

CULTURA E IDENTIDAD EN AMERICA LATINA I

Ciencias Sociales y Humanas | Comunicación

Descripción del Curso

DESCRIPCIÓN

Este curso de Comunicación está diseñado para estudiantes mayores de 17 años y aborda la representación de identidades latinoamericanas desde una perspectiva ética, inclusiva y diversa. El programa combina teoría, análisis crítico y prácticas de campo para desarrollar en el alumnado las habilidades necesarias para comprender, diseñar y evaluar mensajes y contenidos mediáticos desde un enfoque de responsabilidad social. La estructura curricular se organiza en unidades que permiten pasar de conceptos teóricos a la producción de proyectos reales. Se favorece el aprendizaje activo, colaborativo y basado en casos, con énfasis en la investigación, el co-diseño y la participación de comunidades y actores relevantes para asegurar que los contenidos sean pertinentes y culturalmente responsables. En particular, la Unidad 8, Propuesta de proyecto de comunicación para promover una representación ética, inclusiva y diversa de identidades latinoamericanas, se convierte en la culminación del curso y propone la elaboración de una propuesta de proyecto que promueva estrategias para una representación ética, inclusiva y diversa en los medios, con consideraciones prácticas y metas de evaluación. Entre los objetivos centrales del programa se incluyen: desarrollar la capacidad de definir objetivos, públicos y mensajes que favorezcan la diversidad e inclusión; incorporar prácticas de trabajo colaborativo con comunidades y actores relevantes para el co-diseño de contenidos; y proponer indicadores de evaluación y un plan de implementación realista y sostenible. El curso también fomenta habilidades transversales como pensamiento crítico, comunicación eficaz, gestión de proyectos y trabajo en equipo, preparando a los estudiantes para enfrentar desafíos éticos y prácticos en contextos mediáticos y comunicacionales diversos. En Unidad 8, los estudiantes culminan su aprendizaje mediante la creación de una propuesta de proyecto de comunicación que refleje estos principios y que pueda ser aplicada en contextos reales, con consideraciones prácticas y criterios de evaluación claramente definidos.

Competencias

COMPETENCIAS

- Analizar críticamente la representación de identidades latinoamericanas en medios y discursos.
- Planificar y diseñar estrategias de comunicación que promuevan diversidad, inclusión y ética.
- Aplicar prácticas de co-diseño y participación comunitaria en el desarrollo de contenidos.
- Desarrollar proyectos de comunicación con metas claras, indicadores y planes de implementación.
- Trabajar de forma colaborativa en equipos diversos y gestionar dinámicas de grupo.
- Comunicar de forma clara y persuasiva, tanto de manera oral como escrita, para audiencias técnicas y no técnicas.
- Evaluar impactos de proyectos de comunicación mediante indicadores y métricas.

Requerimientos

REQUERIMIENTOS

- Lecturas obligatorias y materiales complementarios (acceso a biblioteca y recursos en línea).
- Participación activa y asistencia regular a sesiones y actividades.
- Trabajo en equipo y entrega de un proyecto final en la Unidad 8.
- Acceso a herramientas de diseño de contenidos y plataformas de gestión de proyectos.
- Desarrollo y entrega de documentos de plan de proyecto, indicadores de evaluación y plan de implementación.
- Presentaciones orales y/o escritas para compartir avances y resultados ante la comunidad educativa.

Unidades del Curso

Unidad 1: Unidad 1: Elementos de la cultura y su influencia en la identidad en América Latina

Objetivos de Aprendizaje

- Explicar qué se entiende por cultura e identidad en el contexto latinoamericano y sus principales dimensiones.
- Aplicar conceptos de comunicación intercultural para identificar elementos culturales clave en ejemplos regionales.
- Analizar críticamente cómo estos elementos condicionan prácticas, valores y percepciones identitarias en comunidades diversas.

Contenidos Temáticos

1. Tema 1: Conceptos centrales de cultura e identidad en América Latina — descripción breve de qué se entiende por cultura, identidad y sus dimensiones (material, inmaterial, simbolismo, prácticas).
2. Tema 2: Elementos culturales y su influencia en la identidad — prácticas, lengua, religión, tradiciones, cosmologías y su papel en la construcción identitaria.
3. Tema 3: Enfoques de la comunicación intercultural — relativismo cultural, etnocentrismo, transculturalidad y herramientas para el análisis de intercambios.
4. Tema 4: Casos de identidad regional — miradas comparativas sobre comunidades urbanas y rurales en México, Caribe y Andes para entender diversidades.

