

Comunicación en Acción: Explorando y Aplicando los Tipos de Comunicación

Ciencias Sociales y Humanas | Comunicación | Aprendizaje Basado en Proyectos

Descripción

Este plan de clase está diseñado para estudiantes de posgrado en la asignatura de Comunicación, con el propósito de profundizar en la comprensión y aplicación de los diferentes tipos de comunicación. A través de un enfoque activo y colaborativo basado en proyectos, los estudiantes analizarán las características, funciones y contextos de la comunicación verbal, no verbal, escrita y digital, para luego desarrollar un proyecto tangible que responda a un problema real vinculado a la comunicación efectiva.

Este aprendizaje es relevante porque la comunicación es una competencia clave en el ámbito profesional y académico, y entender sus tipos permite seleccionar estrategias adecuadas para influir, persuadir, informar y conectar en diversos escenarios. Además, la metodología basada en proyectos promueve la autonomía, el pensamiento crítico y la colaboración, habilidades esenciales para el posgrado y la vida profesional.

Los estudiantes podrán conectar estos conceptos teóricos con su realidad profesional y social, identificando cómo los diferentes tipos de comunicación impactan en sus contextos laborales y personales, y diseñando soluciones comunicativas innovadoras y efectivas.

Objetivos de Aprendizaje

- Analizar críticamente las características y funciones de los principales tipos de comunicación en contextos diversos.
- Comparar y contrastar la eficacia de diferentes tipos de comunicación en la solución de problemas reales.
- Diseñar un proyecto comunicativo que integre varios tipos de comunicación para atender una necesidad concreta identificada.
- Evaluar la aplicación práctica de los tipos de comunicación en situaciones profesionales específicas.
- Argumentar con bases teóricas y empíricas la elección de estrategias comunicativas para su proyecto.

Recursos Necesarios

- Material impreso: artículos académicos seleccionados sobre tipos de comunicación (5 copias por grupo)
- Computadoras portátiles o tabletas con acceso a internet (1 por estudiante)
- Software para creación de presentaciones y documentos (Microsoft PowerPoint, Google Slides, o equivalente)
- Plataformas colaborativas digitales (Google Drive, Padlet, o similar)
- Pizarras blancas y marcadores para lluvia de ideas y mapas conceptuales
- Proyector y sistema de audio para presentaciones grupales

- Cuestionarios digitales para evaluación formativa (Google Forms o similar)
- Grabadoras de audio o aplicaciones móviles para registro de entrevistas o comunicaciones

Requisitos Previos

- Conocimientos básicos sobre teorías generales de la comunicación.
- Habilidades para el trabajo colaborativo en entornos presenciales y virtuales.
- Experiencia previa en lectura y análisis crítico de textos académicos.
- Competencias informáticas básicas para uso de herramientas digitales y creación de documentos.
- Capacidad para argumentar oralmente y por escrito en contextos académicos.

Actividades

Sesión 1: Introducción y Diagnóstico sobre Tipos de Comunicación

Fase de Inicio

Tiempo estimado: 10 minutos

Propósito de la sesión: Situar a los estudiantes en el tema, activar conocimientos previos y motivar la exploración profunda de los tipos de comunicación.

Activación de conocimientos previos:

- **Docente:** Presenta un caso real donde una comunicación inadecuada generó un conflicto profesional grave. Formula la pregunta: "¿Qué tipo(s) de comunicación fallaron en este caso y por qué?"
- **Estudiantes:** En parejas, discuten brevemente la pregunta y luego comparten sus ideas en plenaria.

Motivación y enganche:

- **Docente:** Comparte un dato impactante: "El 93% de la comunicación en la interacción humana no es verbal. ¿Qué implica esto para nuestro trabajo profesional?"
- **Estudiantes:** Reflexionan y anotan sus primeras impresiones para compartir luego.

Contextualización:

- **Docente:** Explica brevemente la importancia de dominar la comunicación efectiva en su ámbito profesional y cómo los tipos de comunicación son herramientas estratégicas para ello.
- **Estudiantes:** Escuchan y relacionan la información con su experiencia personal y profesional.

