

TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN II

Ciencias Sociales y Humanas | Comunicación

Descripción del Curso

Este curso de Comunicación ofrece un marco teórico-práctico para comprender, analizar y aplicar teorías clave de la comunicación en contextos contemporáneos. A lo largo de las unidades, los estudiantes desarrollan habilidades para interpretar fenómenos comunicativos, diseñar estrategias de intervención y evaluar impactos en medios, organizaciones y comunidades. El itinerario combina fundamentos teóricos con métodos de investigación y prácticas de comunicación ética, con énfasis en la capacidad de transferir lo aprendido a situaciones reales y complejas. La unidad 8, Proyecto final integrando al menos tres teorías estudiadas, representa la culminación del proceso de aprendizaje. En esta unidad, los estudiantes diseñan y presentan un proyecto que integra al menos tres marcos teóricos previamente analizados, describiendo su objetivo, metodología, análisis previsto y posibles impactos prácticos en contextos reales. Este enfoque fomenta la creatividad analítica, la toma de decisiones fundamentadas y la capacidad de gestionar proyectos complejos desde una visión multidisciplinaria. El curso está diseñado para estudiantes a partir de 17 años y busca desarrollar competencias de pensamiento crítico, comunicación efectiva, trabajo colaborativo y responsabilidad ética. Las evaluaciones combinan entregas escritas, presentaciones orales, informes de análisis y reflexiones críticas, promoviendo la claridad conceptual, la solidez metodológica y la responsabilidad social en las prácticas de comunicación. En conjunto, el programa prepara a los estudiantes para aplicar conocimiento teórico en problemáticas reales, adaptándose a distintos contextos culturales, sociales y tecnológicos.

Competencias

- Analizar críticamente marcos teóricos de la comunicación y su aplicación en contextos reales.
- Diseñar, planificar y ejecutar un proyecto final que integre múltiples marcos teóricos.
- Aplicar métodos de investigación cualitativos y/o cuantitativos para evaluar proyectos y propuestas de intervención.
- Comunicar de forma clara, ética y persuasiva los resultados y recomendaciones, tanto de forma escrita como oral.
- Trabajar de manera colaborativa, gestionar proyectos y cumplir con plazos y estándares de calidad.
- Evaluar impactos prácticos y consideraciones éticas en intervenciones comunicacionales.
- Adaptar enfoques teóricos a contextos culturales y sociales diversos y complejos.

Requerimientos

- Participación activa en las unidades teóricas previas y lectura obligatoria de textos fundamentales.
- Capacidad para trabajar de forma individual y/o en equipo en el diseño y ejecución del proyecto final.
- Conocimientos básicos de métodos de investigación y herramientas de análisis (cualitativo y/o cuantitativo).
- Acceso a recursos y plataformas del curso para la entrega de trabajos y presentaciones.

- Compromiso con principios éticos, de citación y manejo responsable de información.
- Habilidad para preparar y defender informes y presentaciones orales de forma clara y estructurada.

Unidades del Curso

Unidad 1: UNIDAD 1: Identificación de teorías clave y conceptos centrales de Teoría de la Comunicación II

Objetivos de Aprendizaje

- Reconocer y describir los principales enfoques teóricos (lineal, cultural, constructivista y otros relevantes) y sus conceptos centrales.
- Explicar los supuestos y límites de cada marco teórico y su campo de aplicación.
- Ilustrar con ejemplos cómo cada marco aborda la producción, distribución y recepción de mensajes.
- Analizar críticamente las fortalezas y debilidades de cada marco en contextos diferentes.

Contenidos Temáticos

1. **Tema 1:** Enfoques fundamentales de la teoría de la comunicación II (lineal, cultural, constructivista) y su evolución histórica.
2. **Tema 2:** Conceptos centrales: mensaje, canal, código, contexto, audiencia, y codificación/decodificación.
3. **Tema 3:** Límites y supuestos de cada marco teórico y criterios de adecuación analítica.
4. **Tema 4:** Herramientas para comparar enfoques teóricos y seleccionar marcos según el fenómeno estudiado.