Actividades

- **Actividad 1: Debate guiado sobre conceptos de cultura e identidad** — se discute qué constituye cultura e identidad en contextos latinoamericanos y cómo se interpretan en distintos grupos. Puntos clave: diversidad, dinámicas de cambio, influencia de la historia.

- **Actividad 2: Análisis de símbolos y prácticas culturales** — los estudiantes identifican símbolos culturales en ejemplos locales y analizan su significado identitario; se generan mapas conceptuales de interrelaciones.
- **Actividad 3: Taller de interculturalidad** — actividad en grupos para diseñar un breve plan de comunicación intercultural que destaque reconocimiento y respeto a diferencias culturales.
- **Actividad 4: Estudio de caso comparativo** — revisión de un caso de identidad en comunidades distintas (urbana y rural) y discusión de similitudes y diferencias.

Evaluación

- Ensayo crítico corto (enfoque en cultura e identidad y uso de conceptos de interculturalidad) — 25%.
- Participación y aportes en debates y actividades de clase — 20%.
- Análisis de caso y presentación de mapa conceptual — 25%.
- Cuaderno de reflexión con ejemplos y referencias citadas — 30%.
- Rúbrica de objetivos: identificar elementos culturales, aplicar conceptos interculturales y analizar impactos identitarios.

Unidad 2: Unidad 2: Cultura, poder y representación en los medios de comunicación latinoamericanos

Objetivos de Aprendizaje

- Identificar marcos de poder y su influencia en la construcción de mensajes mediáticos.
- Analizar representaciones de género, clase, raza y pueblos indígenas en medios regionales.
- Detectar sesgos, estereotipos y mecanismos de normalización en campañas y contenidos mediáticos.

Contenidos Temáticos

1. Tema 1: Poder, cultura y medios — relación entre estructuras de poder social y la producción de mediación cultural.
2. Tema 2: Representación en la industria mediática latinoamericana — prensa, televisión, cine y redes sociales.
3. Tema 3: Sesgos y estereotipos — género, raza, clase y pueblos originarios; impactos en la audiencia.
4. Tema 4: Análisis de campañas y productos mediáticos — diagnóstico de estrategias de construcción identitaria.

Actividades

- **Actividad 1: Análisis crítico de un programa de televisión o anuncio** — identificar sesgos, marcos de poder y representaciones, con reporte estructurado y ejemplos.
- **Actividad 2: Mapa de actores y mensajes** — diagramar quién controla la narrativa, qué voces están ausentes y qué impactos identitarios generan.
- **Actividad 3: Debate sobre ética de la representación** — discutir límites éticos y responsabilidades de los medios en contextos culturales diversos.

- **Actividad 4: Taller de lectura de medios** — comparación de coberturas entre diferentes países latinoamericanos sobre un mismo tema cultural.

Evaluación

- Ensayo analítico (caso de estudio de representación mediática) — 30%.
- Informe de análisis de medios (con evidencia y referencias) — 25%.
- Participación en debates y presentaciones grupales — 15%.
- Portafolio de ejercicios y reflexiones críticas — 30%.

Unidad 3: Unidad 3: Comparación de rasgos culturales y prácticas comunicativas en al menos tres países latinoamericanos

Objetivos de Aprendizaje

- Identificar rasgos culturales relevantes en tres países seleccionados.
- Comparar prácticas comunicativas (lenguaje, medios, rituales, ceremonialidad) entre esos países.
- Proponer conclusiones sobre la identidad regional a partir de las comparaciones.

Contenidos Temáticos

1. Tema 1: Selección de países para la comparación — criterios y justificación.
2. Tema 2: Rasgos culturales clave — tradiciones, valores, simbolismos compartidos y únicos.
3. Tema 3: Prácticas comunicativas — retórica, lenguaje, medios y festividades relevantes.
4. Tema 4: Síntesis y balance de la identidad regional frente a particularidades nacionales.

Actividades

- **Actividad 1: Revisión bibliográfica guiada** — identificar y sintetizar fuentes primarias y secundarias sobre los tres países.
- **Actividad 2: Tabla comparativa** — construir una matriz de rasgos culturales y prácticas de comunicación.
- **Actividad 3: Presentación de resultados** — exposición en grupo con ejemplos de símbolos, rituales y medios.
- **Actividad 4: Discusión crítica** — debatir qué rasgos fortalecen o desafían la noción de identidad regional.

