

FACULTAD/ESCUELA DE CIENCIAS HUMANAS
DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN EN ENTORNOS DIGITALES

Información de la asignatura

Nombre de la asignatura	Teoría de la comunicación III
Código de la asignatura	35008 - COM
Periodo Académico	202320
Nrc	11740
Grupo	001
Programas/Semestres	COM 05
Intensidad horaria	3
Intensidad Semanal	3
Créditos	2
Docente(s)	Sofia Carvajal Rios

Introducción o presentación general del curso

Hoy, la definición de los públicos y las audiencias es una labor más compleja que antes. La fragmentación de la atención, la abundancia de recursos y fuentes de información, la disponibilidad de mensajes y de performatividades diversas, crea un entorno comunicativo atiborrado, que a la vez produce en muchos una sensación aguda de aislamiento. En este contexto la opinión pública se mueve dentro de límites cada vez menos definidos. La información va y viene sin la necesidad de los filtros que otrora estuvieron en voz y manos de los medios masivos. Las redes sociales y las plataformas multimediales permiten que espontáneos opinadores participen de la construcción de las agendas informativas; a su vez la televisión, la radio y la prensa siguen existiendo e interactuando e instalándose en aquello de lo público.

El curso propone una exploración del concepto de opinión pública en relación con los estudios en comunicación a partir de tres momentos: un recorrido por las principales perspectivas en estudios de comunicación (en conexión con los procesos abordados en los cursos de Teoría I y II), un acercamiento al concepto de opinión pública, su relación con el poder y los medios de comunicación; finalmente, un abordaje de la idea de audiencias y su relación con distintos ejercicios ciudadanos.

Formación en competencias

El curso de Teoría de la comunicación III se propone fortalecer las competencias “Creatividad narrativa, tecnológica y relacional” y “Comunicación estratégica” del Programa de Comunicación con enfoque digital.

Objetivo general de aprendizaje

Al final del curso el/la estudiante estará en capacidad de comprender en los conceptos de opinión pública y audiencia, aspectos nodales de los estudios en comunicación, en perspectiva teórica, histórica, social y desde las discusiones que suponen en el mundo actual.

Objetivos terminales - Resultados de aprendizajes

Resultado de aprendizaje del curso o asignatura	Competencia en formación	Resultado de aprendizaje de la competencia de egreso al que se contribuye
Identificar los principales planteamientos y perspectivas de estudio de las corrientes más relevante	Creatividad narrativa, tecnológica y relacional	N/A
Explicar la relación de la opinión pública con el mundo de la comunicación y sus implicaciones sociales	Comunicación estratégica	N/A
Interpretar las variaciones en el concepto de audiencia y su relación con el ejercicio de ciudadanía	Comunicación estratégica	N/A
Producir textos expositivos y argumentativos, en formatos escritos y orales, que evidencien sus procesos	Creatividad narrativa, tecnológica y relacional	N/A

Unidades de aprendizaje

Unidad de aprendizaje #1 Cuatro perspectivas sobre los estudios en comunicación

Al finalizar esta unidad, el/la estudiante estará en capacidad de identificar cuatro líneas de trabajo en los estudios de la comunicación: funcionalismo, estructuralismo, teoría crítica y estudios culturales, reconstruyendo las principales trayectorias y postulados desarrollados, como contexto general de la comprensión de la comunicación como campo de estudio. Esta unidad funciona en conexión directa con los cursos de Teoría I y II, por lo que busca dar un panorama amplio y de encuentro con los saberes gestionados en los cursos anteriores y en relación con Teoría III.

Unidad de aprendizaje # 2 La opinión pública, el poder y los medios

El/la estudiante estará en capacidad de reconocer el concepto de opinión pública y su devenir histórico, su relación con los ejercicios de poder y los medios de comunicación. Agenda, tema y silencio son los tópicos que guiarán la reflexión desde la comunicación.

Unidad de aprendizaje # 3: La invención de las audiencias: públicos/usuarios-as/ciudadanía

El/la estudiante estará en capacidad de establecer reflexiones y análisis sobre el concepto de audiencias y sus diversas conjugaciones desde una perspectiva cultural y crítica, así como en diálogo con el derecho a la comunicación.

Metodologías de aprendizajes

El curso se desarrolla a través de exposiciones orales, conversaciones argumentadas, círculos de preguntas y ejercicios prácticos de análisis de casos. Durante el curso los/las estudiantes deberán transitar por actividades como talleres, creación/experimentación colectiva, elaboración ensayos.

