En cuanto a la educación bicultural como competencia en dos culturas, sería el cuarto enfoque de educación multicultural y se basa en que debería producir sujetos competentes en dos culturas diferentes. El biculturalismo es un componente curricular necesario ya que familiariza de una manera activa a los y las estudiantes con las actitudes, sistemas de valores, estilos de comunicación, así como patrones de pensamiento y comportamiento necesarios para el desarrollo de habilidades biculturales.

Por último, el quinto modelo plantea a la educación multicultural como transformación y reconstrucción social. Se la concibe como un proceso encaminado a lograr un desarrollo de los niveles de consciencia de los y las estudiantes de minorías, de sus padres y de la comunidad en general, acerca de sus condiciones socio-económicas, con objeto de

capacitarlos/as para hacer frente a acciones sociales con una comprensión crítica de la realidad. De este modo se ve a la educación multicultural como una estrategia de fortalecimiento que pueda servirles como medio para la emancipación.

Según el presidente de la comisión directiva de la institución Juan Gutenberg, Andrés Skliarevsky, *“La multiculturalidad en nuestra escuela es como un gran cóctel de culturas y lenguajes que se mezclan y enriquecen mutuamente. Imagina una fiesta donde todos traen algo único a la mesa: sus idiomas, sus tradiciones, sus historias. En nuestra escuela, enseñamos alemán e inglés, lo que significa que tenemos estudiantes que hablan diferentes idiomas y vienen de distintas partes del mundo. Es como tener un pedacito de Alemania y otro de Estados Unidos o Inglaterra en nuestro propio patio. Es lo que nos hace únicos y nos enriquece como comunidad educativa.”*

Otra cuestión que gira en torno a la definición de multiculturalidad son los conceptos de método bilingüe o bicultural de enseñanza y que son importantes diferenciar. La educación bilingüe, por un lado, supone el uso de dos o más lenguas como medio de instrucción en una parte del currículum escolar. En la mayoría de las instituciones educativas la educación bilingüe no apunta a incluir los idiomas más populares, sino que ofrecen aquellos pertenecientes a países extranjeros, como es el caso del Instituto Juan Gutenberg. Las familias o grupos convivientes que eligen este tipo de instituciones educativas buscan que sus hijos/as incorporen conocimientos en idiomas que resulten ajenos a su medio social, a fin de dotarlos de mayores oportunidades en un mundo globalizado. *“Un sistema efectivamente bilingüe es todo aquel que imparte la mitad o un poco más de la mitad de las materias regulares en el*

*segundo idioma, [...] desarrollen lingüísticamente en diversas áreas de su lengua madre, pero también de su segundo idioma”.*

### 2.2.1 Educación bicultural

En cuanto al concepto de educación bicultural, no hay una noción única de lo que significa. Como se denominó anteriormente, hay una clara intención que la/el estudiante incorpore lo más naturalmente posible el bagaje cultural del idioma que está aprendiendo. También es darle una herramienta para que pueda comprender tanto su propio contexto, como aquel que no le es tan cercano, pero en el cual también puede encontrar identificación. Los educadores para ello, deben desarrollar diversos modos de promoción del pluralismo cultural, desde un lenguaje bilingüe, hasta poseer un conocimiento multicultural. El papel de la lengua es crucial en el desarrollo de competencias culturales, pues es un elemento decisivo en la labor de puente entre dos culturas y juega un papel en el mantenimiento de la identidad cultural. El colegio Juan Gutenberg, de alguna manera, trata de transmitir a su comunidad educativa el bagaje cultural alemán, a través de actividades recreativas y deportivas.

Aquellos/as estudiantes que participan de una educación bicultural, además de bilingüe, tienen el beneficio de formar parte de dos contextos socialmente diferentes, no obstante la cultura puede escaparse del aprendizaje de la lengua y el ejercicio de un nuevo idioma no siempre garantiza que se puedan integrar las diferencias entre esos dos contextos. La biculturalidad escolar es un valor cada vez más apreciado, incluso entre familias que no tienen vínculos con los países de esos colegios, situación que se ve reflejada en la comunidad educativa del Instituto Juan Gutenberg.

En nuestro país *“La Educación Intercultural Bilingüe es una de las ocho modalidades del sistema educativo instaurada a partir de la sanción de la Ley de Educación Nacional N° 26.206/06. Encuentra su fundamento en la garantía y el respeto por la identidad cultural y lingüística de los pueblos indígenas en un país que se considera pluricultural y multilingüe. Se desarrollaron acciones que permitieron fortalecer esta modalidad y hacerla extensiva a todas y cada una de las jurisdicciones de Argentina”*.

La Asociación Cultural de Habla Alemana (A.C.H.A), que dio origen a la institución educativa Juan Gutenberg, es parte de la “Comunidad de Escuelas Argentino Alemanas”, que nuclea a las instituciones argentino-alemanas de todo el país. El ideario de estas instituciones incluye como eje sustancial y fundamental la difusión del idioma alemán como apertura cultural, *“fomentando el encuentro con el idioma y la cultura alemana en un contexto multicultural”*

Asimismo, forman parte de la Federación de Asociaciones argentino-germanas. Esta entidad promueve la lengua y la cultura alemana desde una perspectiva actual y moderna. El conservar las tradiciones de los antepasados sigue siendo la columna vertebral de la identidad de la fundación, como así también las asociaciones, que a lo largo de la historia, se han esforzado por mantener vivas dichas tradiciones. No obstante, pretenden estar en sintonía con la época y abordar una apertura hacia nuevas generaciones y temáticas que representen la Alemania actual.

El Manual de Acción para las Asociaciones Argentino Alemanas (2021) plantea: *“La mirada plural de una asociación implica el compromiso de mantener en alto valores que*

*representan a la Alemania actual, comprometida con la paz, la inclusión y la democracia”*(p.18). Por lo tanto, la pluralidad cultural y la promoción del idioma, entre otros, son algunos de los lineamientos actuales que Alemania promueve a nivel mundial y que se ven reflejados en los diseños curriculares del Instituto Juan Gutenberg.

## | CAPÍTULO III

### 3. Acerca de la comunidad educativa

Por comunidad educativa se entiende a todas las personas involucradas en el proceso educativo, esto incluye estudiantes, docentes, personal administrativo, auxiliares, familias o referentes adultos, y cualquier otra persona que contribuya al entorno educativo de una institución. La colaboración y la comunicación efectiva dentro de la comunidad educativa son fundamentales para garantizar el éxito académico y el bienestar de los y las estudiantes.

Generalmente las instituciones educativas emplean diferentes medios de comunicación para con su comunidad educativa, dependiendo de la audiencia y los objetivos de dicha comunicación. La comunicación interna, es la que se da entre el equipo de conducción institucional del Instituto Gutenberg y sus estudiantes y familias. Para tal fin el instituto reemplazó el cuaderno de comunicaciones tradicional, por un software de gestión integral, que se adapta a todo tipo de institución educativa, denominado ACADEU, campus virtual que contribuye a la profesionalización de la institución y permite un canal directo de comunicación entre el cuerpo docente, directivos, estudiantes y familias. En entrevista con el Presidente de la Comisión Directiva, expresa que allí se exponen, calificaciones, inasistencias a clase, contenido bibliográfico de las diferentes áreas curriculares, foros de preguntas, entre

otras cosas. También incluye comunicaciones regulares sobre eventos escolares, cambio de horarios, actividades extracurriculares, políticas escolares, entre otros aspectos relevantes para la vida escolar.

Otros canales de comunicación que utiliza la institución, van desde reuniones presenciales hasta plataformas en línea, como correos electrónicos, sitios web y redes sociales, a fin de garantizar que la información llegue a todos/as los/as miembros de la comunidad educativa de manera efectiva.

En lo que respecta a la comunicación externa, es la que está dirigida a potenciales nuevos y nuevas estudiantes y familias. Esta se enfoca prioritariamente a resaltar las fortalezas y valores distintivos de la institución, entre ellos su enfoque educativo, logros académicos, instalaciones, programas extracurriculares y filosofía educativa, con el objetivo de atraer a nuevos y nuevas estudiantes. En esta comunicación también se incluyen anuncios en medios locales, presencia en ferias educativas, visitas guiadas a la escuela y testimonios de estudiantes y familias conformes con la propuesta educativa. Para el presente trabajo es importante mencionar que la comunicación general de la institución debe equilibrar la promoción externa con transparencia y autenticidad, para construir una reputación sólida y ganar confianza en posibles nuevos y nuevas estudiantes y familias.

Según los datos aportados por el presidente de la comisión directiva de la institución Juan Gutenberg, Andrés Skliarevsky, la comunidad educativa cuenta en su totalidad con 801 estudiantes matriculados en todos los niveles. En el nivel inicial, los datos de la institución

arroja un total de 192 niños y niñas de primera infancia. En el nivel primario un total de 348 alumnos y alumnas y en lo que respecta al nivel secundario un total de 261 estudiantes.