Fase de Desarrollo

Tiempo estimado: 45 minutos

Presentación del contenido:

Docente: Divide la clase en grupos de 3-4 estudiantes y asigna a cada grupo un tipo de comunicación (verbal, no verbal, escrita, digital). Entrega un artículo académico breve sobre ese tipo para su análisis. La presentación se realiza mediante una dinámica de investigación colaborativa, no de exposición tradicional.

Actividades de aprendizaje activo:

• **Actividad 1: Análisis crítico de artículos especializados**

Objetivo: Analizar críticamente las características y funciones de un tipo de comunicación.

Instrucciones:

- Leer y discutir en grupo el artículo asignado (10 min).
- Identificar los elementos clave, funciones y ejemplos del tipo de comunicación (10 min).
- Elaborar un resumen visual (mapa conceptual o cuadro comparativo) para presentar (10 min).

Organización: Grupos de 3-4 estudiantes

Producto: Mapa conceptual o cuadro comparativo digital o en papel

Tiempo: 30 minutos

Rol del docente: Circular entre grupos, hacer preguntas guía como: "¿Cómo se diferencia esta comunicación de las otras? ¿Qué ventajas o limitaciones presenta?"

• **Actividad 2: Puesta en común y debate**

Objetivo: Comparar y contrastar las características de cada tipo de comunicación.

Instrucciones:

- Cada grupo presenta su resumen visual en 3 minutos (15 min total).
- Facilitar un debate guiado: ¿Cuál creen que es el tipo de comunicación más relevante en su contexto profesional? ¿Por qué?

Organización: Plenaria

Producto: Argumentos orales registrados en lista para futura reflexión

Tiempo: 15 minutos

Rol del docente: Modera, recoge ideas claves, y conecta con los objetivos del curso.

Diferenciación:

- Estudiantes que avanzan rápido pueden apoyar a sus compañeros o profundizar en fuentes adicionales para enriquecer el resumen.
- Estudiantes que requieren apoyo reciben material en lenguaje accesible y pueden trabajar con el docente en mini sesiones para aclarar conceptos.

Transición: El docente concluye la sesión destacando la diversidad y complementariedad de los tipos de comunicación, anticipando que en la siguiente sesión se aplicarán estos conceptos en un proyecto real.

Fase de Cierre

Tiempo estimado: 5 minutos

- **Síntesis:** Solicitar a cada estudiante escribir en una frase cuál es el tipo de comunicación que más le interesa profundizar y por qué (ticket de salida).
- **Reflexión metacognitiva:**
 - ¿Cómo se relacionan los tipos de comunicación con los problemas cotidianos que enfrentamos?
 - ¿Qué desafíos anticipas al aplicar estos tipos en tu entorno profesional?
- **Retroalimentación:** El docente comenta algunas respuestas destacadas y refuerza conceptos clave.
- **Transferencia:** Se anuncia que en la próxima sesión los grupos definirán el problema comunicativo para su proyecto.
- **Tarea:** Investigar un caso real donde un tipo específico de comunicación haya tenido un impacto relevante y preparar una breve descripción para compartir.

Sesión 2: Definición del Problema y Planificación del Proyecto Comunicativo

Fase de Inicio

Tiempo estimado: 10 minutos

Propósito de la sesión: Retomar aprendizajes previos y preparar a los grupos para identificar un problema comunicativo real y plantear un proyecto.

Activación de conocimientos previos:

- **Docente:** Solicita a voluntarios compartir brevemente el caso investigado como tarea.
- **Estudiantes:** Exponen y escuchan los casos, identificando similitudes y diferencias con los tipos de comunicación estudiados.

Motivación y enganche:

- **Docente:** Plantea un reto: "¿Cómo podríamos mejorar la comunicación en uno de estos casos para evitar conflictos o fallas?"
- **Estudiantes:** Reflexionan en sus grupos iniciales.