Evaluación

- Trabajo comparativo escrito (con bibliografía) — 40%.
- Presentación oral y defensa de resultados — 20%.
- Actividad de escritura reflexiva sobre identidad regional — 20%.
- Participación y aportes en clase — 20%.

Unidad 4: Unidad 4: Globalización y sus impactos en identidades regionales y la diversidad cultural de América Latina

Objetivos de Aprendizaje

- Identificar mecanismos por los que la globalización impacta identidades y expresiones culturales.
- Analizar ejemplos contemporáneos de transformación cultural en la región (música, cine, moda, redes).
- Debatir desafíos y oportunidades de la diversidad cultural ante flujos globales.

Contenidos Temáticos

1. Tema 1: Conceptos de globalización y cultura global-local — flujos culturales, identidad y agencia local.
2. Tema 2: Medios y tecnología en la globalización — plataformas, consumo y circulación de identidades.
3. Tema 3: Casos contemporáneos — música, cine, moda y turismo que muestran identidades en transformación.
4. Tema 4: Desafíos de diversidad e inclusión ante la homogeneización cultural.

Actividades

- **Actividad 1: Análisis de campaña mediática transnacional** — identificar estrategias de construcción de identidad y globalization context.
- **Actividad 2: Estudio de caso de un producto cultural** — evaluar cómo la globalización influye en su identidad de marca y en su recepción local.
- **Actividad 3: Debate sobre diversidad y modernidad** — discutir ventajas y riesgos de la homogeneización frente a la diversidad regional.
- **Actividad 4: Mapa de flujos culturales** — dibujar rutas de influencia entre América Latina y otros continentes.

Evaluación

- Ensayo crítico sobre un caso de globalización cultural latinoamericana — 30%.
- Análisis de producto cultural y su identidad de marca en un contexto regional — 25%.
- Participación en debates y presentaciones de casos — 15%.
- Portafolio de lectura y síntesis de ideas clave — 30%.

Unidad 5: Unidad 5: Aplicación de conceptos de identidad cultural para interpretar campañas mediáticas y productos culturales latinoamericanos

Objetivos de Aprendizaje

- Describir cómo se construyen identidades en campañas y productos culturales.
- Analizar técnicas de persuasión, representación y simbolismo utilizados en campañas regionales.
- Proponer enfoques críticos para evaluar la ética y la diversidad en representaciones culturales.

Contenidos Temáticos

1. Tema 1: Identidad en campañas publicitarias y de marketing — símbolos, colores, narrativas y valores promovidos.
2. Tema 2: Construcción de identidad en música, cine y televisión latinoamericanos — branding cultural y recepción.
3. Tema 3: Métodos de interpretación semiótica y pragmática de mensajes culturales.
4. Tema 4: Ética de la representación y diversidad en productos culturales.

Actividades

- **Actividad 1: Desmontaje de una campaña mediática** — descomponer elementos de identidad y analizar su efecto en audiencias diversas.
- **Actividad 2: Análisis de producto cultural** — estudiar cómo un contenido (serie, película, música) comunica identidad regional.
- **Actividad 3: Taller de interpretación de símbolos** — identificar símbolos y su función identitaria en mensajes culturales.
- **Actividad 4: Propuesta de mejora ética** — proponer ajustes para una campaña manteniendo diversidad y representación justa.

Evaluación

- Informe analítico de campaña y producto cultural — 40%.
- Actividad de interpretación semiótica con ejemplos — 25%.
- Presentación de hallazgos y recomendaciones éticas — 15%.
- Participación y aportes en clase — 20%.

Unidad 6: Unidad 6: Proyecto de escritura crítica: ensayo o informe sobre expresión de identidad en la comunicación popular

Objetivos de Aprendizaje

- Definir una pregunta de investigación clara sobre identidad y comunicación popular.
- Revisar y citar fuentes primarias y secundarias pertinentes.
- Desarrollar un argumento coherente apoyado en evidencia y referencias académicas.