Actividades

- **Actividad 1: Mapa de enfoques teóricos** - Construcción en equipo de un mapa conceptual que vincule lineal, cultural y constructivista con ejemplos de producción, distribución y recepción. Puntos clave: identificar conceptos, relacionar con casos y justificar el marco más adecuado para cada situación. Aprendizajes: capacidad de comparar marcos y explicar su alcance.
- **Actividad 2: Debate guiado** - ¿Es suficiente el modelo lineal para describir la influencia de redes sociales en la actualidad? Se argumenta desde al menos dos enfoques. Aprendizajes: pensamiento crítico, manejo de evidencias, articulación de pros y contras de cada marco.
- **Actividad 3: Análisis corto de texto mediático** - Identificar ejemplos de producción y recepción desde un marco teórico elegido y justificar la elección. Aprendizajes: aplicar conceptos a un caso real.

Evaluación

Se evalúan los objetivos de aprendizaje mediante: participación en debates y actividades en clase, un ensayo analítico corto (comparando al menos dos marcos), y una tarea de aplicación en la que se identifiquen conceptos y límites en un texto mediático. Se utilizará una rúbrica que prioriza claridad conceptual, capacidad de argumentación y pertinencia de

ejemplos.

Unidad 2: UNIDAD 2: Teorías II y la producción, distribución y recepción de mensajes en audiencias diversas

Objetivos de Aprendizaje

- Describir cómo ciertos marcos teóricos orientan decisiones de producción de mensajes (temas, tono, formato).
- Analizar cómo la distribución a través de diferentes plataformas afecta la recepción entre audiencias diversas.
- Ilustrar con ejemplos prácticos cómo distintas audiencias interpretan mensajes desde marcos teóricos específicos.

Contenidos Temáticos

1. **Tema 1:** Producción de mensajes desde enfoques teóricos y su influencia en formato y contenido.
2. **Tema 2:** Distribución y plataformas: impacto en alcance, segmentación y economía de la atención.
3. **Tema 3:** Recepción y lectura de mensajes por audiencias diversas: usos y gratificaciones, recepción, y codificación/decodificación.
4. **Tema 4:** Casos prácticos de campañas mediáticas y su análisis desde marcos teóricos.

Actividades

- **Actividad 1: Diseño de mensaje con marco teórico** - En equipos, diseñar un mensaje breve (pauta, video corto o texto) considerando un marco teórico específico y justificar la decisión. Aprendizajes: relación entre teoría y producción.
- **Actividad 2: Análisis de distribución** - Estudio de cómo una campaña llega a distintas audiencias a través de plataformas diversas; discutir diferencias de alcance y interpretación. Aprendizajes: efectos de la distribución en la recepción.
- **Actividad 3: Estudio de caso de recepción** - Analizar cómo diferentes grupos interpretan un mensaje en función de su contexto cultural y de los supuestos del marco aplicado. Aprendizajes: variabilidad de lectura y sesgos de interpretación.

Evaluación

Se evalúan objetivos mediante un ensayo analítico que compare la producción, distribución y recepción desde al menos dos marcos teóricos, una breve presentación de caso y una tarea de aplicación práctica en la que el estudiante identifique variables relevantes y presenta ejemplos. Se usa una rúbrica que enfatiza capacidad de vincular teoría con práctica y claridad de ejemplos.

Unidad 3: UNIDAD 3: Análisis crítico de casos contemporáneos con marcos teóricos

Objetivos de Aprendizaje

- Seleccionar casos actuales relevantes para el análisis teórico (elección de un caso real).
- Aplicar al menos dos marcos teóricos para interpretar el caso y contrastar resultados.
- Identificar límites de cada marco y proponer posibles enfoques complementarios.

Contenidos Temáticos

1. **Tema 1:** Selección y delimitación de casos contemporáneos relevantes.
2. **Tema 2:** Aplicación de marcos teóricos para interpretación de casos.
3. **Tema 3:** Crítica de la pertinencia y limitaciones de enfoques teóricos en contextos reales.
4. **Tema 4:** Elaboración de recomendaciones para prácticas responsables basadas en el análisis.

Actividades

- **Actividad 1: Análisis de caso en equipos** - Seleccionar un caso mediático y aplicar al menos dos marcos teóricos; presentar hallazgos y diferencias en interpretación. Aprendizajes: capacidad de aplicar teoría a situaciones reales.
- **Actividad 2: Crítica y discusión** - Discusión guiada sobre las limitaciones de cada marco en el caso elegido. Aprendizajes: pensamiento crítico y capacidad de síntesis.

