



**INSTITUTO SUPERIOR
TECNOLÓGICO QUITO**
Formamos tu PROPÓSITO DE VIDA

Guía práctico experimental de

LENGUAJE Y COMUNICACIÓN DIGITAL

Autor: Rachel Oreana Proaño Mendieta

Am



ISBN: 978-9942-562-40-1



9 789942 562401

2025

GUÍA PRÁCTICO EXPERIMENTAL DE LENGUAJE Y COMUNICACIÓN DIGITAL

CARRERA: ANIMACIÓN MULTIMEDIA

PERIODO ACADÉMICO: SEPTIEMBRE 2025 – FEBRERO 2026

DOCENTE TUTOR: RACHEL PROAÑO

EDICIÓN: PRIMERA

AÑO: 2025

TRABAJO EN EDICIÓN:



EQUIPO EDITORIAL:

MSc. DAVID PEREIRA SALAZAR

MSc. KEYERMAN TOAPANTA CISNEROS

ISBN: 978-9942-562-40-1



QUITO – ECUADOR





ÍNDICE GENERAL

1	GUÍA PRÁCTICA EXPERIMENTAL DE LENGUAJE Y COMUNICACIÓN DIGITAL.....	3
1.1	Descripción de la asignatura.....	3
1.2	Objetivo de la asignatura.....	3
1.3	Contenidos mínimos.....	4
1.4	Resultados de aprendizaje.....	4
2	UNIDAD 1: Fundamentos del lenguaje digital y evolución de los medios	5
2.1	Práctica experimental 1.....	5
2.2	Práctica experimental 2.....	8
2.3	Práctica experimental 3.....	11
2.4	Práctica experimental 4.....	15
2.5	Práctica experimental 5.....	18
3	UNIDAD 2: Narrativas digitales, transmedia y el nuevo rol del usuario	21
3.1	Práctica experimental 6.....	21
3.2	Práctica experimental 7.....	24
3.3	Práctica experimental 8.....	27
4	Unidad 3: Producción multimedia y planificación de contenidos.....	30
4.1	Práctica experimental 9.....	30
4.2	Práctica experimental 10.....	33
4.3	Práctica experimental 11.....	36



1 GUÍA PRÁCTICA EXPERIMENTAL DE LENGUAJE Y COMUNICACIÓN DIGITAL

1.1 Descripción de la asignatura

Esta asignatura ofrece una introducción crítica y actualizada al lenguaje digital como eje central de las nuevas formas de comunicación contemporánea. A partir del análisis de la evolución de los medios digitales y las narrativas emergentes, el estudiante comprenderá cómo se construyen los mensajes en entornos virtuales, interactivos y transmedia. Se abordarán conceptos clave como narrativa digital, prosumidores, medios sociales, productividad multimedia y teoría crítica, enmarcados en los procesos comunicativos propios de la cultura visual de la cuarta revolución industrial.

La asignatura incorpora herramientas como el copywriting, el diseño de planes de medios, y la aplicación de teorías de la comunicación para la creación de contenido estratégico, ético y persuasivo. Se analizan además fenómenos culturales como el posmodernismo y la transformación del rol del espectador, ahora convertido en creador activo dentro del ecosistema digital.

Lenguaje y Comunicación Digital responde a las demandas actuales del entretenimiento y la cultura visual contemporánea, preparando al estudiante para producir contenidos narrativos eficaces, creativos y técnicamente integrados. En este sentido, la asignatura contribuye directamente al perfil de egreso de la carrera de Animación Multimedia, al fortalecer las competencias comunicativas, narrativas y críticas necesarias para desenvolverse en el cambiante y competitivo mundo de los medios digitales.

1.2 Objetivo de la asignatura

El objetivo de la asignatura Lenguaje y Comunicación Digital es brindar a los estudiantes la capacidad de analizar y comprender los principios y fundamentos del lenguaje en entornos digitales contemporáneos. A través de la exploración crítica de conceptos como narrativa digital, teoría de la comunicación, prosumidor, medios sociales, copywriting y narrativa transmedia, así como de enfoques derivados del posmodernismo y la teoría crítica, se promueve una comprensión profunda de los procesos comunicativos que configuran la cultura visual y audiovisual actual.

Mediante la aplicación de métodos de análisis discursivo, diseño narrativo y planificación de medios digitales, los estudiantes desarrollarán habilidades para crear mensajes pertinentes y eficaces dentro de ecosistemas digitales interactivos. Estas capacidades les permitirán enfrentar de manera creativa y estratégica los desafíos comunicacionales en áreas como la animación multimedia, la producción audiovisual, el marketing digital y los medios de entretenimiento, donde el contenido requiere tanto claridad como sensibilidad estética y cultural.

Este conocimiento les permitirá aplicar herramientas como guiones multimedia, planes de contenido, estructuras narrativas digitales y estrategias de comunicación transmedia de manera efectiva en proyectos reales. De este modo, se fortalece su perfil profesional como creadores de contenido capaces de responder a los cambios tecnológicos y socioculturales, aportando soluciones narrativas innovadoras dentro de la industria creativa y digital contemporánea.

1.3 Contenidos mínimos

- Introducción al lenguaje digital.
- Evolución de los medios digitales.
- Narrativas digitales.
- Productividad de la multimedia.
- Medios sociales.
- Prosumidores.

1.4 Resultados de aprendizaje

Crea contenido e información digital para diferentes usuarios, mediante el uso de herramientas virtuales, permitiendo conocer las características de la redacción en internet y aplicarlos en nuevos soportes de la información tecnológica.

2 UNIDAD 1: Fundamentos del lenguaje digital y evolución de los medios

2.1 Práctica experimental 1

Cargo:	Docente Especialista		
Nombre:	Rachel Proaño		
Asignatura:	Lenguaje y Comunicación Digital		
Carrera:	Animación Multimedia	Nivel:	Primer nivel
Estudiante:			

ACTIVIDAD PRÁCTICO EXPERIMENTAL EN EL ENTORNO ACADÉMICO

El medio es el mensaje

Objetivo

Analizar contenidos digitales contemporáneos aplicando la teoría de “el medio es el mensaje” de Marshall McLuhan, con la finalidad de comprender cómo el soporte digital influye en la construcción, interpretación y recepción del mensaje.

Antecedentes / Escenario

Marshall McLuhan planteó que el medio no es un simple canal de transmisión, sino que condiciona y transforma el significado del mensaje. En el ecosistema digital actual —redes sociales, plataformas de streaming, videojuegos, podcasts y formatos breves— el medio determina la forma, el ritmo, la estética y la manera en que el contenido es percibido.

En la comunicación digital contemporánea, el formato (reel, historia, hilo, short, livestream, etc.) no solo transmite información, sino que moldea el tipo de narrativa, la interacción y la experiencia del usuario. Esta actividad busca trasladar la teoría clásica de McLuhan al análisis de casos actuales.

Recursos necesarios

- Apuntes de clase sobre la teoría de McLuhan.
- Acceso a plataformas digitales (redes sociales, streaming, videojuegos, etc.).
- Computador.