Nivel inicial	Cursos	Alumnos
	J0A	18
	J0B	16
	J1A	24
	J1B	22
	J2A	26
	J2B	27
	J3A	29
	J3B	30
<b>Total nivel inicial:</b>		<b>192 alumnos/as matriculados</b>
Nivel primario	Cursos	Alumnos
	E1A	28
	E1B	29
	E2A	27
	E2B	25
	E3A	22
	E3B	20
	E3C	18
	E4A	31
	E4B	31
	E5A	27
	E5B	30
	E6A	32
	E6B	28
<b>Total nivel primario:</b>		<b>348 alumnos/as matriculados</b>
Nivel secundario	Cursos	Alumnos
	1° Año A	31
	1° Año B	29
	2° Año A	26
	2° Año B	28
	3° Año A	17
	3° Año B	16
	4° Año A	14
	4° Año B	21
	5° Año A	27
	5° Año B	16
	6° Año A	20
	6° Año B	16
<b>Total nivel secundario:</b>		<b>261 alumnos/as matriculados</b>
<b>MATRICULA TOTAL:</b>		<b>801 alumnos/as.</b>

*Figura 26, cuadro con información de la matrícula total.*

En cuanto al perfil familiar de la institución, el colegio Juan Gutenberg pretende que cada familia no solo esté presente dentro de esta comunidad, sino que también se encuentre abierta a la multiculturalidad. Dentro del establecimiento, tal como se mencionó

anteriormente, hay intercambios culturales constantes de alumnos/as extranjeros, como así también, familias provenientes de otros países que eligen vivir en la ciudad de Mar del Plata.

Originalmente, el perfil familiar de la institución tenía que ver con la comunidad alemana de la ciudad, hoy en día, al no haber tanta inmigración germana como antes, el colegio cuenta con más de una colectividad. Como indica el gráfico que se muestra a continuación, los datos recaudados en base a una encuesta realizada al público del instituto Gutenberg, refleja que, con lo que respecta al origen y ascendencia de los y las estudiantes y familias, en su gran mayoría, 87% respondieron ser argentinos, mientras que un 30,4% tiene raíces españolas, un 21,7% son de origen italiano, y los últimos valores, correspondientes al 4,3%, se dividen entre Francia, Turquía, Croacia y Ucrania, este último país se sumó, debido a la guerra actual existente entre Ucrania y Rusia, donde muchos inmigrantes ucranianos, migraron hacia esta zona.

¿De qué país o países sos originario/a vos o tu familia más cercana?

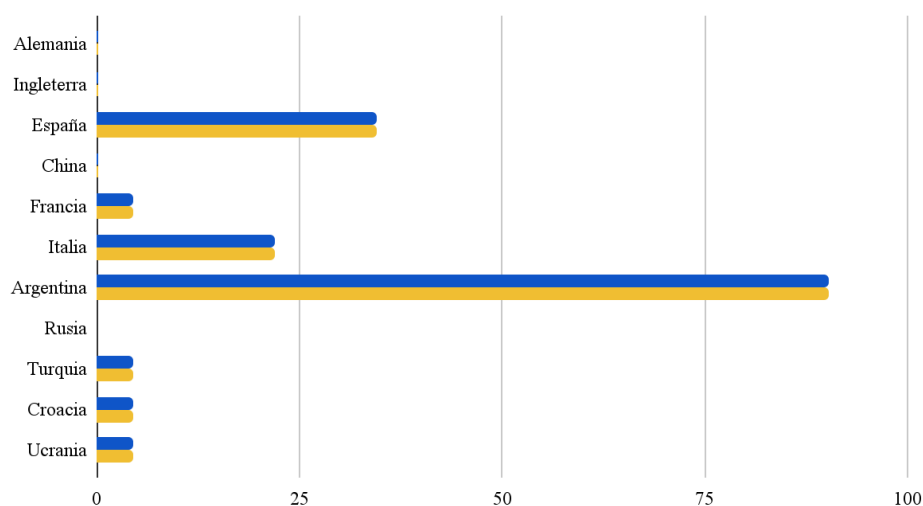
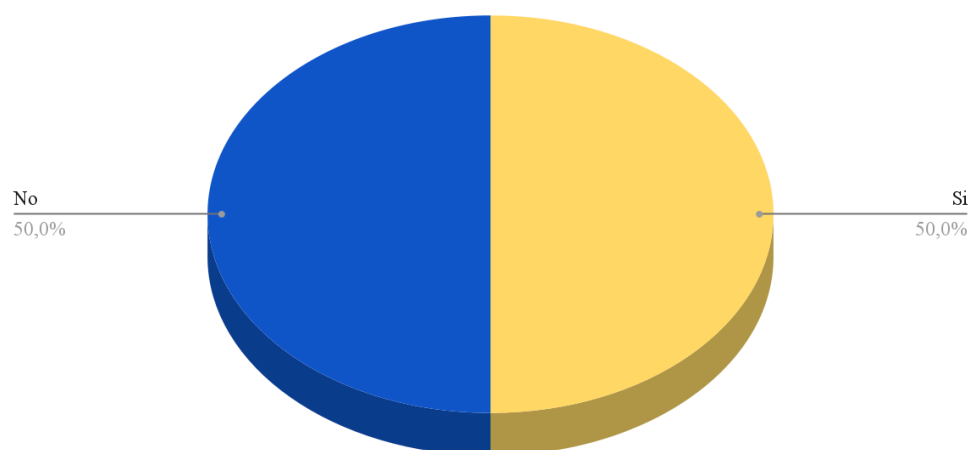


Figura 27 . Resultado encuesta “¿De qué país o países sos originario/a vos o tu familia más cercana?”

Cabe destacar que inicialmente el Instituto Juan Gutenberg admitía sólo a descendientes directos de alemanes / hijos de los socios de la A.C.H.A. Hoy en día, la institución debió actualizarse frente a los cambios socioculturales, creciendo no solo como un colegio Alemán, si no, como una institución que se asume abierta a la multiculturalidad. No obstante, al momento de interactuar con los/as alumno/as del instituto Juan Gutenberg, solo el 50% de los/as encuestados/as conviven de manera cómoda con la concepción de la multiculturalidad. Los resultados, mencionados anteriormente se ven reflejados en el siguiente gráfico.



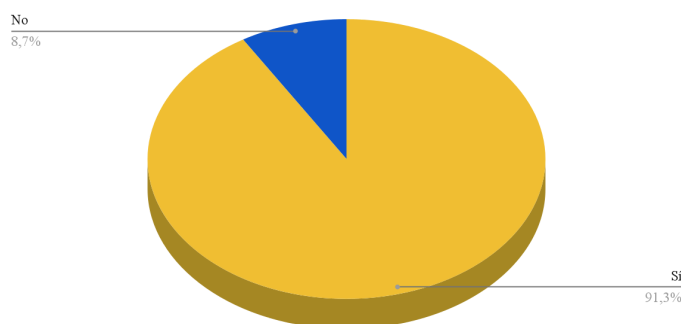
*Figura 28. Resultado encuesta “¿Te sientes cómodo/a con estudiantes de diferentes culturas en la escuela?”*

### 3.1.1 Comunidad multicultural

Con el propósito de ampliar los conocimientos sobre la noción de multiculturalidad, se elaboró una breve encuesta dirigida tanto a alumnos/as regulares, como a exalumnos/as del Instituto Gutenberg.

Luego de las preguntas sobre las características de cada individuo, se tuvo en cuenta como principal objetivo de dicha investigación, la transmisión de la multiculturalidad y la importancia del aprendizaje de idiomas en los/as alumnos/as y familias. La convivencia de la comunidad educativa con la multiculturalidad es la principal búsqueda de la presente investigación, la cual facilita información para entender la dinámica del colegio con dicho concepto teórico.

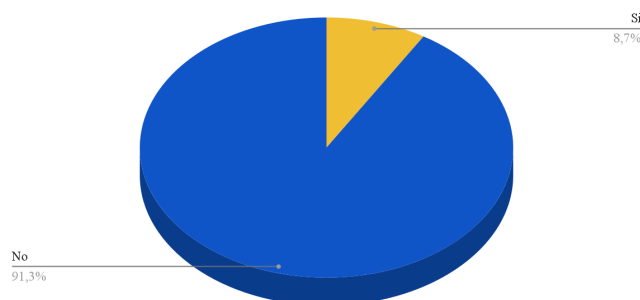
En los siguientes diagramas se observa cómo el idioma, tanto para la familia, como para los y las alumnos/as es su principal interés sobre la elección de esta institución, por sobre la multiculturalidad. Este hallazgo es pertinente mencionarlo, ya que el término multiculturalidad para esta institución educativa, es mucho más prioritario, que los idiomas enseñados, al contrario de lo que creen los clientes de dicha institución.