Evaluación

Se evalúan los objetivos mediante un informe analítico sobre el caso (comparando marcos), y una participación en discusión y defensa de argumentos. Se utiliza rúbrica que valora precisión analítica, claridad de argumentación y uso adecuado de evidencia.

Unidad 4: UNIDAD 4: Comparación y aplicación de modelos de comunicación a fenómenos mediáticos

Objetivos de Aprendizaje

- Identificar las diferencias entre modelos y sus supuestos fundamentales.
- Aplicar escenarios prácticos para demostrar la adecuación de un modelo frente a otro.
- Desarrollar criterios para la selección de modelos en función del contexto y la audiencia.

Contenidos Temáticos

1. **Tema 1:** Modelos de comunicación: lineal, cultural y constructivista — diferencias y usos.
2. **Tema 2:** Criterios de adecuación: alcance, poder explicativo, contexto sociocultural.
3. **Tema 3:** Aplicación a un fenómeno mediático real (caso de estudio).
4. **Tema 4:** Debate metodológico sobre qué modelo es más útil y por qué.

Actividades

- **Actividad 1: Mapa de selección de modelo** - Dibujo de un mapa de decisiones que indique cuándo usar cada modelo según el fenómeno mediático y el contexto. Aprendizajes: criterios de selección explícitos.
- **Actividad 2: Aplicación a fenómeno mediático** - Reclasificar un fenómeno en al menos dos modelos, comparar resultados y justificar la elección. Aprendizajes: capacidad analítica y argumentativa.
- **Actividad 3: Puesta en común** - Presentación corta de hallazgos y debate sobre la idoneidad de cada modelo en distintos escenarios. Aprendizajes: venta de ideas y defensas teóricas.

Evaluación

Se evalúan los objetivos mediante un informe de comparación y aplicación de modelos a un fenómeno, y una breve defensa oral de la elección del modelo más adecuado. Se utiliza rúbrica de criterios: precisión conceptual, coherencia argumentativa y concreción en ejemplos.

Unidad 5: UNIDAD 5: Métodos de investigación cualitativos y/o cuantitativos para plantear preguntas y marcos de análisis

Objetivos de Aprendizaje

- Formular una pregunta de investigación relevante en el campo de la comunicación.
- Construir un marco de análisis con variables, indicadores y la hipótesis operativa correspondiente.
- Seleccionar métodos adecuados (cualitativos, cuantitativos o mixtos) para responder la pregunta.

Contenidos Temáticos

1. **Tema 1:** Conceptos de planteamiento de preguntas, diseño de estudio y tipos de variables.
2. **Tema 2:** Formulación de hipótesis operativas y criterios de validez.
3. **Tema 3:** Métodos cualitativos y cuantitativos: fortalezas, límites y combinaciones posibles.
4. **Tema 4:** Ética y responsabilidad en la investigación de medios.

Actividades

- **Actividad 1: Redacción de pregunta de investigación** - Proponer una pregunta de investigación sobre un fenómeno mediático y justificar su relevancia. Aprendizajes: claridad conceptual y relevancia social.
- **Actividad 2: Construcción de marco de análisis** - Definir variables, indicadores y una hipótesis operativa para la pregunta planteada. Aprendizajes: estructuración de la investigación.
- **Actividad 3: Selección de métodos** - Elegir métodos cualitativos, cuantitativos o mixtos y proponer un plan de recolección de datos. Aprendizajes: alineación entre pregunta y método.

Evaluación

Se evalúan los objetivos mediante la entrega de un plan de investigación con pregunta, marco de análisis, variables e hipótesis operativa, y una breve justificación metodológica. Se utiliza rúbrica que valora coherencia teórica-método, claridad de variables y viabilidad práctica.

Unidad 6: UNIDAD 6: Análisis de discurso o semiótico de un texto mediático

Objetivos de Aprendizaje

- Explicar los principios del análisis de discurso y/o semiótica y sus etapas.
- Aplicar técnicas de codificación de signos, significados y estructuras de poder en un texto.
- Interpretar resultados y discutir implicaciones sociales y éticas.