Planteamiento del problema

En muchos casos, los contenidos digitales son analizados únicamente por su temática, ignorando el impacto estructural del medio que los contiene. Sin una comprensión crítica del soporte, se pierde la dimensión profunda del mensaje.

El estudiante deberá investigar ejemplos actuales de contenido digital y analizarlos desde la perspectiva de la teoría “el medio es el mensaje”, identificando cómo el formato condiciona el significado.

Pasos a realizar

- Revisar la teoría de Marshall McLuhan trabajada en clase.
- Seleccionar al menos dos ejemplos de contenidos digitales actuales (red social, plataforma de video, videojuego, streaming, etc.).
- Describir brevemente cada contenido seleccionado.
- Identificar características del medio utilizado (duración, formato, interacción, algoritmos, diseño de interfaz).
- Analizar cómo el medio influye en:
 - La estructura del mensaje.
 - El tipo de narrativa.
 - La recepción del público.
- Comparar los casos seleccionados.
- Elaborar una conclusión crítica fundamentada.
- Entregar el análisis en formato digital.

Desarrollo

El estudiante realizará un análisis crítico de contenidos digitales contemporáneos aplicando el concepto de “el medio es el mensaje”. Deberá identificar cómo el formato y la plataforma condicionan la estructura narrativa, el ritmo, la interacción y la interpretación del mensaje.

Se espera que el análisis trascienda la descripción superficial del contenido y profundice en la relación entre medio y significado. El estudiante deberá evidenciar comprensión teórica y capacidad para vincularla con ejemplos concretos del entorno digital actual.



EL MEDIO ES EL MENSAJE

Esta idea enfatiza cómo los medios de comunicación moldean nuestra percepción y comprensión del mundo

ALDEA GLOBAL

Los medios electrónicos estaban acercando al mundo y creando una sensación de interconexión global.

PENSAMIENTO INTERDISCIPLINARIO

Abordó la comunicación desde una perspectiva interdisciplinaria, incorporando elementos de la lingüística, la sociología, la psicología y la tecnología.

MEDIOS COMO EXTENSIONES DEL HOMBRE

Los medios de comunicación son extensiones de las capacidades humanas, como la imprenta que extiende la capacidad de la escritura.

IMPACTO EN LA CULTURA Y LA PERCEPCIÓN

Enfatizó cómo los medios electrónicos estaban cambiando nuestra forma de procesar información y de relacionarnos con los demás.

PERIODISMO Y MEDIOS

Sus ideas sobre el cambio en el periodismo y la forma en que se presenta la información en los medios han influido en la práctica periodística y en la reflexión sobre el papel de los medios en la sociedad.

Resultados esperados

Al finalizar la actividad, el estudiante habrá demostrado comprensión de la teoría de Marshall McLuhan y su aplicabilidad en el contexto digital contemporáneo. El análisis presentado deberá evidenciar capacidad crítica para identificar cómo el medio condiciona la construcción del mensaje, influyendo en su forma, alcance e interpretación.

Se espera que el trabajo refleje articulación coherente entre teoría y práctica, uso adecuado de conceptos y argumentación fundamentada, consolidando una comprensión profunda del impacto estructural de los medios digitales en la comunicación actual.



2.2 Práctica experimental 2

Cargo:	Docente Especialista		
Nombre:	Rachel Proaño		
Asignatura:	Lenguaje y Comunicación Digital		
Carrera:	Animación Multimedia	Nivel:	Primer Nivel
Estudiante:			

ACTIVIDAD PRÁCTICO EXPERIMENTAL EN EL ENTORNO ACADÉMICO

Cultura Remix

Objetivo

Analizar la cultura remix como estrategia de producción cultural y comunicativa en la era digital, identificando cómo la remezcla transforma significados y redefine la autoría en los entornos digitales.

Antecedentes / Escenario

La evolución de los medios digitales ha transformado los modos de producción y circulación cultural. En la actualidad, los usuarios no solo consumen contenidos, sino que los reinterpretan, remezclan y redistribuyen.

La cultura remix puede comprenderse como una práctica creativa basada en la reutilización y resignificación de contenidos preexistentes. En entornos digitales, esta práctica se manifiesta en:

- Memes
- Mashups musicales
- Fan edits
- Reels y TikToks con audios reutilizados
- Collages digitales
- Publicidad que reutiliza códigos culturales previos

La remezcla no es simplemente copia, sino una forma de producción cultural que evidencia la naturaleza participativa y colaborativa del ecosistema digital contemporáneo.

Recursos necesarios

- Acceso a redes sociales y plataformas digitales.
- Material teórico trabajado en clase sobre evolución de los medios digitales.
- Computador.

Planteamiento del problema

En la era digital, la creación ya no responde exclusivamente a modelos tradicionales de autoría. La remezcla se ha convertido en una estrategia central de producción cultural.

El estudiante deberá investigar un ejemplo actual de cultura remix en redes sociales, música, arte o publicidad, con el fin de analizar cómo la reutilización y resignificación de contenidos construye nuevos significados dentro del ecosistema digital.

Pasos por realizar

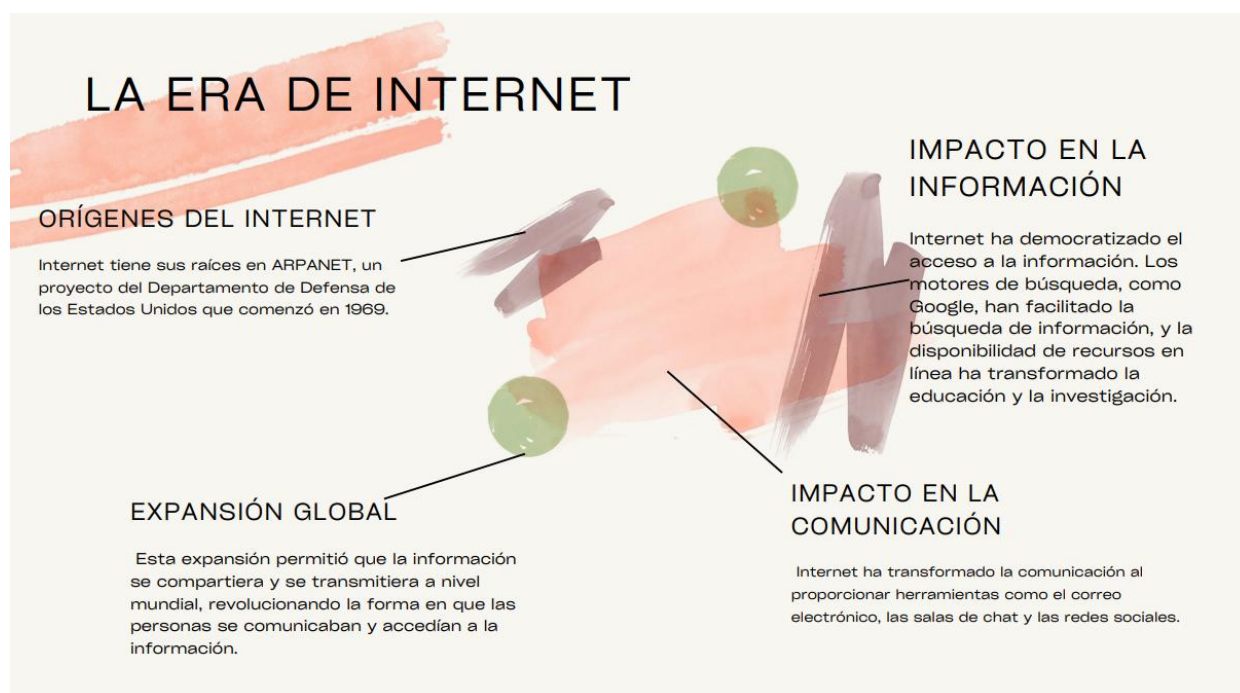
- Revisar el contenido teórico trabajado en clase sobre evolución de los medios digitales.
- Investigar un caso actual de cultura remix en alguno de los siguientes ámbitos:
 - Redes sociales
 - Música
 - Arte digital
 - Publicidad
- Describir el caso seleccionado.
- Identificar el contenido original y el contenido remezclado.
- Analizar:
 - ¿Qué elementos fueron reutilizados?
 - ¿Qué significado tenían originalmente?
 - ¿Qué nuevo significado adquieren en el remix?
 - ¿Cómo influye el entorno digital en su circulación?
- Reflexionar sobre:
 - La autoría en el entorno digital.
 - La participación del público.
 - El papel del algoritmo en la difusión del remix.
- Presentar el análisis en formato digital.