*Figura 29. Resultado encuesta: Al elegir el instituto “¿Para vos/tus padres fue importante la enseñanza de idiomas, más que la multiculturalidad?”*

Otra de las preguntas que se realizaron a estudiantes, egresados y familiares de los mismos, fue si al elegir el instituto Juan Gutenberg, se consideró importante o primordial la multiculturalidad. La mayoría de los encuestados, 91,3% coincidió en que no les resultó un

factor influyente a la hora de elegir un colegio donde asistir o donde enviar a sus hijos. El 8,7% restante escogió dicha institución teniendo en cuenta que es un colegio multicultural.



*Figura 30. Resultado encuesta: Al elegir este instituto ¿Para vos/tus padres fue más importante la transmisión de valores multiculturales?*

La comunidad educativa del Instituto Juan Gutenberg, comunicó el interés que tiene sobre las culturas extranjeras, sin necesidad de pertenecer a ellas. Se considera como una fortaleza de nuestro público, el reconocimiento y la aceptación sobre el aprendizaje de diversos idiomas y la multiculturalidad, en algunos casos. En los siguientes diagramas se observa cómo los/as alumnos/as y las familias del instituto, consideran que el 82,6% afirma que el saber alemán es bueno para su futuro, mientras que el 17,4% lo considera posible, pero no con seguridad. No obstante, no se registró ninguna respuesta totalmente negativa. El 91,3% de los encuestados manifestó su interés por la cultura alemana. En contraparte, un 8,7% no considera a dicha cultura dentro de sus intereses.

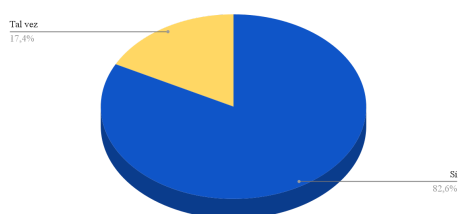


Figura 31. Resultado encuesta: “¿Consideras que es bueno para tu futuro saber alemán?”

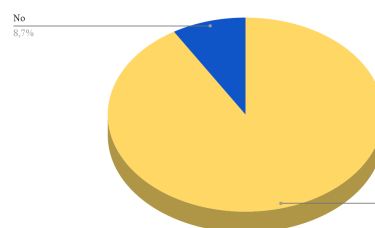


Figura 32. Resultado encuesta: “¿Te interesa la cultura alemana?”

Resulta interesante saber que el 100% de los encuestados afirmó que el conocimiento del idioma inglés es beneficioso para su futuro, sin dar lugar a respuestas negativas, al contrario del idioma principal del Instituto, el alemán.

Con respecto al interés sobre la cultura inglesa, el público del Instituto Juan Gutenberg, no tiene la misma aceptación que con la cultura alemana, ya que al 30,4 % respondió que no le interesa. Pero sí cree en la importancia del idioma universal.

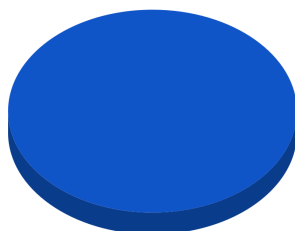


Figura 33. Resultado encuesta: “¿Consideras que es bueno para tu futuro saber inglés?”

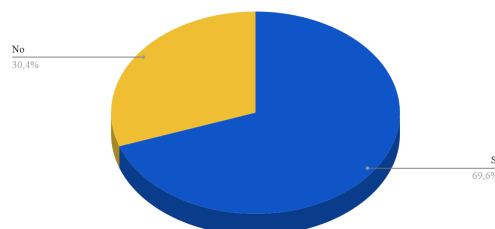


Figura 34. Resultado encuesta: “¿Te interesa la cultura inglesa?”

En la página web el Instituto menciona que “se enorgullece de ser una institución multicultural” y la comisión directiva tiene entre sus puntos claves, el de fomentar los

vínculos culturales argentinos germanos para mantener en la institución la herencia cultural y lingüística, de ahí la importancia del enfoque en el idioma alemán, que, según refieren en dicha página, se constituyó desde el inicio, como el elemento distintivo e identitario de la enseñanza, enriqueciendo la comprensión multicultural para promover la apertura mental de los y las egresados/as.

### 3.2.1 Nuestro público

El Instituto Juan Gutenberg atrae a familias comprometidas con la educación de sus hijos/as y con valores centrados en el respeto, la tolerancia y la diversidad. El instituto valora primordialmente la participación activa de las familias en la vida escolar, promoviendo una relación de colaboración y corresponsabilidad en el proceso educativo de los/as estudiantes.

La institución educativa cuenta con dos tipos de segmentos. Por un lado se encuentran los/as estudiantes, que son los usuarios directos del servicio educativo que otorga la institución. Por otro lado, las familias o grupos convivientes, que son quienes escogen el instituto Juan Gutenberg para enviar a sus hijos/as, y que se convierten en los principales clientes, ya quienes son los que abonan la cuota mensualmente.

Denominamos al perfil del usuario, como una representación semi ficticia de un usuario típico o ideal de un producto, servicio o plataforma. Incluye información demográfica, habilidades, motivaciones, metas y preferencias que ayudan a comprender mejor a la audiencia del Instituto Juan Gutenberg.

A continuación, se tomó como perfil de usuario/egresado, a dos estudiantes de sexto año del nivel secundario, ambos se encuentran en la misma situación, pero con diferentes intereses y proyecciones. A uno de los perfiles, que representa un porcentaje significativo en la institución, le interesa mayormente la actividad deportiva implementada en el colegio, sin interés cultural en su vida actual, ni en sus metas a futuro. En cambio, en otro de los perfiles, muestra interés por considerar la multiculturalidad ofrecida por el establecimiento, obteniendo así otros intereses dentro de los perfiles de estudiantes del instituto Juan Gutenberg.

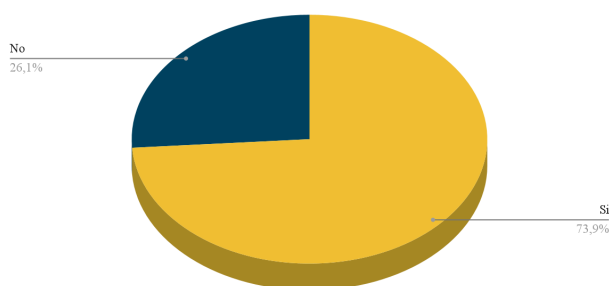


Figura 35. Perfil estudiante: Catalina Melián

El perfil de usuario mostrado anteriormente, es un tipo nicho dentro del segmento de alumnos del Instituto Juan Gutenberg. Denominado nicho a una pequeña parte del todo, en este caso, es una muestra de alumnos y ex alumnos del instituto Juan Gutenberg. En determinada muestra se encontró que una gran cantidad de ex alumnos, eligió irse de intercambio cultural, a diferencia de lo que ocurre en la actualidad.

En el marco de la post pandemia, ese número de intercambios anuales disminuyó, al igual que la durabilidad de la estadía en la República Federal Alemana, que anteriormente se realizaba en un término de seis meses y actualmente es de un mes. Es pertinente aclarar que no solo los intereses de los/as alumnos/as cambian, sino que también, la actualidad del país no permite que todas las familias puedan optar por tal decisión, e invertir dinero en dicho intercambio.

En el siguiente gráfico, un 80% de los/as encuestados/as, corresponde a ex alumnos/as que visitaron Alemania en años de pre pandemia, el otro 20% corresponde a alumnos/as que no pudieron solventar el intercambio, o eligieron otros lugares para ir con sus amigos.



*Figura 36. resultado encuesta: “¿Fuiste de intercambio a Alemania?”*

En el siguiente gráfico de user person, es decir perfil de usuario, se muestra el segundo perfil del egresado más fuerte del nicho. En la actualidad, una gran parte de los egresados opta por pensar en la economía de su familia y elige vivenciar la tradición argentina de irse de viaje de fin de curso a Bariloche con todos/as sus compañeros/as. Como se expresó anteriormente, la situación del colegio post pandemia cambió notablemente, tanto positiva, como negativamente. Cuando se habla de cambios favorables, se encontró que, a partir del año 2020 se amplió la matrícula, llegando a la cantidad máxima de estudiantes hasta ese entonces, considerando que gracias a la pandemia, los colegios tecnológicos cobraron más auge, que los colegios que no estaban aggiornados a dichas plataformas. El instituto Juan Gutenberg, al estar en constante crecimiento tecnológico, supo aprovechar dicha situación y eso le jugó a favor hasta el día de la fecha.