Contextualización:

- **Docente:** Explica que el objetivo será diseñar un proyecto comunicativo para mejorar o innovar en un contexto real.
- **Estudiantes:** Preparan mentalmente el enfoque para el proyecto.

Fase de Desarrollo

Tiempo estimado: 45 minutos

Presentación del contenido: El docente introduce herramientas para diagnóstico de problemas comunicativos y planificación de proyectos (mapa de problemas, matriz FODA aplicada a comunicación, planificación estratégica básica).

Actividades de aprendizaje activo:

• Actividad 1: Identificación y análisis del problema comunicativo

Objetivo: Analizar y definir un problema comunicativo real para el proyecto.

Instrucciones:

- En grupos, seleccionan un caso o problema comunicativo relevante, preferentemente vinculado con sus contextos profesionales (15 min).
- Aplican una herramienta de análisis (ejemplo: mapa de problemas o matriz FODA) para diagnosticar causas y efectos (15 min).
- Definen claramente el problema comunicativo que abordarán (5 min).

Organización: Grupos de 3-4 estudiantes

Producto: Mapa de problemas o matriz FODA y definición del problema en documento compartido

Tiempo: 35 minutos

Rol del docente: Apoya con preguntas clarificadoras: "¿Cuál es el impacto de este problema? ¿Qué tipos de comunicación están involucrados? ¿Qué actores participan?"

• Actividad 2: Diseño inicial del proyecto comunicativo

Objetivo: Diseñar la estrategia comunicativa inicial para el proyecto.

Instrucciones:

- Con base en el problema, bosquejan el objetivo general del proyecto y los tipos de comunicación a integrar (10 min).
- Deciden roles y responsabilidades dentro del grupo para el desarrollo del proyecto.

Organización: Grupos de 3-4 estudiantes

Producto: Documento de planificación inicial con objetivo y roles

Tiempo: 10 minutos

Rol del docente: Facilita la organización y sugiere criterios para seleccionar tipos de comunicación efectivos.

Diferenciación:

- Quienes avanzan rápido pueden explorar herramientas digitales para enriquecer su análisis (ej. herramientas para mapas mentales colaborativos).
- Quienes requieren apoyo pueden recibir guía directa del docente y materiales complementarios para estructurar el análisis.

Transición: El docente invita a los grupos a preparar una presentación breve para compartir su problema y plan, que será la base para la siguiente sesión.

Fase de Cierre

Tiempo estimado: 5 minutos

- **Síntesis:** Cada estudiante anota una meta personal para contribuir al proyecto y un desafío que anticipa.
- **Reflexión metacognitiva:**

- ¿Cómo contribuye la identificación precisa del problema a la efectividad del proyecto?
- ¿Qué tipos de comunicación consideraron prioritarios y por qué?
- **Retroalimentación:** El docente comenta sobre la claridad de los problemas y la coherencia inicial de los proyectos.
- **Transferencia:** Se prepara el terreno para la próxima sesión donde se definirá el producto o solución comunicativa.
- **Tarea:** Buscar ejemplos de proyectos comunicativos exitosos en la literatura o medios digitales para inspirar su propio diseño.

Sesión 3: Desarrollo de la Estrategia Comunicativa y Diseño del Producto

Fase de Inicio

Tiempo estimado: 10 minutos

Propósito de la sesión: Revisar avances y orientar la conceptualización del producto comunicativo integrando los tipos de comunicación.

Activación de conocimientos previos:

- **Docente:** Solicita a cada grupo compartir en 2 minutos el problema definido y el objetivo del proyecto.
- **Estudiantes:** Presentan y reciben comentarios breves de sus pares.

Motivación y enganche:

- **Docente:** Propone: "Piensen en cómo combinar distintos tipos de comunicación para maximizar el impacto de su proyecto. ¿Qué innovaciones podrían incorporar?"
- **Estudiantes:** Reflexionan y toman notas para su trabajo.

Contextualización:

- **Docente:** Relaciona la integración de tipos de comunicación con casos de éxito profesional y académico.
- **Estudiantes:** Vinculan teoría y práctica.