Evaluación de aprendizajes

Código evaluación	Mecanismo o actividad evaluativa	Porcentaje de la nota final	Relación con objetivos terminales - resultado de aprendizaje del curso	Relación con el resultado de aprendizaje de la competencia de egreso
Audiencia	Audiencia	20	Producir textos expositivos y argumentativos, en formatos escritos y orales, que evidencien sus procesos analíticos y reflexivos durante el desarrollo del curso, así como sus habilidades expresivas y de cumplimiento de objetivos de comunicación. Interpretar las variaciones en el concepto de audiencia y su relación con el ejercicio de ciudadanía	N/A
Caso	Caso	25	Producir textos expositivos y argumentativos, en formatos escritos y orales, que evidencien sus procesos analíticos y reflexivos durante el desarrollo del curso, así como sus habilidades expresivas y de cumplimiento de objetivos de comunicación. Explicar la relación de la opinión pública con el mundo de la comunicación y sus implicaciones sociales, históricas y políticas.	N/A

Código evaluación	Mecanismo o actividad evaluativa	Porcentaje de la nota final	Relación con objetivos terminales - resultado de aprendizaje del curso	Relación con el resultado de aprendizaje de la competencia de egreso
Columna	Columna	30	Producir textos expositivos y argumentativos, en formatos escritos y orales, que evidencien sus procesos analíticos y reflexivos durante el desarrollo del curso, así como sus habilidades expresivas y de cumplimiento de objetivos de comunicación. Identificar los principales planteamientos y perspectivas de estudio de las corrientes más relevantes del campo de la comunicación. Interpretar las variaciones en el concepto de audiencia y su relación con el ejercicio de ciudadanía	N/A
Trabajos	Trabajos	25	Producir textos expositivos y argumentativos, en formatos escritos y orales, que evidencien sus procesos analíticos y reflexivos durante el desarrollo del curso, así como sus habilidades expresivas y de cumplimiento de objetivos de comunicación. Identificar los principales planteamientos y perspectivas de estudio de las corrientes más relevantes del campo de la comunicación.	N/A

Recursos de apoyo

Castells, M., (1999), La era de la información: economía, sociedad y cultura, México: Siglo

Veintiuno.

Duzán, M. (2014), Emputados, el libro de los indignados colombianos, Editorial Planeta.

FLIP. (2012) Entre el silencio y el coraje, dos décadas de libertad de prensa en Colombia, editorial Planeta.

García Canclini, N. (1991) "Los estudios culturales de los 80 a los 90", en Punto de vista, núm. 40, Buenos Aires.

Habermas, J., (1981), Historia y crítica de la opinión pública, Barcelona: Gustavo Gili.

Labastida Ortiz, M. (2013). Nuevos horizontes en la formación de opinión pública. Revista Mexicana De Opinión Pública, 0(10). doi:<http://dx.doi.org/10.22201/fcpys.24484911e.2011.10.41790>

Martín-Barbero, J. 1991 "El tejido comunicativo de la democracia", en TELOS, núm. 27, Madrid.

(1993) "La comunicación en las transformaciones del campo cultural", en Alteridades, vol. 3, núm. 5, 1993, pp. 59-68 Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Iztapalapa Distrito Federal, México

Mattelart, A. y Mattelart, M. (1997). Historia de las teorías de la comunicación. Barcelona: Paidós.

McCombs, M. (2004) Estableciendo la agenda, el impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento, Paidós, Barcelona.

Noëlle-Neumann, E., (1995). La espiral del silencio. Opinión pública: nuestra piel social, Barcelona: Paidós.

Ortega y Gasset, J. (1930). La rebelión de las masas. Madrid: Austral.

Price, V. (1994) La opinión pública, esfera pública y comunicación. Paidós, Barcelona.

Rincón, O. (1993) Educando a la comunicación para la democracia, Signo y Pensamiento: Vol. 12 Núm. 23 (1993): Comunicación y educación. Formación-con-formación

(2011) "Mucho ciberactivismo... pocos votos", en Nueva Sociedad No 235, septiembre-octubre de 2011, ISSN: 0251-355

Rodrigo-Alsina, M. (2001), Teorías de la comunicación: Ámbitos, métodos y perspectivas, Universitat Autònoma de Barcelona, Barcelona.

Schuliaquer, I. (2021). Gobiernos y medios en América del Sur. Argentina, Bolivia, Brasil, Ecuador y Uruguay en el siglo XXI. Revista Mexicana de Opinión Pública, 0(30), 41-56.
doi:<http://dx.doi.org/10.22201/fcpys.24484911e.2021.30.75696>