Cuando se habla de cambios negativos, se encuentran variables que hacen que los/as alumnos/as le den más importancia a la tecnología que a lo multicultural, eligiendo así un viaje de amigos/as y diversión, por sobre un intercambio cultural con la República Federal Alemana. Esto es así, ya que en los jóvenes, el uso de redes se volvió primordial en sus vidas y siendo una herramienta de persuasión para algunos/as, dando por resultado que este perfil de estudiante, por cuestiones sociales, crea mejor opción Bariloche y no Alemania.



Figura 37. Perfil estudiante: Agustín Lopez

### 3.2 Análisis de la competencia

El análisis de competencia es una herramienta fundamental para comprender el posicionamiento y las ventajas diferenciales que tiene el Instituto Juan Gutenberg. La competencia se define no sólo como la presencia de Instituciones que ofrecen servicios similares, sino también como un panorama en constante evolución, donde diversos actores compiten por la atención y preferencia del mismo público objetivo.

En contraste con diversos colegios de la ciudad de Mar del Plata, el Instituto Juan Gutenberg se distingue por su enfoque plurilingüe y su oferta educativa tecnológica, mientras que otros colegios ofrecen programas educativos tradicionales y bilingües. El distintivo alemán, el plurilingüismo y el ambiente multicultural de la institución, lo posicionan como una opción innovadora y diferencial para aquellos que buscan una educación que trascienda culturas.

En referencia a los diversos colegios alemanes del territorio argentino, se encontró a un grupo de instituciones pertenecientes a la Comunidad de Escuelas Argentino Alemanas (A.G), asociación a la cual pertenece el Instituto Juan Gutenberg. Por lo siguiente, se llevó a cabo la investigación de dichas propuestas. En este sentido, se ha identificado a los competidores directos e indirectos del Instituto Juan Gutenberg, seleccionando aquellos que no solo comparten el mismo segmento de mercado, sino que también ofrecen propuestas educativas similares.

Satisfacer y adaptarse a las necesidades de los/as alumnos/as y de quienes forman parte de la comunidad educativa, es una de las principales metas del proyecto. Es por eso que para estar al nivel de posibles competidores se debe rediseñar integralmente la comunicación visual del colegio, creando una marca institucional que reúna un conjunto de valores que la diferencien del resto de las instituciones educativas y una serie de piezas que formen parte de esa identidad diferencial.

La importancia reside en que el Instituto Juan Gutenberg se ajuste a lo que pretende que sea: un colegio que eduque multiculturalmente alumnos/as de los tres niveles educativos, a lo largo de todo el ciclo lectivo.

### 3.2.1 Benchmark

En la ciudad de Mar del Plata, se albergan diversas instituciones educativas que le dan una gran importancia a la educación bilingüe y multicultural. Las mismas ofrecen dentro de su oferta académica, certificaciones que comprueban el conocimiento, y como valor agregado, darle al alumno/a diversas herramientas para trabajar en un mundo globalizado e informatizado. El siguiente cuadro, denominado benchmark, se utilizará para designar comparativas de rendimiento entre las posibles competencias, con el objetivo de comprobar qué diferencias o similitudes presentan. En el mismo se equiparan parámetros que ayudan a comprender el posicionamiento del instituto Juan Gutenberg dentro de la ciudad de Mar del Plata, con respecto a otras instituciones educativas locales.

		JUAN GUTENBERG	DAY SCHOOL	NORTHEN HILLS	IDRA	TRINITY COLLEGE	LORIS MALAGUZZI	EINSTEIN
Niveles	Inicial	si	si	si	si	si	si	si
	Primario	si	si	si	si	si	si	si
	Secundario	si	si	si	si	si	si	si
Idiomas	Inglés	si	si	si	si	si	si	si
	Aleman	si	no	no	no	no	no	no
	Frances	no	no	si	no	no	no	no
	Italiano	no	no	no	no	no	si	no
Culturalidad	¿Colegio bilingüe?	si	si	si	no	si	si	no
	¿Colegio multicultural?	si	no	no	no	no	si	no
	¿Acreditas idioma con certificado?	si	si	si	no	si	si	no
	¿Posee programas de intercambio?	si	si	si	no	si	no	no
Actividades extracurriculares	Deportes	si	si	si	si	si	si	si
	Talleres	si	si	si	si	si	si	si
Salida	¿Posee convenios con universidades?	si	no	si	no	si	no	no

Tabla 1. Benchmark: instituciones marplatenses.

La elección de la competencia se adquiere a través de una entrevista con el presidente de la comisión directiva de la institución, Andrés Skiliarevsky quien se expresó contando “...observo como principales competencia a los colegios bilingües de la zona, como Day School, por su infraestructura, Trinity College, por la certificación de diploma IB, que nosotros aún no tenemos, Northen Hills por la comunidad...”

Este análisis ayuda a comprender la importancia de la enseñanza de idiomas en el panorama educativo marplatense. Se encontró una gran variedad de opciones dentro de la competencia, pero al mismo tiempo, la escuela se ubica dentro de la comunidad marplatense, como la única con idioma e intercambios con la cultura alemana, haciendo esto su distintivo.

Se puede reconocer la necesidad de obtener una educación multicultural, que para el perfil del egresado/a signifique mayores oportunidades en el campo laboral, tanto dentro, como fuera del país. Al mismo tiempo, se reconoce en la oferta académica una educación desde los primeros años de vida, hasta el último tramo educativo, reflejándose la necesidad de generar una comunidad más allá del ámbito escolar.

Dentro del país encontramos colegios pertenecientes a la comunidad alemana, como es el caso del Instituto Juan Gutenberg; conocer la oferta académica Alemana-Argentina, ayuda a conocer el presente y dónde se encuentra posicionada la institución marplatense con respecto a otros colegios del país. A su vez, hacer esta comparación a nivel nacional, permite proyectar el futuro de la comunicación en base a un perfil de estudiante, que busca pertenecer y desarrollarse dentro de la colectividad germana parlante.

Para comprender las necesidades del colegio Juan Gutenberg, se llevó a cabo una investigación de las instituciones educativas de habla alemana de diversos puntos del país, teniendo en cuenta, el nivel, idioma y multiculturalidad.

		<b>JUAN GUTENBERG</b>	<b>ESCUELA GOETHE</b>	<b>HINDENBURG SCHULE</b>	<b>GOETHE SCHULE</b>	<b>COLEGIO ALEMAN</b>	<b>COLEGIO PESTALOZZI</b>	<b>ALEMAN CÓRDOBA</b>
<b>Ciudad</b>		Mar del Plata	Bs As	Misiones	Rosario	Lanus	Bs As	Córdoba
<b>Niveles</b>	<b>Inicial</b>	si	si	si	si	si	si	si
	<b>Primario</b>	si	si	si	si	si	si	si
	<b>Secundario</b>	si	si	si	si	si	si	si
<b>Idiomas</b>	<b>Inglés</b>	si	si	si	si	si	si	si
	<b>Aleman</b>	si	si	si	si	si	si	si
<b>Culturalidad</b>	<b>¿Colegio bilingüe?</b>	si	si	si	si	si	si	si
	<b>¿Colegio multicultural?</b>	si	si	si	si	si	si	si
	<b>¿Acredita idioma con certificado?</b>	si	si	si	si	si	si	si
	<b>¿Posee programas de intercambio?</b>	si	si	si	no	si	si	no
<b>Actividades extracurriculares</b>	<b>Deportes</b>	si	si	si	si	si	si	si
	<b>Talleres</b>	si	si	si	si	si	si	si
<b>Salida</b>	<b>¿Posee convenios con universidades?</b>	si	si	si	no	no	no	no

*Tabla 2. Benchmark: instituciones alemanas en Argentina*

Este análisis ayuda a comprender que los colegios de habla alemana en Argentina, mayoritariamente, buscan ofrecer prestaciones que contribuyan a la inserción de los y las estudiantes en diversas culturas. Por ejemplo, los intercambios culturales y la certificación oficial del idioma aprendido, también ayuda a comprender la importancia del idioma, utilizándolo como nexo para mantener la cultura alemana dentro del país.

### *3.3 Análisis FODA*

En el contexto pedagógico educativo actual, es primordial que las instituciones reconozcan sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas (en adelante FODA), para un desarrollo de estrategias efectivas, que permitan un crecimiento y superación del ámbito educativo.

En este informe, se presenta un análisis FODA con el fin de reconocer su estado actual y proporcionar información efectiva para el desarrollo de la institución. En el siguiente cuadro se presenta un análisis exhaustivo de los componentes del FODA del establecimiento Juan Gutenberg, para obtener una comprensión clara de cómo el colegio se posiciona frente a la multiculturalidad que plantea dentro de sus valores y objetivos. Esto aportará herramientas para la toma de decisiones y avanzar hacia metas, tanto educativas como organizativas.