Contenidos Temáticos

1. Tema 1: Métodos de investigación para identidad y cultura popular — enfoques cualitativos y cuantitativos simples.
2. Tema 2: Recopilación de fuentes y criterios de citación
3. Tema 3: Estructura de ensayo o informe breve — introducción, desarrollo, conclusiones y referencias.
4. Tema 4: Ejemplos de comunicación popular en América Latina — analiza cómo expresan identidad y diversidad.

Actividades

- **Actividad 1: Planteamiento de la pregunta de investigación** — definición de objetivo, alcance y relevancia del tema.
- **Actividad 2: Búsqueda y citación de fuentes** — recopilación de fuentes primarias y secundarias y elaboración de bibliografía.
- **Actividad 3: Redacción de un borrador de ensayo** — estructura, argumentos y uso de evidencias.
- **Actividad 4: Revisión por pares** — intercambio de borradores y retroalimentación.

Evaluación

- Ensayo o informe final (claridad de pregunta, marco teórico, uso de fuentes, argumentación) — 60%.
- Calidad de las referencias y correcto formato de citación — 20%.
- Participación y aportes en actividades de revisión y discusión — 20%.

Unidad 7: Selección, análisis y citación de fuentes sobre cultura e identidad en América Latina

Objetivos de Aprendizaje

- Identificar tipos de fuentes (archivos, entrevistas, artículos, informes) relevantes para el tema.
- Evaluar la credibilidad, sesgos y pertinencia de cada fuente para el argumento.
- Desarrollar habilidades de citación y construcción de bibliografía conforme a normas académicas.

Contenidos Temáticos

1. Tema 1: Fuentes primarias — archivos, entrevistas, discursos y/o testimonios culturales.
2. Tema 2: Fuentes secundarias — libros, artículos académicos, informes institucionales y análisis críticos.
3. Tema 3: Métodos de evaluación de relevancia y calidad de fuentes.
4. Tema 4: Prácticas de citación y construcción de bibliografía para trabajos de comunicación.

Actividades

- **Actividad 1: Taller de identificación de fuentes** — selección de al menos cinco fuentes primarias y secundarias relevantes para un tema de identidad latina.
- **Actividad 2: Análisis crítico de fuentes** — evaluación de sesgos, contexto histórico y fiabilidad.
- **Actividad 3: Práctica de citación** — aplicar normas de citación (APA o MLA) y crear una bibliografía anotada.
- **Actividad 4: Informe de relevancia** — justificar la selección de fuentes para apoyar un argumento de comunicación.

Evaluación

- Informe de revisión de fuentes con evaluación de calidad y sesgos — 40%.
- Bibliografía anotada y citación correcta — 30%.
- Actividad de análisis de fuentes y discusión en clase — 20%.
- Participación y aportes al debate sobre credibilidad de la evidencia — 10%.

Unidad 8: Unidad 8: Propuesta de proyecto de comunicación para promover una representación ética, inclusiva y diversa de identidades latinoamericanas

Objetivos de Aprendizaje

- Definir objetivos claros, públicos y mensajes que favorezcan diversidad e inclusión.
- Incorporar prácticas colaborativas con comunidades y actores relevantes para co-diseño de contenidos.
- Proponer indicadores de evaluación y un plan de implementación realista y sostenible.

Contenidos Temáticos

1. Tema 1: Diseño de proyectos de comunicación inclusivos — principios, ética y gobernanza.
2. Tema 2: Participación comunitaria y co-diseño — mecanismos de consulta y colaboración.
3. Temas 3: Plan de acción y recursos — cronograma, presupuesto y equipos.
4. Temas 4: Evaluación y sostenibilidad — indicadores, monitoreo y mejora continua.

Actividades

- **Actividad 1: Definición del objetivo y público** — diseñar una propuesta con metas SMART y perfil de audiencias.
- **Actividad 2: Taller de co-diseño con comunidades** — ejercicios de participación, consulta y co-creación de mensajes y representación.
- **Actividad 3: Plan de implementación** — cronograma, roles, presupuesto y recursos necesarios.
- **Actividad 4: Estrategia de evaluación** — definir indicadores y métodos de monitoreo y retroalimentación.

Evaluación

- Propuesta de proyecto de comunicación completa (objetivos, público, mensajes, co-diseño, implementación y evaluación) — 60%.
- Presentación oral de la propuesta y defensa ante un panel — 20%.
- Guía de evaluación, ética y diversidad incorporadas en el plan — 10%.
- Ejercicios de revisión entre pares y retroalimentación — 10%.