Fase de Desarrollo

Tiempo estimado: 45 minutos

Presentación del contenido: Se facilita el uso de modelos de diseño de proyectos comunicativos, enfatizando la coherencia entre problema, objetivos, tipos de comunicación y producto final.

Actividades de aprendizaje activo:

- **Actividad 1: Diseño detallado de la estrategia comunicativa**

Objetivo: Diseñar una estrategia que integre tipos de comunicación para abordar el problema.

Instrucciones:

- En grupos, elaboran un plan detallado que incluya: mensaje central, canales, públicos, tipos de comunicación y recursos a utilizar (20 min).
- Discuten cómo cada tipo de comunicación contribuye al objetivo y resuelven posibles limitaciones (10 min).

Organización: Grupos de 3-4 estudiantes

Producto: Plan estratégico escrito y esquema visual

Tiempo: 30 minutos

Rol del docente: Facilita reflexión con preguntas como: "¿Cómo aseguramos coherencia entre mensaje y tipo de comunicación? ¿Qué riesgos identifican?"

• **Actividad 2: Diseño del producto comunicativo tangible**

Objetivo: Conceptualizar y planificar el producto o solución concreta que desarrollarán.

Instrucciones:

- Definen el formato del producto (video, campaña digital, documento, taller, etc.) y esbozan su estructura y contenidos (15 min).
- Asignan responsabilidades específicas para la elaboración del producto.

Organización: Grupos de 3-4 estudiantes

Producto: Documento de planificación del producto y cronograma inicial

Tiempo: 15 minutos

Rol del docente: Orienta sobre viabilidad y creatividad, sugiriendo recursos y metodologías.

Diferenciación:

- Para estudiantes adelantados, se sugiere incorporar herramientas multimedia avanzadas o análisis de audiencia.
- Para estudiantes con dificultades, el docente propone plantillas y ejemplos para facilitar el diseño.

Transición: El docente concluye invitando a preparar el trabajo para iniciar la producción en la próxima sesión.

Fase de Cierre

Tiempo estimado: 5 minutos

- **Síntesis:** Cada grupo redacta en una frase la propuesta central de su estrategia y producto.
- **Reflexión metacognitiva:**
 - ¿Cómo integran los tipos de comunicación en su estrategia para lograr el objetivo?
 - ¿Qué desafíos anticipan en la producción del producto?
- **Retroalimentación:** Comentarios breves del docente sobre coherencia y creatividad en las propuestas.
- **Transferencia:** Se motiva a aplicar técnicas de gestión del tiempo y recursos para la elaboración del producto.
- **Tarea:** Recolectar materiales y recursos necesarios para la producción del producto.

Sesión 4: Producción y Desarrollo del Producto Comunicativo

Fase de Inicio

Tiempo estimado: 10 minutos

Propósito de la sesión: Organizar el trabajo y preparar la producción efectiva del producto comunicativo.

Activación de conocimientos previos:

- **Docente:** Revisa con cada grupo brevemente el plan y cronograma para identificar ajustes necesarios.
- **Estudiantes:** Ajustan y confirman roles y tareas para la sesión.

Motivación y enganche:

- **Docente:** Comparte ejemplos de productos comunicativos exitosos y su impacto.
- **Estudiantes:** Se inspiran y consolidan compromiso.

Contextualización:

- **Docente:** Señala la importancia de la calidad y coherencia en la producción para la efectividad comunicativa.
- **Estudiantes:** Preparan materiales y comienzan la producción.

Fase de Desarrollo

Tiempo estimado: 45 minutos

Presentación del contenido: No se introduce contenido nuevo; se promueve el trabajo autónomo y colaborativo, aplicando los aprendizajes previos.

Actividades de aprendizaje activo:

- **Actividad única: Producción del producto comunicativo**

Objetivo: Elaborar el producto comunicativo integrando los tipos de comunicación seleccionados.

Instrucciones:

- Los grupos trabajan colaborativamente para crear el producto según planificación (45 min).
- Incorporan elementos de comunicación verbal, no verbal, escrita y digital según corresponda.
- Documentan avances y dificultades para compartir en la próxima sesión.