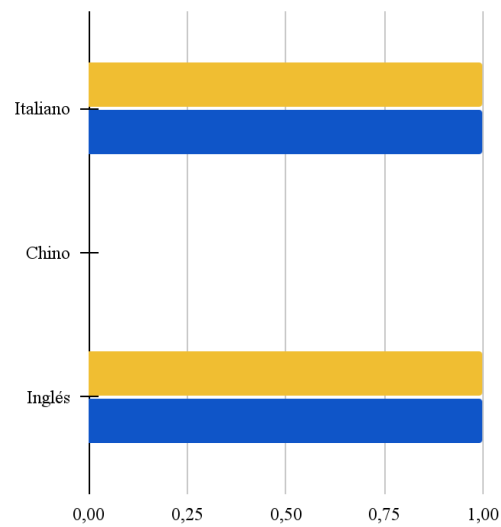
	<b>Fortalezas</b>	<b>Debilidades</b>
<b>Análisis interno</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Colegio plurilingüe</li> <li>● Alta carga en informática</li> <li>● Amplia oferta en deportes</li> <li>● Buen equipamiento mobiliario</li> <li>● Edificio amplio y con salas específicas para diferentes disciplinas</li> <li>● Niveles educativos completos: desde inicial a secundario.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Imagen institucional débil</li> <li>● Señalética de la escuela inexistente</li> <li>● Dificultades en la comunicación</li> <li>● Escasos indicadores de multiculturalidad</li> <li>● Escasos símbolos pertenecientes a la cultura germana.</li> </ul>
	<b>Oportunidades</b>	<b>Amenazas</b>
<b>Análisis externo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Único colegio certificado de cultura alemana en la región.</li> <li>● Amplias expectativas de crecimiento y certificaciones internacionales</li> <li>● Idiomas</li> <li>● Intercambio cultural.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Incertidumbre por las condiciones económicas del país</li> <li>● El fenómeno multicultural no es observado para alguien ajeno a la institución.</li> <li>● No cumple con la totalidad de los objetivos pedagógicos planteados en la página web.</li> </ul>

*Tabla 3. Analisis FODA*

El Instituto Juan Gutenberg, como colegio plurilingüe y multicultural, presenta una serie de fortalezas significativas, una oferta diversificada de actividades extracurriculares y una infraestructura edilicia acorde a las expectativas de las actividades pedagógicas que propone. Sin embargo se presentan desafíos importantes, como la imagen institucional, la comunicación interna y externa, y hacer presente la representación multicultural en las instalaciones.

Enfrentando estos desafíos, la escuela cuenta con prometedoras oportunidades, entre ellas, es el único colegio de la región con idioma alemán en su currícula, con grandes posibilidades de crecimiento y acompañadas de certificaciones internacionales. Existen amenazas potenciales como no alcanzar los objetivos pedagógicos, que son importantes a cumplir para el mantenimiento del posicionamiento social en la ciudad de Mar del Plata.

En el siguiente diagrama se muestra el porcentaje de alumnos/as del colegio Juan Gutenberg que respondió una pregunta sobre la enseñanza plurilingüe de la institución; al preguntarles si hablaban otro idioma, por fuera del enseñado en la institución, se demostró que el 50% de los/as encuestados/as comprende el idioma italiano y el otro 50% el inglés. En este último resultado se denota una debilidad del colegio: que el idioma británico enseñado en la institución es escaso, ya que los propios alumnos/as lo consideran ajeno a lo plurilingüe. Dicho resultado deja en claro que el nivel de inglés, no es el mismo que el del alemán.



*Figura 38. Resultado encuesta: “¿Hablás algún idioma, aparte de los que enseñan en el instituto?”*

### 3.4 Planteo del problema general

Decrecimiento del espíritu multicultural a lo largo de los años.

#### 3.4.1 Problemas específicos

1. Falta de manual de marca, esto conlleva que la institución no tenga una identidad visual definida y que cada pieza de comunicación posea criterios diversos.
2. Ausencia de señalética. Si se encuentra personal o alumnado nuevo en la institución, será propenso a perderse, a falta de indicadores de espacio.
3. Falta de señalética multicultural. Esto hace que las personas externas e internas de la institución no tengan un sentimiento de apropiación institucional.
4. Ausencia de símbolos germánicos que tengan que ver con la institución y su historia.
5. Ausencia de símbolos multiculturales.

### 3.5 Objetivo general

Revalorizar el espíritu multicultural dentro de la comunidad educativa.

#### 3.5.1 Objetivos específicos

- Identificar la visualización de los valores de la institución.
- Identificar a las fiestas culturales para concientizar sobre su importancia.
- Mejorar la autonomía en los recorridos de la institución para trasladarse en diferentes idiomas.
- Reforzar y homogeneizar la identidad gráfica del instituto.

## | CAPÍTULO IV

### 4. Propuesta de trabajo

El instituto Juan Gutenberg afronta la oportunidad de fortalecer la identidad institucional, y con ella mejorar la experiencia educativa de los y las estudiantes a través de un proceso de rediseño de su imagen. Se identificó una brecha entre la concepción teórica de multiculturalidad y la aplicación práctica dentro del instituto; se realiza la propuesta en busca de transformar el entorno educativo, en uno verdaderamente multicultural y diverso.

Para ello, se estudió el concepto de multiculturalidad y de este modo, aplicarlo para reflejar una comprensión más amplia de la diversidad cultural. Se desarrollarán e implementarán estrategias para integrar el concepto a todos los aspectos de la vida escolar. Mejorar la comunicación visual y señalética para reflejar la diversidad y lograr que esté

presente en la comunidad escolar y de esa forma, promover un sentido de pertenencia para todos/as los y las estudiantes.

Etapas del proyecto:

1. Diagnóstico: evaluado y reportado durante este informe de manera exhaustiva; se identificaron áreas de fuerza y oportunidad, como debilidades y amenazas. Así como también se identificó el enfoque multicultural de la escuela, y su implementación.
2. Diseño: En colaboración con las partes interesadas, se desarrollará un plan detallado de diseño, donde se reflejarán los valores institucionales; un plan que incluya la infraestructura edilicia, medios de comunicación interna y externa, piezas digitales y analógicas.
3. Implementación: Ejecutar el plan de diseño, asegurando su correcta puesta en práctica en todas las iniciativas propuestas.
4. Evaluación: Evaluar los resultados obtenidos regularmente, generando los ajustes necesarios, a fin de garantizar los objetivos y maximizar el proyecto de diseños planteado.

Resultado esperado: que el Instituto Gutenberg respete sus principios de multiculturalidad, promoviendo un ambiente inclusivo, donde el/la alumno/a desarrolle un sentido de pertenencia y apropiación cultural. Como así también, mejorar la experiencia educativa diaria mediante una comunicación visual efectiva y señalética actualizada.

## 4.2 Conclusiones

A partir de este apartado, se presentará la solución al problema planteado por la alumna y diseñadora gráfica Lola Garcés.

En el presente informe, se descubrió la brecha entre la concepción de multiculturalidad y su aplicación gráfica. Se trabajó sobre una partida conceptual que será la columna que rija todo el proyecto y que guié los principios de la comunicación: “Manifestación del espíritu multicultural”.

Se realizará y presentará una propuesta de piezas de diseño y comunicación a partir de la investigación llevada a cabo durante la materia Desarrollo de un Proyecto I y II. Este proyecto de investigación tiene como eje principal, el abordaje de la “multiculturalidad” y, a su vez, la homogeneización del discurso comunicacional externo e interno por parte de la marca/colegio Gutenberg. La investigación parte de estudiar la historia del instituto Gutenberg y su relación con la educación multicultural, así como también adentrarse en cómo es el entorno educativo actual de la institución. Todo esto ayudó a conocer el estado del arte del Instituto Gutenberg, es decir, de dónde proviene como empresa, cómo se encuentra la misma en la actualidad y hacia dónde va. Dichos temas darán lugar al planteo de problemáticas a resolver, acompañadas de un objetivo general y objetivos específicos que permitan el desarrollo de propuestas/piezas de diseño y comunicación.

Se planteó un objetivo específico para renovar la imagen de la institución, acorde a sus valores modernos: Establecer una identidad visual coherente para la institución mediante la creación de un marca en conjunto con su respectivo manual de marca, respondiendo al objetivo general del trabajo realizado: Revalorizar el espíritu multicultural dentro de la comunidad educativa.