Desarrollo

El estudiante deberá realizar un análisis crítico del caso seleccionado, estableciendo la relación entre evolución tecnológica y transformación cultural.

Se espera que el análisis evidencie comprensión de cómo los medios digitales han facilitado dinámicas de apropiación, reinterpretación y resignificación, convirtiendo la remezcla en una estrategia central de producción simbólica contemporánea.

El trabajo deberá articular teoría y caso práctico, evitando una descripción superficial y profundizando en las implicaciones comunicativas y culturales del remix.



Resultados esperados

Al finalizar la actividad, el estudiante comprenderá la cultura remix como fenómeno estructural de la comunicación digital contemporánea.

Se espera que el análisis demuestre:

- Capacidad de contextualización histórica de los medios digitales.
- Comprensión crítica de la resignificación cultural.
- Reflexión sobre autoría, participación y circulación algorítmica.
- Argumentación coherente y fundamentada.

2.3 Práctica experimental 3

Cargo:	Docente Especialista		
Nombre:	Rachel Proaño		
Asignatura:	Lenguaje y Comunicación Digital		
Carrera:	Animación Multimedia	Nivel:	Primer Nivel
Estudiante:			

ACTIVIDAD PRÁCTICO EXPERIMENTAL EN EL ENTORNO ACADÉMICO

Teorías de Comunicación

Objetivo

Aplicar los modelos de comunicación trabajados en clase para diseñar ejemplos de comunicación digital, diferenciando prácticas comunicativas eficaces e ineficaces, con el fin de fortalecer el criterio crítico del estudiante.

Antecedentes / Escenario

Las teorías de la comunicación permiten comprender cómo se estructura el proceso comunicativo y qué elementos intervienen en la construcción y recepción del mensaje. Modelos como el propuesto por Claude Shannon y Warren Weaver, el enfoque funcional de Roman Jakobson o el esquema analítico de Harold Lasswell ofrecen herramientas para identificar emisor, mensaje, canal, receptor, código, contexto y retroalimentación.

En el ecosistema digital actual, estos elementos se complejizan debido a la inmediatez, la multiplicidad de canales y la interacción constante. Las plataformas digitales introducen variables como la segmentación algorítmica, la sobrecarga informativa y la participación activa del usuario, lo que puede potenciar o debilitar el proceso comunicativo.

Comprender estos modelos no solo implica conocer su estructura teórica, sino también reconocer su aplicabilidad práctica en la producción de contenidos digitales, donde las decisiones comunicativas influyen directamente en la efectividad del mensaje.

Recursos necesarios

- Apuntes de clase sobre teorías y modelos de comunicación.
- Computador.
- Acceso referencial a plataformas digitales.

Planteamiento del problema

En la comunicación digital contemporánea, muchas piezas fracasan no por falta de contenido, sino por fallas estructurales en el proceso comunicativo. La ausencia de claridad en el mensaje, el uso inadecuado del canal o la incorrecta identificación del receptor pueden generar ruido y distorsión.

La falta de análisis crítico frente a estos errores impide que los estudiantes desarrollen criterio para evaluar prácticas comunicativas. Sin una aplicación concreta de los modelos teóricos, la comprensión permanece en un nivel abstracto.

Ante este escenario, el estudiante deberá diseñar dos ejemplos de comunicación digital: uno que responda adecuadamente a los modelos estudiados y otro que evidencie errores estructurales, con el fin de contrastar buenas y malas prácticas comunicativas desde una perspectiva fundamentada.

Pasos por realizar

- Revisar los modelos de comunicación estudiados en clase.
- Elegir un contexto digital (red social, campaña publicitaria, publicación institucional, reel educativo, etc.).
- Diseñar un ejemplo de comunicación digital que:
 - Identifique claramente emisor, mensaje, canal, receptor y retroalimentación.
 - Utilice adecuadamente el código.
 - Considere el contexto.
 - Minimice el ruido.
- Diseñar un segundo ejemplo donde:
 - Exista ambigüedad en el mensaje.
 - No haya segmentación adecuada.
 - Se produzca ruido comunicativo.
 - El canal no sea pertinente.
- Explicar en un breve análisis comparativo:
 - Qué modelo teórico se aplica.
 - Qué elementos funcionan o fallan.
 - Qué efecto genera en el receptor.
- Presentar ambos ejemplos y su análisis en formato digital.

Desarrollo

El estudiante deberá construir dos propuestas comunicativas claramente diferenciadas. En el primer caso, se evidenciará coherencia entre emisor, mensaje, canal, receptor y retroalimentación, así como un uso adecuado del código y consideración del contexto. Este ejemplo deberá justificar explícitamente qué modelo teórico sustenta su estructura.

En el segundo caso, el estudiante incorporará fallas intencionales tales como ambigüedad en el mensaje, selección inadecuada del canal, ausencia de segmentación o presencia de ruido comunicativo. Estas fallas deberán ser identificadas y explicadas en el análisis posterior.

El trabajo no se limitará a la creación de ejemplos, sino que incluirá una reflexión crítica comparativa que demuestre comprensión conceptual y capacidad de aplicación práctica de las teorías de la comunicación en entornos digitales.

TEORÍA DE LA PERSUASIÓN

Las personas toman decisiones influenciadas por ciertos principios psicológicos.