Contenidos Temáticos

1. **Tema 1:** Fundamentos de análisis de discurso y/o semiótica en comunicación.
2. **Tema 2:** Identificación de significados, códigos y relaciones de poder en textos.
3. **Tema 3:** Métodos de recolección y análisis de datos textual/es y visuales.
4. **Tema 4:** Aplicación práctica a un texto mediático real.

Actividades

- **Actividad 1: Análisis de discurso de un discurso público** - Extraer significados clave, códigos y consignas de poder. Aprendizajes: lectura crítica de textos y extracción de señales de poder.
- **Actividad 2: Taller de codificación** - Sesión de codificación de signos y estructuras discursivas en un texto mediático; discusión de interpretaciones múltiples. Aprendizajes: pensamiento analítico y debate razonado.

Evaluación

Se evalúan habilidades de interpretación, construcción de evidencia y claridad de argumentos a través de un informe de análisis de discurso, acompañado de una breve defensa oral de las conclusiones. Se utiliza rúbrica centrada en rigor metodológico y capacidad de relacionar significados con procesos de poder.

Unidad 7: UNIDAD 7: Ética y responsabilidad social en producción y difusión de mensajes

Objetivos de Aprendizaje

- Identificar dilemas éticos comunes en comunicación y periodismo, así como normas profesionales relevantes.
- Analizar casos de desinformación, sesgos y manipulación desde diversas perspectivas teóricas.
- Desarrollar recomendaciones prácticas para prácticas responsables en producción y difusión de mensajes.

Contenidos Temáticos

1. **Tema 1:** Principios éticos y responsabilidad social en comunicación.

2. **Tema 2:** Desinformación, manipulación y sesgos: retos actuales y guías de mitigación.
3. **Tema 3:** Prácticas profesionales responsables y marcos de autorregulación.
4. **Tema 4:** Casos de estudio y desarrollo de recomendaciones de buenas prácticas.

Actividades

- **Actividad 1: Debate ético** - Presentar dilemas reales y debatir enfoques para resolver conflictos éticos, con énfasis en responsabilidad y veracidad. Aprendizajes: ética aplicada y argumentación responsable.
- **Actividad 2: Elaboración de código de buenas prácticas** - Crear un mini código de ética para prácticas de comunicación en un entorno profesional. Aprendizajes: formalización de normas y responsabilidad social.

Evaluación

Se evalúan criterios éticos y de responsabilidad a través de un ensayo analítico de dilemas éticos y un documento de recomendaciones para prácticas responsables. Se utiliza una rúbrica que valora la argumentación ética, la originalidad de las soluciones y la viabilidad de implementación.

Unidad 8: UNIDAD 8: Proyecto final integrando al menos tres teorías estudiadas

Objetivos de Aprendizaje

- Definir un problema de investigación o intervención que permita aplicar múltiples marcos teóricos.
- Diseñar una metodología que combine enfoques teóricos y métodos adecuados para su implementación.
- Describir análisis previstos y detallar impactos prácticos y consideraciones éticas.

Contenidos Temáticos

1. **Tema 1:** Diseño del proyecto final: objetivos, alcance y justificación.
2. **Tema 2:** Integración de al menos tres teorías y su justificación conceptual.
3. **Tema 3:** Metodología, análisis previsto y criterios de evaluación de resultados.
4. **Tema 4:** Presentación y discusión de impactos prácticos y consideraciones éticas.

Actividades

- **Actividad 1: Sesión de planificación de proyecto** - Trabajo en equipo para definir objetivo, marco teórico y plan de ejecución. Aprendizajes: coordinación, planificación y articulación teórica.
- **Actividad 2: Revisión por pares** - Evaluación entre pares de propuestas, con comentarios y mejoras sugeridas. Aprendizajes: pensamiento crítico y mejora continua.
- **Actividad 3: Presentación final** - Presentación del proyecto ante el grupo y defensa de las decisiones teóricas y metodológicas. Aprendizajes: comunicación eficaz y argumentación sólida.

Evaluación

Se evalúa el proyecto final mediante su integración teórica, claridad metodológica, viabilidad y relevancia práctica. Se utiliza una rúbrica que aborda la cohesión entre teorías, la calidad del diseño, la calidad del análisis previsto y la capacidad de comunicar impactos y ética.