El primer paso, fue dividir en 3 etapas las necesidades gráficas específicas que se encontraron a partir de la investigación previa. La etapa 1 corresponde a la entrega número uno, basada principalmente en el ámbito interno de la institución. En dicha etapa se incluye el manual de marca que contiene el nuevo diseño de la identidad de la marca, es decir, concepto nuevo, nuevo isologotipo y nuevo partido gráfico; a su vez incluye el diseño de señalética, proporcionándole a la institución un manual completo de la misma. Para la recepción de nuevos usuarios o interesados se creó una pieza editorial, (revista tamaño A5, de más de 6 páginas), enfocada en los valores y atributos del colegio, brindando información a aquellas familias o referentes afectivos que quieran enviar a sus hijos/as al Instituto Gutenberg. Por último, se trabaja en una maqueta física de espacio, enfocada en el aprendizaje del idioma alemán e inglés, reforzando el valor multicultural, a través de la expresión del idioma de diferentes culturas. En esta etapa, se apunta a cumplir el objetivo 3 de los 4 objetivos específicos: - Identificar la visualización de los valores de la institución. - Mejorar la autonomía en los recorridos de la institución para trasladarse y ubicarse a través de una perspectiva plurilingüe. - Reforzar y homogeneizar la identidad gráfica del instituto.

El primer paso fue escoger un lenguaje visual que sea acorde con el estilo alemán de la institución, renovando por completo la marca del colegio. Se realizaron ajustes visuales sobre la nueva imagen del escudo/logo de la institución. Para tal fin se crearon distintas versiones: escudo, escudo simplificado, logotipos, isotipo, imagotipo. Para normar su uso, se pensó en variantes para emplear correctamente, dependiendo los diversos formatos y piezas.



*Figura 39. Versiones de marca: escudo, escudo simplificado, imagotipo, isotipo, logos.*

Para trabajar el tránsito dentro del colegio, tanto de los/as alumnos/as, como del personal o padres de la comunidad, se diseñó un manual de señalética orientado a optimizar la circulación en el interior del Instituto Gutenberg, facilitando la autonomía de estudiantes, docentes y visitantes, en un entorno multicultural.

Para ello se creó un sistema de pictogramas, diseñados para ser intuitivos y universales, promoviendo la comprensión visual en diferentes idiomas.

Todo el material se encuentra disponible en un manual de **señalética** donde se ven ejemplos de cómo implementar dicha señalética en placas, vinilos y otros soportes, destacando la accesibilidad y funcionalidad.



*Figura 40. Visualización de ejemplo de un identificador de espacios.*

Partiendo de los símbolos numéricos realizados en el manual de señalética, mostrados anteriormente, se desarrolló una **maqueta de intervención de espacio**, con el objetivo de consolidar la presencia plurilingüe dentro del colegio y fortalecer sus valores amigables y su comunicación con la comunidad educativa. La misma será colocada en las escaleras de la

institución para que los y las estudiantes aprendan e incorporen de manera visual y lúdica, palabras esenciales en el idioma alemán e inglés. Cada diseño mantiene coherencia con el manual de marca, utilizando la paleta cromática institucional y las tipografías para garantizar una identidad visual sólida.



*Figura 41. Visualización de maqueta de espacio, prototipado.*

Como la primera etapa de este proceso se centró en la comunicación interna de la institución, luego de establecer el sistema de imagen institucional, se creó una **pieza editorial informativa** para aquellas familias que están interesadas en enviar a su hijo/a al instituto Gutenberg. Para ello se diseñó una pieza editorial que refuerza los valores, las oportunidades y fortalezas del instituto, a fin de poder brindar mayor información a aquellas personas interesadas en el mismo.

Se organizó en secciones definidas, con diseño funcional y acorde a la identidad gráfica institucional. Este formato permite incluir toda la información necesaria de manera clara y atractiva, reforzando la identidad multicultural del colegio y ofreciendo a los y las interesados/as, una herramienta de consulta práctica y duradera.



Figura 42. Visualización de pieza editorial.

La etapa número dos del proyecto consiste en la comunicación externa del Instituto Gutenberg. Se creó un **Stand**, pensado para representar a la institución en los momentos más importantes y significativos de sus alumnos/as y familiares, tales como egresos y actos académicos. El stand ideado será de un material liviano para facilitar su traslado, y favoreciendo la adaptación a diversas dimensiones y formatos.

Objetivo:

- En un mundo digital y altamente visual, incentivar a los y las estudiantes y allegados, a compartir fotos de sus logros y vivencias, generándose de forma natural y espontánea, la visibilidad y la promoción del colegio.



*Figura 43. Render stand para exposiciones.*

La creación de una **página web institucional** se piensa como portal digital que funcione como canal de información para la comunidad. El objetivo es facilitar el acceso a información clave sobre la institución, reforzar la identidad digital del colegio, alineándose con su estilo visual y valores institucionales. Asimismo, mejorar la comunicación con la comunidad educativa, proporcionando una plataforma moderna y funcional.

Objetivo:

- Garantizar a las familias que buscan una institución educativa para sus hijos/as, la información necesaria, para que sólo concurren al colegio a conocer las instalaciones.



Figura 44. Captura de interface de home del sitio web.

La presente campaña consiste en un sistema **de afiches en la vía pública**. La misma busca actualizar la imagen del Instituto Gutenberg en Mar del Plata, reforzando sus valores y su compromiso con la educación del futuro. A través de una serie de piezas gráficas, se destaca la trayectoria educativa de la institución y la importancia de la formación en las nuevas generaciones.

Se mantiene la coherencia con el lenguaje gráfico previamente desarrollado, utilizando formas geométricas planas e imágenes para crear un sistema visual unificado. La campaña consta de tres anuncios publicitarios estratégicamente ubicados en mobiliario urbano de alta

circulación, como paradas de transporte público en Playa Grande, así como en puntos claves de la ciudad, incluyendo la zona de los centros comerciales de Güemes y Alem.

Con una duración estimada de tres meses, esta estrategia busca maximizar la visibilidad y consolidar el posicionamiento institucional en el entorno de la ciudad de Mar del Plata.

Objetivo de la campaña: Incrementar la visibilidad de la institución y transmitir un mensaje claro y atractivo a las familias interesadas en formar parte de la comunidad educativa.



*Figura 45. Visualización de publicidad en vía pública.*

**Diseño de sistema de papelería.** Para dicho sistema se escogió trabajar con diplomas y certificados. Los mismos continúan con el sistema visual propuesto en el manual de marca. Al contrario de otras piezas, se generó una textura amigable con las formas trabajadas a lo largo del lenguaje, planteadas en la identidad de la nueva marca institucional. El sistema está dividido en 3, nivel inicial, donde las figuras son más pequeñas, nivel primario y nivel secundario, en esta etapa las figuras van creciendo como los y las estudiantes. Además en el

nivel primario y secundario se agregaron dos diplomas, con los certificados B1 y B2 de inglés y alemán.



*Figura 46. Visualización del sistema papelería en diplomas.*

**Diseño de identidades / submarca** para eventos que refuercen la diversidad cultural y relevancia de las actividades que se realizan dentro de la escuela. Se crea un logotipo que integra todas las fechas festivas como el SchachFest, festival de ajedrez y TortenFest, festival de la escuela, donde se reúne la comunidad para realizar juegos y compartir este evento, estilo kermesse. La submarca sigue con el lineamiento planteado en el manual de marca y el naming proviene de la palabra cultura, traducción en alemán, que a su vez en inglés, se pronuncia de la misma manera.



*Figura 46. Isologo Kulture.*

En coherencia con el lenguaje gráfico previamente desarrollado, se diseñó un **tótem** para el Festival *Kultur*, término que en alemán significa "cultura". Su concepción surge a partir de

los mismos elementos geométricos que conforman la identidad visual del colegio, específicamente la fusión y el encastre de la forma cuadrada, garantizando así una continuidad estética y conceptual.

La función principal es tanto informativa como decorativa. Su propósito es orientar a los/as invitados/as dentro del evento, señalizando ubicaciones claves como baños, juegos y musica, entre otros espacios.

En cuanto a su materialidad, se plantea el uso de placas de fibro facil liviano, lo que permite su fácil traslado y montaje exclusivo para el Festival *Kultur*.

Este diseño no solo cumple un rol funcional dentro del evento, sino que también refuerza la identidad visual del colegio, integrando sus valores gráficos y comunicacionales en un elemento tridimensional de alto impacto visual.