Principio	Cómo se aplica digitalmente
Reciprocidad	Das valor antes de vender (ej: tips, mini cursos).
Compromiso y coherencia	Mismo tono, contenido y estilo en cada publicación.
Prueba social	Muestras comentarios, likes, reposts.
Autoridad	Te posicionas como referente (ej: "Soy mentora de ventas").
Simpatía	Humanizas tu marca: hablas como una persona, no como una empresa.
Escasez	"Últimos cupos", "sólo por 24h", "promoción hasta el viernes".

Resultados esperados

Al finalizar la actividad, el estudiante habrá demostrado comprensión aplicada de los modelos de comunicación trabajados en clase. Se espera que pueda identificar con claridad los elementos estructurales del proceso comunicativo y evaluar su funcionamiento en contextos digitales.

Asimismo, el análisis comparativo deberá evidenciar pensamiento crítico, argumentación fundamentada y capacidad para reconocer buenas y malas prácticas comunicativas. El estudiante deberá mostrar dominio conceptual y coherencia en la relación entre teoría y práctica.

Finalmente, la actividad fortalecerá su criterio profesional para diseñar mensajes digitales efectivos, comprendiendo que la calidad comunicativa depende tanto del contenido como de la correcta estructuración del proceso comunicativo.



2.4 Práctica experimental 4

Cargo:	Docente Especialista		
Nombre:	Rachel Proaño		
Asignatura:	Lenguaje y Comunicación Digital		
Carrera:	Animación Multimedia	Nivel:	Primer Nivel
Estudiante:			

ACTIVIDAD PRÁCTICO EXPERIMENTAL EN EL ENTORNO ACADÉMICO

El Posmodernismo

Objetivo

Identificar y analizar manifestaciones de la posmodernidad en productos culturales contemporáneos; música, cine, videos o literatura, con el fin de reconocer rasgos posmodernos como fragmentación, intertextualidad, mezcla de géneros e hibridación estética.

Antecedentes / Escenario

El posmodernismo surge como una respuesta crítica a los grandes relatos de la modernidad, cuestionando las nociones de verdad absoluta, progreso lineal y unidad estructural. Autores como Jean-François Lyotard, Jean Baudrillard y Fredric Jameson analizaron la transformación cultural que caracteriza a la posmodernidad, marcada por la fragmentación, el simulacro y la hibridación de estilos.

En la cultura digital contemporánea, estos rasgos se manifiestan de manera evidente. La mezcla de referencias, la reutilización de estéticas pasadas, la ironía, el collage audiovisual y la ruptura de estructuras narrativas tradicionales son prácticas frecuentes en productos culturales actuales.

El entorno digital, además, potencia la circulación acelerada de referencias culturales, favoreciendo dinámicas de intertextualidad constante y borrando las fronteras entre géneros, formatos y disciplinas artísticas.

Recursos necesarios

- Apuntes de clase sobre posmodernismo.
- Acceso a plataformas digitales (música, cine, redes sociales, literatura digital).
- Computador.

Planteamiento del problema

En muchas ocasiones, los productos culturales contemporáneos son consumidos sin una lectura crítica que permita identificar sus características estéticas y discursivas. La ausencia de análisis impide reconocer cómo la posmodernidad configura las narrativas actuales.

Sin una comprensión teórica del posmodernismo, los estudiantes pueden percibir la fragmentación o la mezcla de géneros como simples recursos estilísticos, sin identificar su trasfondo cultural e ideológico.

Ante este escenario, el estudiante deberá investigar y seleccionar ejemplos actuales de música, películas, videos o literatura que evidencien rasgos posmodernos, con el fin de analizarlos y discutirlos grupalmente, identificando sus características estructurales y estéticas.

Pasos por realizar

- Revisar el contenido teórico trabajado en clase sobre posmodernismo.
- Seleccionar al menos un producto cultural contemporáneo (música, película, video o texto literario).
- Identificar en el caso elegido rasgos posmodernos como:
 - Fragmentación narrativa
 - Intertextualidad
 - Hibridación de géneros
 - Ironía o parodia
 - Estética del collage
- Preparar un breve análisis argumentado.
- Participar en una discusión grupal donde se contrasten los ejemplos seleccionados.
- Entregar una síntesis escrita de la reflexión.

Desarrollo

El estudiante realizará un análisis crítico del producto cultural seleccionado, estableciendo relaciones entre la teoría posmoderna y las características observadas en la obra. El trabajo deberá ir más allá de la descripción superficial, fundamentando cada rasgo identificado.

En la discusión grupal, se promoverá el contraste de perspectivas para evidenciar cómo la posmodernidad se manifiesta de distintas formas según el medio y el contexto cultural. Se espera que el intercambio permita ampliar la comprensión colectiva del fenómeno.

La síntesis escrita deberá articular teoría y ejemplo, demostrando claridad conceptual y capacidad de análisis estético y cultural.



IMPACTO DEL POSMODERNISMO EN LA SOCIEDAD CONTEMPORÁNEA

- FORMAS DE COMUNICACIÓN
- ARTE
- MÚSICA
- NARRATIVA TRANSMEDIA

+ INFO

IMPACTO

- Fragmentación, ironía e hiperrealidad.
- Diversidad de estilos, pastiche, arte digital.
- Eclecticismo, sampling, géneros híbridos.
- Distintas narrativas desplegadas, participación del público.

Resultados esperados

Al finalizar la actividad, el estudiante será capaz de reconocer rasgos posmodernos en productos culturales contemporáneos y fundamentar su análisis desde una perspectiva teórica. Se espera que demuestre comprensión de conceptos como fragmentación, intertextualidad, simulacro e hibridación.

Asimismo, la actividad fortalecerá su capacidad de lectura crítica frente a la cultura digital y audiovisual actual, comprendiendo que muchas prácticas contemporáneas responden a una lógica cultural posmoderna.

Finalmente, el estudiante desarrollará habilidades argumentativas al participar en la discusión grupal y en la elaboración de su síntesis escrita, consolidando una mirada analítica frente a los fenómenos culturales de su entorno.



2.5 Práctica experimental 5

Cargo:	Docente Especialista		
Nombre:	Rachel Proaño		
Asignatura:	Lenguaje y Comunicación Digital		
Carrera:	Animación Multimedia	Nivel:	Primer Nivel
Estudiante:			

ACTIVIDAD PRÁCTICO EXPERIMENTAL EN EL ENTORNO ACADÉMICO

El Posmodernismo - Exposición

Objetivo

Investigar a un autor vinculado al pensamiento posmoderno en el campo de la comunicación y presentar una exposición académica, con el fin de profundizar en referentes teóricos y fortalecer la capacidad de análisis conceptual.

Antecedentes / Escenario

El posmodernismo no constituye una teoría única, sino un conjunto de reflexiones críticas sobre la cultura, los medios y la producción simbólica contemporánea. En el ámbito de la comunicación, diversos autores han analizado fenómenos como la fragmentación narrativa, el simulacro, la crisis de los grandes relatos y la hiperrealidad.

Pensadores como Jean-François Lyotard, Jean Baudrillard, Fredric Jameson y Gianni Vattimo han aportado marcos conceptuales fundamentales para comprender la transformación cultural en la era de los medios masivos y digitales.