Organización: Grupos de 3-4 estudiantes

Producto: Producto comunicativo tangible o digital en formato preliminar

Tiempo: 45 minutos

Rol del docente: Supervisa, ofrece retroalimentación inmediata, ayuda a resolver problemas técnicos y conceptuales.

Diferenciación:

- Estudiantes adelantados pueden dedicar tiempo a mejorar detalles o preparar materiales complementarios.
- Estudiantes con dificultades pueden recibir tutoría personalizada o apoyo en tareas específicas.

Transición: El docente recuerda la importancia de preparar la presentación y evaluación del producto para la siguiente sesión.

Fase de Cierre

Tiempo estimado: 5 minutos

- **Síntesis:** Cada grupo comparte en 2 frases el estado actual de su producto y próximos pasos.

- **Reflexión metacognitiva:**

- ¿Qué aspectos de los tipos de comunicación fueron más fáciles o difíciles de integrar?
- ¿Cómo manejaron la colaboración y distribución del trabajo?

- **Retroalimentación:** Comentarios del docente para fortalecer la etapa final.

- **Transferencia:** Se enfatiza la importancia de la revisión y mejora continua.

- **Tarea:** Finalizar el producto y preparar la presentación para la sesión final.

Sesión 5: Presentación, Evaluación y Reflexión Final

Fase de Inicio

Tiempo estimado: 10 minutos

Propósito de la sesión: Organizar la presentación y evaluación colaborativa de los productos.

Activación de conocimientos previos:

- **Docente:** Explica criterios y dinámica de presentación y evaluación entre pares.
- **Estudiantes:** Preparan sus presentaciones y materiales de apoyo.

Motivación y enganche:

- **Docente:** Resalta la oportunidad de mostrar el aprendizaje aplicado y recibir retroalimentación constructiva.
- **Estudiantes:** Se motivan para exponer con calidad y confianza.

Contextualización:

- **Docente:** Conecta la experiencia con futuros retos profesionales y académicos.
- **Estudiantes:** Se preparan para la interacción crítica y colaborativa.

Fase de Desarrollo

Tiempo estimado: 45 minutos

Presentación del contenido: Se propicia el aprendizaje entre pares a través de la presentación y evaluación crítica.

Actividades de aprendizaje activo:

- **Actividad 1: Presentación de productos comunicativos**

Objetivo: Comunicar efectivamente el diseño y aplicación de la estrategia comunicativa.

Instrucciones:

- Cada grupo presenta su proyecto en un máximo de 8 minutos (30 min total para 4 grupos aprox.).
- Se responde a preguntas y comentarios del público.

Organización: Plenaria

Producto: Presentación oral con soporte visual

Tiempo: 30 minutos

Rol del docente: Facilita la dinámica y modera el tiempo.

- **Actividad 2: Evaluación formativa entre pares**

Objetivo: Evaluar y retroalimentar los proyectos desde criterios establecidos.

Instrucciones:

- Los estudiantes completan una rúbrica predefinida para cada presentación (15 min).
- Se comparten breves comentarios orales positivos y constructivos.

Organización: Individual y plenaria

Producto: Rúbricas de evaluación y feedback oral

Tiempo: 15 minutos

Rol del docente: Recopila evaluaciones, aclara dudas y complementa retroalimentación.

Diferenciación:

- Estudiantes con mayor dominio pueden liderar debates y síntesis de retroalimentación.
- Estudiantes que requieran apoyo reciben guía para estructurar sus evaluaciones y expresiones.

Transición: El docente prepara la reflexión final y cierre del ciclo de aprendizaje.