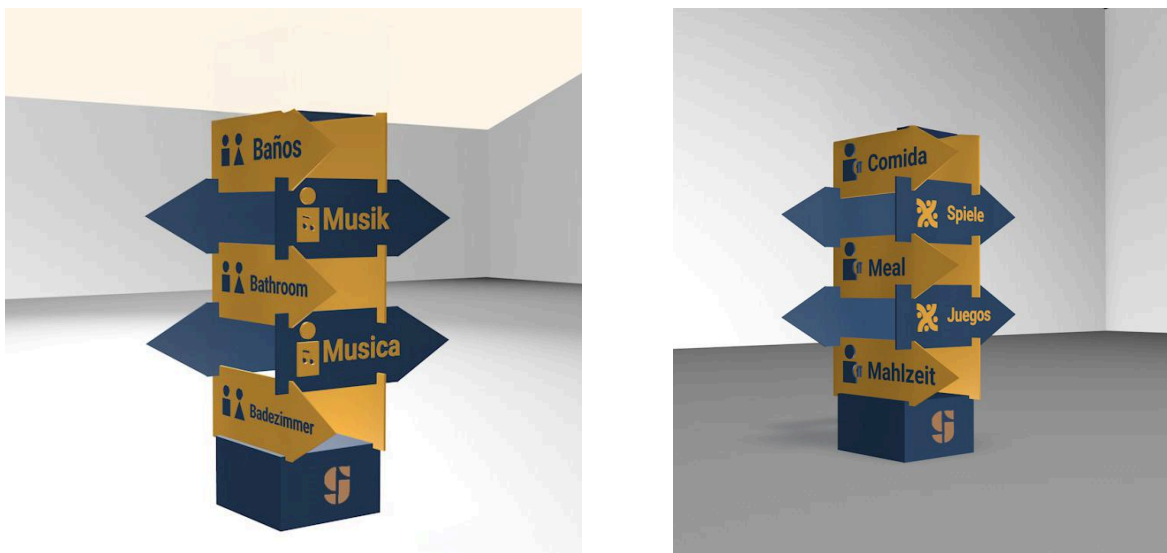


Figura 47. Render totem.

Se desarrolló una serie de **piezas gráficas para redes sociales** con el objetivo de consolidar la presencia digital del colegio y fortalecer su comunicación con la comunidad educativa. Las líneas gráficas de cada diseño mantienen coherencia con el manual de marca, utilizando la paleta cromática institucional y las tipografías para garantizar una identidad visual sólida.

Tipología de publicaciones: Gráficas dinámicas para promover la participación en actividades como el intercambio y “Kultur”.

Formato y funcionalidad: Las piezas fueron diseñadas para adaptarse a diferentes plataformas digitales (Instagram, Facebook, etc.), con un enfoque para atraer la atención y generar interacción.

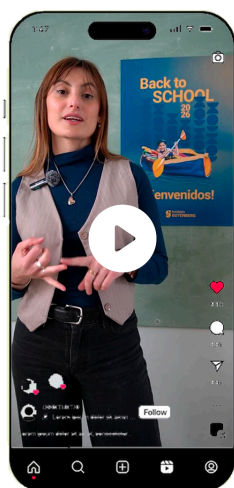
Este enfoque no solo refuerza la identidad del colegio en el ámbito digital, sino que también fomenta un sentido de comunidad y pertenencia entre los y las integrantes del entorno escolar.



Figura 48. Feed Instagram

Para la publicidad en la redes sociales, se desarrolló un **spot publicitario formato reel** con un enfoque central en la diversidad cultural y la importancia de celebrarla. La pieza busca reflejar el compromiso del Instituto Gutenberg con la multiculturalidad, destacándose como un valor esencial dentro de su comunidad educativa. Al mismo tiempo, resalta su dedicación a preservar y fomentar la cultura alemana, transmitiéndose así de generación en generación. A través de un mensaje claro y visualmente atractivo, el spot invita a la audiencia a reconocer la riqueza de un entorno diverso y a valorar la integración cultural como un pilar fundamental de la identidad del colegio.

La función es crear material visual y audiovisual que informe a su comunidad y allegados sobre la importancia de vivir en un ámbito multicultural. Esto promueve la integración y proporciona información clave para aquellos que no conocen los valores del colegio. Para lograrlo, se diseñaron imágenes y tomas dinámicas que permiten interactuar con la audiencia de una manera más amigable y atractiva, optimizando así el alcance y la conexión con el público.



*Figura 49. Captura de video reel.*

## Guión técnico reel

Escena	Plano	Guión	Foil	Tiempo
1	Americano	¿Qué hace que un colegio sea realmente un buen lugar para crecer?	Música de fondo. Voz en off relatando.	
2		Su capacidad de abrir mentes. De conectar culturas. De ampliar miradas.	Música de fondo. Voz en off relatando.	
3		En el Colegio Gutenberg, la multiculturalidad se vive todos los días. En los idiomas, en los intercambios, en las tradiciones, en las maneras de entender el mundo.	Música de fondo. Voz en off relatando.	
4		Un entorno cuidado, un enfoque plurilingüe que potencia oportunidades reales y un equipo docente preparado para acompañar un aprendizaje abierto, global y significativo.	Música de fondo. Voz en off relatando.	
5		Porque crecer también es descubrir otras culturas, ampliar horizontes y aprender a convivir desde el respeto y la curiosidad.	Música de fondo. Voz en off relatando	
6		Si querés que tu hijo crezca en un entorno multicultural, abierto y global... conocé el Colegio Gutenberg.	Música de fondo. Voz en off relatando	
7		Escribinos, inscripciones abiertas 2026.	Música de fondo. Voz en off relatando	

Tabla 4. Guión Técnico video reel publicitario

Como parte de la estrategia financiera, se diseñó una línea de productos de **merchandising** destinados a la venta dentro del festival, con el objetivo de recaudar fondos para la institución y para los futuros intercambios estudiantiles. Esta serie incluye desde, postales para estudiantes de intercambio, indumentaria y objetos funcionales.

El diseño de estas piezas mantiene una coherencia con la identidad visual institucional, siguiendo los lineamientos del manual de marca y la submarca *Kultur* previamente establecida. Se aplicó la paleta cromática institucional y las tipografías oficiales, garantizando una imagen visual homogénea y reconocible.

El propósito de esta iniciativa es ofrecer a los y las participantes del evento, un objeto de merch funcional del mismo, reforzando así el vínculo con la comunidad del instituto Juan Gutenberg.

La propuesta incluye postales para que los/as alumnos/as puedan enviarse con estudiantes de otros colegios alemanes que tengan convenios de intercambio, a fin de conocerse a distancia con anterioridad. El objetivo general de estas piezas es que las personas que participan del evento Kultur puedan llevarse a sus hogares un recuerdo funcional, fortaleciendo así su conexión con la identidad del festival y su comunidad.





Figura 50. Merchandising.



Figura 51. Merchandising de postales.

Como parte de la estrategia comunicacional, se diseñó un **banner**, destinado al uso interno de la institución, con el objetivo de dar la bienvenida a aquellas personas que ingresan al evento y a la institución. Para dicha pieza se realizó un diseño amigable y humano siguiendo con los lineamientos fundamentales de la marca y de la submarca.



Figura 52. Banner bienvenida.

En continuidad con los lineamientos y el contexto del festival *Kultur*, se incorporaron elementos representativos de la cultura alemana. Entre ellos, se diseñó un *packaging* de pretzels y una pieza lúdica: el juego de ajedrez, considerado una práctica tradicional en diversos eventos culturales alemanes. Estas incorporaciones refuerzan la identidad visual del festival y aportan coherencia a su propuesta cultural.

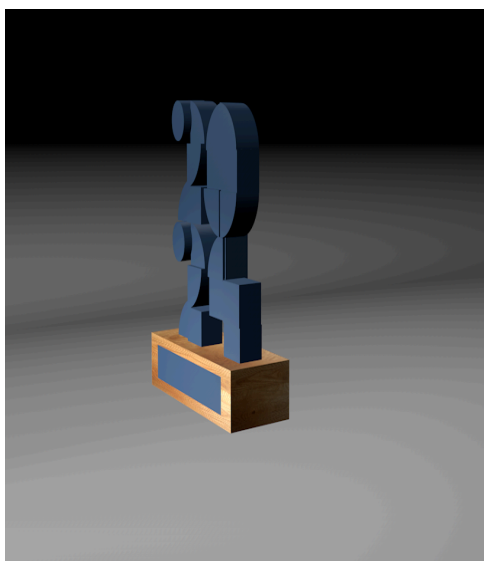


Figura 53. Juego de ajedrez Kultur.



Figura 54. Packaging comida alemana.

Como parte de las piezas de comunicación externa, se desarrolló un trofeo simbólico destinado a reconocer al alumno o alumna con el mejor mérito académico del año. Siguiendo el lineamiento visual establecido previamente para la señalética, basado en el uso de figuras geométricas, se diseñó un trofeo que retoma este mismo lenguaje gráfico. De este modo, se garantiza coherencia estética y conceptual en las piezas que se entregarán anualmente a los estudiantes destacados. A su vez, se elaboró un afiche de bienvenida destinado exclusivamente a los niños. Esta pieza de comunicación será colocada en la denominada “pecera”, el espacio donde los estudiantes esperan para ser retirados o para ingresar a la institución. El diseño busca generar un ambiente amable y contenedor para los más pequeños, reforzando la identidad visual del colegio.