En el contexto actual, caracterizado por redes sociales, simulaciones digitales y producción constante de imágenes, estas reflexiones adquieren especial relevancia para el análisis crítico de la comunicación contemporánea.

Recursos necesarios

- Fuentes bibliográficas académicas (libros, artículos científicos).
- Apuntes de clase sobre posmodernismo.
- Herramientas digitales para presentación (diapositivas u otro formato).

Planteamiento del problema

Con frecuencia, los conceptos asociados al posmodernismo son utilizados de manera superficial o descontextualizada. Sin una revisión directa de los autores, se corre el riesgo de reducir el posmodernismo a una etiqueta estética sin comprender su profundidad teórica.

La falta de estudio de referentes académicos limita la capacidad crítica y la fundamentación argumentativa en el análisis de fenómenos culturales y comunicativos contemporáneos.

Ante esta situación, el estudiante deberá investigar a un autor relacionado con el posmodernismo en la comunicación y preparar una exposición que evidencie comprensión conceptual, contextualización histórica y aplicabilidad al entorno digital actual.

Pasos por realizar

- Seleccionar un autor vinculado al posmodernismo en la comunicación.
- Investigar su contexto histórico y principales obras.
- Identificar sus conceptos centrales.
- Relacionar sus planteamientos con fenómenos comunicativos actuales.
- Elaborar una presentación estructurada.
- Exponer ante el grupo y responder preguntas.

Desarrollo

El estudiante realizará una investigación académica que incluya contexto histórico, principales aportes teóricos y conceptos fundamentales del autor seleccionado. La exposición deberá organizarse de manera clara, evitando la lectura textual de diapositivas y priorizando la explicación argumentada.

Se espera que el estudiante establezca vínculos entre el pensamiento del autor y ejemplos contemporáneos de comunicación digital, demostrando la vigencia de sus planteamientos.

La presentación deberá evidenciar manejo conceptual, claridad expositiva y capacidad de síntesis, así como uso adecuado de fuentes académicas.



Resultados esperados

Al finalizar la actividad, el estudiante habrá profundizado en un referente teórico del posmodernismo, comprendiendo sus principales aportes al análisis de la comunicación contemporánea.

Se espera que demuestre capacidad de contextualización histórica, dominio conceptual y habilidad para relacionar teoría y práctica. La exposición deberá reflejar pensamiento crítico, coherencia argumentativa y rigor académico.

Finalmente, la actividad fortalecerá competencias de investigación y comunicación oral, consolidando una base teórica sólida para el análisis de fenómenos culturales y digitales actuales.



3 UNIDAD 2: Narrativas digitales, transmedia y el nuevo rol del usuario

3.1 Práctica experimental 6

Cargo:	Docente Especialista		
Nombre:	Rachel Proaño		
Asignatura:	Lenguaje y Comunicación Digital		
Carrera:	Animación Multimedia	Nivel:	Primer nivel
Estudiante:			

ACTIVIDAD PRÁCTICO EXPERIMENTAL EN EL ENTORNO ACADÉMICO

Narrativas Digitales

Objetivo

Aplicar técnicas de storytelling en la creación de un video corto digital, con el fin de construir un discurso persuasivo estructurado y fortalecer habilidades de comunicación efectiva en entornos digitales.

Antecedentes / Escenario

Las narrativas digitales contemporáneas se caracterizan por su brevedad, dinamismo y capacidad de captar la atención en los primeros segundos. Plataformas como TikTok, Instagram y YouTube han transformado la manera en que se estructuran las historias, priorizando el impacto inmediato y la conexión emocional con la audiencia.

El storytelling se ha consolidado como una estrategia central en la comunicación digital. Elementos como el gancho inicial, la estructura narrativa, el conflicto o punto de tensión, el clímax y el cierre persuasivo permiten organizar el discurso de manera estratégica para mantener la atención y generar identificación.

En el contexto actual, saber narrar no solo implica contar una historia, sino diseñarla considerando la audiencia, el formato, el tiempo de duración y el entorno de circulación digital.

Recursos necesarios

- Teléfono móvil o cámara.
- Herramienta básica de edición (opcional).
- Apuntes de clase sobre storytelling y narrativa digital.

Planteamiento del problema

En los entornos digitales, gran parte de los contenidos fracasan por falta de estructura narrativa. La ausencia de un gancho inicial claro, de una progresión dramática o de un cierre contundente limita el impacto del mensaje.

Muchos estudiantes producen contenido sin planificación narrativa, lo que genera mensajes dispersos y poco persuasivos. Sin una aplicación consciente de técnicas de storytelling, la comunicación digital pierde efectividad.

Ante este escenario, el estudiante deberá grabar un video corto en el que se presente personalmente o aborde un tema de interés, aplicando técnicas narrativas trabajadas en clase, con el fin de estructurar un mensaje coherente, atractivo y persuasivo.

Pasos por realizar

- Definir el enfoque del video:
 - Presentación personal (marca personal).
 - Desarrollo de un tema de interés.
- Elaborar una estructura narrativa que incluya:
 - Gancho inicial (primeros segundos).
 - Desarrollo o conflicto.
 - Punto de mayor intensidad o clímax.
 - Cierre claro y memorable.
- Grabar el video (duración sugerida: 60 a 90 segundos).
- Editar de forma básica si se considera necesario.
- Entregar el video en formato digital.

Desarrollo

El estudiante diseñará previamente la estructura narrativa de su video, organizando las ideas de manera estratégica antes de la grabación. Se espera que el guion, aunque breve, evidencie planificación y claridad en la progresión del discurso.

Durante la producción, deberá considerar elementos como tono, ritmo, encuadre, lenguaje verbal y no verbal, así como adecuación al formato digital elegido. La intención comunicativa debe estar claramente definida.

El resultado final deberá demostrar aplicación consciente de técnicas de storytelling y coherencia entre mensaje, estructura y audiencia.



¿Qué es el storytelling en digital?

Es el arte de contar historias que emocionan, conectan y persuaden. En redes sociales, las historias breves, auténticas y bien estructuradas capturan la atención y generan confianza.

Estructura básica:

- Gancho (captura la atención)
- Conflicto o problema (algo con lo que el público se identifica)
- Solución o aprendizaje (qué pasó, cómo se resolvió)
- Llamado a la acción (¿qué hago ahora como seguidor?)

Resultados esperados

Al finalizar la actividad, el estudiante habrá aplicado técnicas narrativas en un formato audiovisual breve, demostrando comprensión de la estructura del storytelling en entornos digitales.

Se espera que el video evidencie claridad estructural, presencia de un gancho inicial efectivo, desarrollo coherente y cierre persuasivo. Asimismo, deberá reflejar intención comunicativa definida y adecuación al formato digital.

La actividad fortalecerá la capacidad de planificación narrativa, expresión oral y construcción de identidad digital, consolidando competencias clave en la comunicación contemporánea.