Fase de Cierre

Tiempo estimado: 5 minutos

- **Síntesis:** Elaboración colectiva de un mapa mental en pizarra digital o física con las ideas clave aprendidas sobre tipos de comunicación y su aplicación.
- **Reflexión metacognitiva:**
 - ¿Qué aprendí sobre los tipos de comunicación y su aplicación práctica?
 - ¿Cómo puedo aplicar estos aprendizajes en mi contexto profesional inmediato?
 - ¿Qué habilidades desarrollé durante el proyecto y cuáles deseo fortalecer?
- **Retroalimentación:** El docente ofrece conclusiones generales, destaca logros y señala áreas de mejora para futuros proyectos.
- **Transferencia:** Se invita a los estudiantes a considerar este aprendizaje como base para investigaciones o intervenciones futuras.
- **Tarea o reto:** Preparar un breve ensayo reflexivo individual sobre la experiencia y aplicación futura de los tipos de comunicación.

Evaluación

Tipo de evaluación:

- **Diagnóstica:** En la Sesión 1, mediante el análisis inicial del caso real para activar conocimientos previos.
- **Formativa:** Durante las sesiones 1 a 4, a través de la observación, retroalimentación continua y evaluación entre pares.
- **Sumativa:** En la Sesión 5, mediante la presentación final del proyecto y la rúbrica de evaluación.

Criterios de evaluación:

- Claridad y profundidad en el análisis de los tipos de comunicación (Objetivo 1).
- Capacidad para comparar y justificar la elección de tipos de comunicación en el proyecto (Objetivo 2 y 5).
- Coherencia y pertinencia del diseño estratégico y producto comunicativo (Objetivo 3).
- Calidad en la presentación y defensa oral del proyecto (Objetivo 4 y 5).
- Trabajo colaborativo y cumplimiento de roles dentro del grupo.

Instrumentos sugeridos:

- Rúbrica detallada para evaluación del proyecto (contenido, estrategia, innovación, presentación).
- Lista de cotejo para seguimiento del trabajo colaborativo y cumplimiento de roles.
- Observación directa y notas del docente durante las actividades.
- Autoevaluación y coevaluación mediante formularios digitales.
- Portafolio digital que incluya productos parciales y finales.

Evidencias de aprendizaje:

- Mapas conceptuales y resúmenes analíticos de tipos de comunicación.
- Documentos de planificación y diagnósticos de problemas comunicativos.
- Producto comunicativo final tangible o digital.
- Presentaciones orales y registros de evaluación entre pares.
- Ensayo reflexivo individual sobre la experiencia y aplicación.

Enriquecimientos

Inicio - Contextualizar

Contextualización para la Fase de Inicio

En el entorno profesional y académico actual, la comunicación efectiva es una competencia esencial que impacta directamente en la calidad del trabajo colaborativo, la gestión de proyectos y la influencia en distintos contextos sociales y organizacionales. Para estudiantes de posgrado, que habitualmente se desenvuelven en ambientes multidisciplinarios y globalizados, comprender y aplicar los distintos tipos de comunicación se vuelve fundamental para liderar procesos, generar cambios y construir conocimiento de manera efectiva.

Actualmente, la proliferación de medios digitales y la diversidad cultural en los espacios de interacción profesional amplifican los desafíos y las oportunidades en la comunicación. Por ejemplo, la comunicación no verbal y la comunicación digital tienen un peso creciente en negociaciones, presentaciones y en la construcción de redes de colaboración internacionales. Según estudios recientes, más del 70% de los malentendidos en equipos de trabajo se atribuyen a fallas en la comunicación interpersonal y digital, lo que subraya la relevancia de dominar estas competencias en el posgrado.

Esta fase inicial busca que los estudiantes reflexionen sobre sus propias experiencias comunicativas, reconociendo las fortalezas y áreas de mejora en sus interacciones cotidianas, tanto personales como profesionales. Se busca generar un ambiente de apertura y motivación para explorar en profundidad los tipos de comunicación, entendiendo que su dominio no solo facilitará el éxito académico, sino que también potenciará su liderazgo y capacidad de influencia en sus futuros ámbitos laborales.

Al iniciar este proyecto, invitamos a los estudiantes a considerar situaciones recientes en las que la comunicación haya jugado un papel decisivo en el logro o el fracaso de una meta, y a compartir brevemente estas experiencias para establecer un punto de partida común que conecte el aprendizaje con su realidad.