*Figura 55. Trofeo.*



*Figura 56. Cartelería de ingreso.*

## Anexos

- Benchmark - Mar del Plata

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1PeGTdBpzdOb2qWSCEZII-9XB42UpkRszgL5bOqLSXj4/edit?usp=sharing>

- Benchmark - Argentina

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1PeGTdBpzdOb2qWSCEZII-9XB42UpkRszgL5bOqLSXj4/edit?usp=sharing>

- Encuestas a alumnos y alumnas.

<https://forms.gle/hEAWMhHtDQ7qNFsVA>

## Bibliografía

- Skliarevsky. (2024). Entrevista personal. Presidente de la comisión directiva del Instituto Juan Gutenberg.
- Instituto Juan Gutenberg. (2024). Historia. Recuperado de <https://institutogutenberg.edu.ar/nosotros/historia/>
- Instituto Juan Gutenberg. (2024, 10 Abril). Educación Inicial. Recuperado de <https://institutogutenberg.edu.ar/educacion-inicial/>
- Instituto Juan Gutenberg. (2024, 10 Abril). Educación Primaria. Recuperado de <https://institutogutenberg.edu.ar/educacion-primaria/>
- Instituto Juan Gutenberg. (2024, 13 Abril). Educación Secundaria. Recuperado de <https://institutogutenberg.edu.ar/educacion-secudaria/>
- Instituto Juan Gutenberg. (2024, 15 Abril). Kultur. Recuperado de <https://institutogutenberg.edu.ar/kultur/>
- Instituto Juan Gutenberg. (2024, 15 Abril). Grün Green Gutenberg. Recuperado de <https://institutogutenberg.edu.ar/ggg/>
- Pallero, S (2024). Carta de la Representante Legal. Recuperado de: <https://institutogutenberg.edu.ar/nosotros/carta-de-la-representante-legal/>
- Asociación Cultural de Habla Alemana (2024, 20 de abril). recuperado de <https://institutogutenberg.edu.ar/educacion-inicial/>
- Asociación Cultural de Habla Alemana (2024, 20 de abril). recuperado de <https://institutogutenberg.edu.ar/educacion-secudaria/>

- Imágen extraída de la página web institucional. Recuperado de <https://institutogutenberg.edu.ar>
- Conjunto de imágenes extraídas de la página web institucional. Recuperado de <https://institutogutenberg.edu.ar>
- Comunidad de Escuelas Argentino Alemanas. Recuperado de <https://www.agds.org.ar/nosotros>
- Federación de Asociaciones argentino-germanas. Recuperado de <https://faag.org.ar/asociaciones/>
- Karl Wilhelm Korner, (1968) La independencia de la América española y la diplomacia alemana, Buenos Aires.
- Revista Educativa (2021) recuperado de <https://revistaeducativa.com/2021/01/16/diferencias-educacion-bilingue-bicultural/>
- Modalidad de educación intercultural bilingüe. Argentina.gob.ar / CapitalHumano / Educación / Niveles y Modalidades .
- Comunidad de Escuelas Argentino Alemanas.(2004)
- Manuel de Acción para las Asociaciones argentino-alemanas (2021) Recuperado de [\(https://faag.org.ar/asociaciones/](https://faag.org.ar/asociaciones/)
- Qué diferencias hay entre educación bilingüe y bicultural (2021, 16 de enero) Revista Educativa. Recuperado de <https://revistaeducativa.com/2021/01/16/diferencias-educacion-bilingue-bicultural/>
- García Castaño,F y Pulido Moyano, R. (1992) Educación Multicultural y Antropología de la Educación. Narcea Ediciones. Recuperado de

<https://digibug.ugr.es/bitstream/handle/10481/34556/GarciaCasta%C3%B1o1992.pdf?sequence=3>

- Olivé, L. (2004). Interculturalismo y justicia social. UNAM, México.
- Modalidad de educación intercultural bilingüe. Argentina.gob.ar. Capital Humano / educación / niveles y modalidades.. Recuperado de <https://www.argentina.gob.ar/nivelesymodalidades/modalidad-de-educacion-intercultural-bilingue>
- García Castaño, F, Pulido Moyano, R y Montes del Castillo, A. (1993) Monográfico “La educación multicultural y el concepto de cultura. Una visión desde la antropología social y cultural.” Recuperado de <https://digibug.ugr.es/bitstream/handle/10481/34439/GarciaCastano1993b.pdf>
- Quilaqueo D. y Torres, H - Alpha N° 37 Osorno. (2013)- Artículo “Multiculturalidad e interculturalidad: desafíos epistemológicos de la escolarización desarrollada en contextos indígenas”. Recuperado de [https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0718-22012013000200020](https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-22012013000200020)
- Conoce las diferencias entre el desarrollo sustentable y sostenible (sf) Universidad Autónoma del Perú. Blog Fac. de Ingeniería y Arquitectura. Recuperado en <https://www.autonoma.pe/blog/diferencias-desarrollo-sustentable-sostenible/>
- Handball: un breve recorrido por su historia (2020, 20 de agosto) Recuperado de <https://www.jockeyclubcordoba.com.ar/handball/handball-un-breve-recorrido-por-su-historia/#:~:text=2Se%20considera%20que%20el,y%20creando%20el%20%E2%80%9CHandball%E2%80%9D.>

- Gimnasia artística (2024, 17 de abril) en Wikipedia. Recuperado de [https://es.wikipedia.org/wiki/Gimnasia\\_art%C3%ADstica](https://es.wikipedia.org/wiki/Gimnasia_art%C3%ADstica)
- Domenech, Eduardo (2003): El multiculturalismo en Argentina: ausencias, ambigüedades y acusaciones. Centro de Estudios Avanzados Universidad Nacional de Córdoba Argentina. Recuperado de <https://biblioteca-repositorio.clacso.edu.ar/bitstream/CLACSO/587/3/Domenech1.pdf>
- Torres, (2001) en: “El multiculturalismo en Argentina: ausencias, ambigüedades y acusaciones”. Centro de Estudios Avanzados Universidad Nacional de Córdoba Argentina. Recuperado de <https://biblioteca-repositorio.clacso.edu.ar/bitstream/CLACSO/587/3/Domenech1.pdf>
- Dirección General de Cultura y Educación. Subsecretaría de Educación. Comunicación Conjunta 1/19 “Semana de la Interculturalidad” (2019). Recuperado de <https://abc.gob.ar/secretarias/sites/default/files/2021-08/Comunicaci%C3%B3n%20conjunta%20N%C2%B0%201%20%282019%29%20-%20Semana%20de%20la%20interculturalidad.pdf>
- Walsh (1998) en: Dirección General de Cultura y Educación. Subsecretaría de Educación. Comunicación Conjunta 1/19 “Semana de la Interculturalidad” (2019). Recuperado de: <https://abc.gob.ar/secretarias/sites/default/files/2021-08/Comunicaci%C3%B3n%20conjunta%20N%C2%B0%201%20%282019%29%20-%20Semana%20de%20la%20interculturalidad.pdf>
- Wilhelm Korner, K (1968) La independencia de la América española y la diplomacia alemana, Buenos Aires en: LOS ALEMANES EN LA ARGENTINA (1870) en el

Arcón de la Historia Argentina (sf) Recuperado de:

<https://elarcondelahistoria.com/los-alemanes-en-la-argentina-1870/>

- Argentina multicultural. (2017, 20 de abril). Ministerio de Justicia. Secretaría de Derechos Humanos. Recuperado de:

<https://www.argentina.gob.ar/noticias/argentina-multicultural>

- Inmigracion alemana. Recuperado de:

<https://baxcolectividades.buenosaires.gob.ar/historia/Alemana>

- Inmigracion alemana. Recuperado de:

[https://www.facebook.com/centroalemamp?locale=es\\_LA](https://www.facebook.com/centroalemamp?locale=es_LA)

- ACADEU. Tecnología académica para mejorar la calidad educativa. Recuperado de:

<https://acadeu.com/>

- Mar del Plata Day School. Recuperado de:

<https://www.mdpsdayschool.edu.ar/>

- Northern Hills, Colegio bilingüe. Recuperado de:

<https://northernhills.esc.edu.ar/>

- Idra, Colegio. Recuperado de:

<https://colegioidra.com/>

- Holy Trinity College, Colegio Santísima Trinidad. Recupera de:

<https://www.trinity.esc.edu.ar/>

- Loris Malaguzzi. Recuperado de:

<https://www.lorismalaguzzi.com/>

- Instituto Albert Einstein. Recuperado de:

<https://iae.com.ar/>

- Goethe-Schule Buenos Aires. Recuperado de:

<https://goethe.edu.ar/>

- Colegio Alemán de Lanús. Recuperado de:

<https://sedalo.com.ar/>

- Goethe-Schule Rosario. Recuperado de:

<https://goetherosario.org/>

- Colegio Pestalozzi. Recuperado de:

<https://www.pestalozzi.edu.ar/>

- Colegio Alemán de Córdoba. Recuperado de:

<https://colegioalemancba.edu.ar/>