3.2 Práctica experimental 7

Cargo:	Docente Especialista		
Nombre:	Rachel Proaño		
Asignatura:	Lenguaje y Comunicación Digital		
Carrera:	Animación Multimedia	Nivel:	Primer nivel
Estudiante:			

ACTIVIDAD PRÁCTICO EXPERIMENTAL EN EL ENTORNO ACADÉMICO

Copywriting Efectivo

Objetivo

Aplicar técnicas de copywriting en la redacción de un texto breve digital, con el fin de desarrollar habilidades de escritura persuasiva y adecuación estratégica del mensaje al medio.

Antecedentes / Escenario

En el ecosistema digital contemporáneo, la atención del usuario es limitada y altamente competitiva. Las marcas, creadores de contenido y profesionales independientes requieren mensajes breves, claros y estratégicamente estructurados para captar interés y generar acción.

El copywriting se consolida como una técnica de escritura persuasiva orientada a objetivos específicos, como generar interacción, ventas, posicionamiento o construcción de marca. Elementos como el gancho inicial, la claridad del beneficio y el llamado a la acción permiten organizar el mensaje de forma efectiva dentro de plataformas como Instagram, Facebook o TikTok.

En este contexto, la adecuación del mensaje al formato, audiencia y entorno digital se convierte en un factor determinante para su efectividad comunicativa.

Recursos necesarios

- Apuntes de clase sobre copywriting y comunicación persuasiva.
- Computador.
- Acceso referencial a plataformas digitales.

Planteamiento del problema

Muchos textos digitales fracasan por exceso de información, falta de claridad o ausencia de intención persuasiva. La escritura improvisada o desestructurada limita el impacto del mensaje y reduce su capacidad de generar acción.

Sin una comprensión de las técnicas de copywriting, los estudiantes pueden producir textos descriptivos, pero poco estratégicos, que no logran conectar con la audiencia ni cumplir objetivos comunicativos concretos.

Ante este escenario, el estudiante deberá redactar un texto breve; post, anuncio o pie de video, aplicando técnicas de copywriting trabajadas en clase, asegurando la presencia de un gancho inicial, claridad en el mensaje y un llamado a la acción coherente.

Pasos por realizar

- Definir el objetivo del mensaje (informar, vender, posicionar, invitar, etc.).
- Identificar la audiencia a la que se dirige el texto.
- Redactar un gancho inicial que capte la atención.
- Desarrollar el mensaje de manera clara y concisa.
- Incluir un llamado a la acción explícito.
- Adaptar el texto al formato digital elegido.
- Entregar el ejercicio en formato digital.

Desarrollo

El estudiante deberá planificar su texto antes de redactarlo, considerando objetivo, audiencia y plataforma. Se espera que el mensaje esté estructurado estratégicamente y que cada parte cumpla una función específica dentro del proceso persuasivo.

El gancho inicial deberá captar la atención en las primeras líneas, evitando ambigüedades o introducciones innecesarias. El cuerpo del texto deberá comunicar el beneficio o propuesta de valor de forma clara y directa.

El llamado a la acción deberá ser coherente con el objetivo planteado y adecuado al contexto digital. Se evaluará la capacidad de síntesis, claridad, coherencia y adecuación al medio seleccionado.



COPYWRITING EFECTIVO EN REDES SOCIALES

El copywriting es el arte de escribir textos que persuaden, que invitan a hacer algo: dar like, comentar, comprar, compartir, guardar, etc. En redes sociales, un buen copy puede hacer la diferencia entre ignorar una publicación o que la persona diga: ¡esto es para mí!

Es más que escribir bonito: se trata de escribir con intención.

Resultados esperados

Al finalizar la actividad, el estudiante habrá experimentado la escritura persuasiva aplicada al entorno digital, comprendiendo la importancia de la estructura estratégica del mensaje.

Se espera que el texto evidencie claridad, coherencia y presencia de elementos fundamentales del copywriting, como el gancho inicial y el llamado a la acción. Asimismo, deberá demostrar adecuación al formato y audiencia definidos.

La actividad fortalecerá la capacidad de síntesis, intención comunicativa y criterio profesional en la producción de contenidos escritos para plataformas digitales.



3.3 Práctica experimental 8

Cargo:	Docente Especialista		
Nombre:	Rachel Proaño		
Asignatura:	Lenguaje y Comunicación Digital		
Carrera:	Animación Multimedia	Nivel:	Primer nivel
Estudiante:			

ACTIVIDAD PRÁCTICO EXPERIMENTAL EN EL ENTORNO ACADÉMICO

El medio nos moldea

Objetivo

Diseñar un piloto de narrativa transmedia para un contenido breve, distribuyendo estratégicamente los elementos de la historia en diferentes plataformas digitales, con el fin de comprender cómo el medio influye en la construcción y expansión del relato.

Antecedentes / Escenario

En la comunicación contemporánea, las historias ya no se desarrollan en un único soporte. La narrativa transmedia propone la expansión de un relato a través de múltiples plataformas, donde cada medio aporta una parte distinta y complementaria del universo narrativo. Este enfoque ha sido ampliamente desarrollado por autores como Henry Jenkins, quien plantea que cada plataforma debe contribuir con un elemento específico que enriquezca la experiencia global.

Desde la perspectiva de Marshall McLuhan, el medio no es neutral, sino que moldea la forma y el significado del mensaje. En el entorno digital, un mismo relato adquiere matices distintos según se presente en video, redes sociales, blog o podcast, debido a las características técnicas y culturales de cada plataforma.

En este contexto, planificar una narrativa transmedia implica comprender las particularidades de cada medio y adaptar estratégicamente el contenido para mantener coherencia y continuidad en el universo narrativo.

Recursos necesarios

- Apuntes de clase sobre narrativa transmedia y teoría del medio.
- Computador.
- Acceso referencial a plataformas digitales.

Planteamiento del problema

En muchas ocasiones, los contenidos digitales se replican de manera idéntica en distintas plataformas sin considerar las características específicas de cada medio. Esta práctica limita el potencial narrativo y reduce la experiencia del usuario.

La falta de planificación estratégica impide comprender cómo cada soporte puede aportar una dimensión diferente al relato. Sin una visión transmedia, el contenido se fragmenta sin coherencia o se repite sin adaptación.

Ante este escenario, el estudiante deberá crear el piloto conceptual de una narrativa transmedia, asignando partes específicas de la historia a diferentes plataformas digitales, demostrando planificación estructural, coherencia narrativa y adecuación al medio.

Pasos por realizar

- Definir la idea central del relato (tema, personaje o conflicto).
- Delimitar el universo narrativo general.
- Seleccionar al menos tres plataformas digitales (video, red social, blog, podcast, etc.).
- Asignar a cada plataforma una parte específica de la historia.
- Justificar por qué cada fragmento se adapta mejor a ese medio.
- Elaborar un esquema estructural del piloto.
- Presentar el proyecto en formato digital.

Desarrollo

El estudiante diseñará un esquema narrativo donde se evidencie la coherencia entre las distintas plataformas seleccionadas. Cada medio deberá aportar información nueva o complementaria, evitando la repetición literal del contenido.

Se espera que el piloto incluya una justificación teórica que explique cómo las características técnicas y comunicativas de cada plataforma influyen en la construcción del mensaje. El trabajo deberá demostrar planificación estratégica y comprensión del concepto “el medio nos moldea”.

La propuesta puede presentarse en formato de documento estructural, mapa conceptual o presentación, siempre que evidencie claridad narrativa y fundamentación argumentativa.



Creación de una micro-narrativa

Cada grupo debe crear una idea para una historia digital breve (máx. 30 segundos), pensada para circular en redes sociales. Puede ser una campaña, micro ficción, video educativo o satírico, pero debe incluir:

- Un mensaje crítico sobre los medios, la tecnología o la cultura digital.
- Al menos un elemento remixado o resignificado (audio, visual, texto, gesto).
- Pensado desde las lógicas del medio elegido (ej. TikTok vs. Instagram vs. meme).

Resultados esperados

Al finalizar la actividad, el estudiante habrá demostrado comprensión de la narrativa transmedia como estrategia de expansión del relato en entornos digitales. Se espera que el piloto evidencie coherencia estructural, planificación estratégica y adaptación adecuada a cada medio seleccionado.

Asimismo, el trabajo deberá reflejar comprensión del principio de que el medio influye en la forma y significado del mensaje, integrando teoría y práctica de manera fundamentada.

La actividad fortalecerá la capacidad de diseño narrativo, pensamiento estratégico y adaptación comunicativa en contextos digitales multiplataforma.



4 Unidad 3: Producción multimedia y planificación de contenidos

4.1 Práctica experimental 9

Cargo:	Docente Especialista		
Nombre:	Rachel Proaño		
Asignatura:	Lenguaje y Comunicación Digital		
Carrera:	Animación Multimedia	Nivel:	Primer nivel
Estudiante:			

ACTIVIDAD PRÁCTICO EXPERIMENTAL EN EL ENTORNO ACADÉMICO

Medios Sociales

Objetivo

Producir un reel o video corto adaptado a redes sociales, aplicando estrategias de narrativa digital y adecuación al formato, con el fin de desarrollar competencias en la creación de contenidos atractivos y coherentes con la audiencia digital.

Antecedentes / Escenario

Los medios sociales han transformado la producción y circulación de contenidos, consolidando formatos breves, dinámicos y altamente visuales. Plataformas como Instagram, TikTok y YouTube priorizan piezas audiovisuales diseñadas para captar atención en los primeros segundos y fomentar la interacción inmediata.

En este entorno, el contenido no solo debe ser creativo, sino estratégicamente adaptado al formato vertical, al ritmo acelerado de consumo y a las dinámicas algorítmicas propias de cada plataforma. La narrativa digital se articula con elementos como el gancho inicial, la edición dinámica, el uso de texto en pantalla y la claridad del mensaje.

Comprender las características estructurales de los medios sociales permite producir piezas coherentes con la audiencia y con el ecosistema digital en el que circulan.

Recursos necesarios

- Teléfono móvil o cámara.
- Herramienta básica de edición.
- Apuntes de clase sobre narrativa digital y medios sociales.

Planteamiento del problema

Muchos contenidos creados para redes sociales carecen de planificación estratégica y no consideran las particularidades del medio. La falta de adaptación al formato, al tiempo de duración o a la audiencia reduce el impacto comunicativo.

Sin una comprensión de las dinámicas propias de los medios sociales, el estudiante puede producir videos técnicamente correctos, pero poco efectivos en términos de atención, retención e interacción.

Ante este escenario, el estudiante deberá crear un reel o video corto sobre un tema de su interés creativo, aplicando estrategias narrativas y adaptando el contenido al formato específico de una red social, con el fin de producir una pieza coherente, atractiva y estratégicamente estructurada.

Pasos por realizar

- Seleccionar una plataforma específica (ej. Instagram, TikTok o YouTube Shorts).
- Definir el tema creativo del video.
- Planificar la estructura narrativa (gancho, desarrollo, cierre).
- Adaptar el formato (duración, encuadre vertical, ritmo de edición).
- Grabar y editar el video.
- Entregar el archivo digital junto con una breve justificación estratégica.

Desarrollo

El estudiante diseñará previamente la estructura de su video, considerando el tipo de audiencia y las dinámicas de la plataforma seleccionada. Se espera que el gancho inicial capte la atención en los primeros segundos y que el desarrollo mantenga coherencia temática y ritmo adecuado.

La pieza deberá evidenciar intención comunicativa clara, uso estratégico del formato y adecuación a las características del medio social elegido. La edición, el lenguaje visual y el tono deberán responder al entorno digital en el que se inscribe.

La entrega incluirá una breve justificación escrita donde se explique la estrategia narrativa aplicada y las decisiones tomadas en función del medio.

IMPACTO EN LA SOCIEDAD

CONECTIVIDAD GLOBAL

La capacidad de compartir información, fotos y videos en tiempo real ha acortado las distancias y ha hecho que el mundo parezca más pequeño. Además, las redes sociales también han facilitado la colaboración en proyectos globales y la difusión de ideas y culturas de manera rápida y efectiva.

ACTIVISMO

- ME TOO
- MARCHAS FEMINISTAS
- MOVIMIENTO ESTUDIANTEL HONG KONG
- PROTESTAS EN LA
- PARO ECUADOR

SALUD MENTAL

- CIBERACOSO
- ADICCIÓN A LAS REDES SOCIALES
- COMPARACIÓN SOCIAL
- AISLAMIENTO SOCIAL
- FALTA DE PRIVACIDAD Y ESTRÉS
- DISMINUCIÓN DE LA CONCENTRACIÓN
- INSOMNIO

Resultados esperados

Al finalizar la actividad, el estudiante habrá producido un contenido audiovisual breve adaptado estratégicamente a un medio social específico. Se espera que el video evidencie planificación narrativa, coherencia estructural y comprensión del formato digital.

Asimismo, el estudiante demostrará capacidad de adaptación al medio, claridad en la intención comunicativa y dominio básico de recursos expresivos audiovisuales.

La actividad fortalecerá competencias de producción, síntesis narrativa y análisis estratégico en el contexto de los medios sociales contemporáneos.

4.2 Práctica experimental 10

Cargo:	Docente Especialista		
Nombre:	Rachel Proaño		
Asignatura:	Lenguaje y Comunicación Digital		
Carrera:	Animación Multimedia	Nivel:	Primer nivel
Estudiante:			

ACTIVIDAD PRÁCTICO EXPERIMENTAL EN EL ENTORNO ACADÉMICO

Video Ensayo – Capítulo de Black Mirror

Objetivo

Elaborar un ensayo visual a partir del capítulo trabajado en clase, aplicando conceptos de posmodernismo, crítica social y producción multimedia, con el fin de reforzar la comprensión teórica mediante un análisis creativo y audiovisual.

Antecedentes / Escenario

La serie Black Mirror, creada por Charlie Brooker, propone una reflexión crítica sobre la tecnología, los medios y la sociedad contemporánea. Sus episodios abordan problemáticas vinculadas con la hiperconectividad, la construcción de identidad digital, el simulacro y la mediatización de la experiencia humana.

Desde una perspectiva posmoderna, la serie evidencia rasgos como la fragmentación narrativa, la hiperrealidad y la crítica a los sistemas de representación mediática, conceptos asociados a autores como Jean Baudrillard y Jean-François Lyotard. Asimismo, permite analizar cómo la producción multimedia influye en la percepción y construcción de la realidad social.

El formato de video ensayo se presenta como una herramienta que combina reflexión académica y lenguaje audiovisual, permitiendo articular teoría y análisis visual de manera creativa y argumentativa.

Recursos necesarios

- Capítulo visto en clase.
- Herramienta de edición audiovisual.
- Imágenes, capturas, diagramas o collages.
- Apuntes de clase sobre posmodernismo y comunicación digital.

Planteamiento del problema

El análisis teórico suele mantenerse en un plano exclusivamente escrito, lo que puede limitar la integración entre reflexión conceptual y lenguaje audiovisual. En una asignatura centrada en comunicación digital, resulta pertinente trasladar el análisis académico a un formato visual coherente con el medio.

Sin una aplicación creativa de los conceptos, la comprensión del posmodernismo y la crítica social puede quedar reducida a definiciones abstractas, sin conexión con la experiencia mediática concreta.

Ante este escenario, el estudiante deberá realizar un video ensayo donde analice el capítulo trabajado en clase, utilizando recursos visuales para representar conceptos teóricos y construir una reflexión crítica fundamentada.

Pasos a realizar

- Revisar el capítulo visto en clase.
- Identificar conceptos clave:
 - Rasgos posmodernos.
 - Crítica social.
 - Elementos de producción multimedia.
- Elaborar una estructura argumentativa para el ensayo.
- Seleccionar imágenes, capturas o recursos visuales pertinentes.
- Editar el video ensayo (duración sugerida: 3 a 5 minutos).
- Entregar el archivo digital.

Desarrollo

El estudiante deberá construir una propuesta argumentativa clara, evitando la mera descripción del capítulo. El video ensayo deberá incluir una introducción conceptual, desarrollo analítico y conclusión reflexiva.

Los recursos visuales seleccionados deberán apoyar la argumentación, representando de manera simbólica o directa los conceptos trabajados. Se valorará la coherencia entre imagen, discurso y estructura narrativa.

El trabajo deberá evidenciar comprensión teórica, capacidad crítica y dominio básico del lenguaje audiovisual como herramienta de análisis.



Resultados esperados

Al finalizar la actividad, el estudiante habrá integrado teoría y producción audiovisual en un formato analítico creativo. Se espera que el video ensayo evidencie comprensión de los conceptos de posmodernismo y crítica social aplicados al capítulo seleccionado.

Asimismo, el trabajo deberá demostrar capacidad argumentativa, coherencia estructural y uso estratégico de recursos visuales como herramientas de representación conceptual.

La actividad consolidará competencias de análisis crítico, producción multimedia y articulación entre teoría y lenguaje audiovisual, fortaleciendo la mirada reflexiva frente a la cultura digital contemporánea.



4.3 Práctica experimental 11

Cargo:	Docente Especialista		
Nombre:	Rachel Proaño		
Asignatura:	Lenguaje y Comunicación Digital		
Carrera:	Animación Multimedia	Nivel:	Primer nivel
Estudiante:			

ACTIVIDAD PRÁCTICO EXPERIMENTAL EN EL ENTORNO ACADÉMICO

Estudios Críticos

Objetivo

Analizar los aportes de la teoría crítica a la comunicación digital contemporánea, mediante investigación grupal y debate argumentado, con el fin de fortalecer la capacidad de interpretación, reflexión y defensa de posturas fundamentadas.

Antecedentes / Escenario

La teoría crítica, desarrollada principalmente por la Escuela de Frankfurt, propone una reflexión sobre los medios, la cultura y las estructuras de poder que atraviesan la producción simbólica. Autores como Theodor Adorno, Max Horkheimer y Herbert Marcuse analizaron fenómenos como la industria cultural, la estandarización de contenidos y la manipulación ideológica a través de los medios masivos.

En el contexto digital actual, estos planteamientos adquieren nuevas dimensiones. Las plataformas digitales, los algoritmos y la economía de la atención transforman la producción y circulación cultural, generando debates sobre control, consumo, identidad y poder simbólico.

Los estudios críticos permiten problematizar la aparente neutralidad tecnológica y analizar cómo los medios digitales influyen en la construcción de subjetividades, discursos y dinámicas sociales contemporáneas.

Recursos necesarios

- Bibliografía asignada sobre teoría crítica.
- Apuntes de clase.
- Acceso a ejemplos actuales de comunicación digital.

Planteamiento del problema

En muchas ocasiones, el consumo de medios digitales se realiza sin cuestionar las estructuras económicas, ideológicas y culturales que los sostienen. La ausencia de análisis crítico limita la comprensión de las dinámicas de poder presentes en la cultura multimedia.

Sin una revisión profunda de los autores de la teoría crítica, los estudiantes pueden interpretar los medios digitales únicamente como herramientas técnicas, ignorando sus implicaciones sociales y políticas.

Ante este escenario, los estudiantes deberán investigar en grupos a los autores designados, seleccionar un tema relevante dentro de la teoría crítica y participar en un debate en clase, defendiendo posturas fundamentadas y conectando los planteamientos teóricos con ejemplos actuales de comunicación digital.

Pasos por realizar

- Formar grupos de trabajo.
- Investigar al autor asignado.
- Seleccionar un concepto o problemática central dentro de su teoría.
- Relacionar ese concepto con ejemplos actuales de cultura digital.
- Preparar argumentos para el debate.
- Participar activamente en la discusión en clase.

Desarrollo

Cada grupo deberá realizar una investigación académica que incluya contexto histórico, principales aportes y conceptos centrales del autor asignado. Posteriormente, seleccionará un eje temático relevante para profundizar en su análisis.

Durante el debate, los estudiantes deberán defender su postura argumentativamente, relacionando la teoría crítica con fenómenos actuales como redes sociales, cultura de influencers, algoritmos, consumo masivo de contenido o producción multimedia.

Se valorará la capacidad de articulación conceptual, claridad argumentativa, uso de ejemplos contemporáneos y respeto en la dinámica de discusión académica.





Enfoque

- Teoría Crítica Racial
- Teoría Crítica Feminista
- Estudios Culturales
- Teoría Queer
- Estudios de la Discapacidad Crítica
- Teoría Crítica Ambiental

Resultados esperados

Al finalizar la actividad, el estudiante habrá fortalecido su comprensión de los estudios críticos y su aplicabilidad en el análisis de la comunicación digital contemporánea. Se espera que demuestre dominio conceptual y capacidad para relacionar teoría y realidad actual.

Asimismo, la participación en el debate permitirá desarrollar habilidades argumentativas, pensamiento reflexivo y postura crítica frente a la cultura multimedia.

La actividad consolidará competencias de análisis, investigación y discusión académica, promoviendo una mirada crítica frente a los procesos comunicativos y tecnológicos contemporáneos.