

Economía Social

Ciencias Sociales y Humanas | Comunicación

Descripción del Curso

Esta unidad propone el análisis crítico de marcos normativos y políticas públicas que afectan a la economía social, y el diseño de estrategias de comunicación para abogacía e incidencia ante distintos públicos, incluyendo tomadores de decisión y ciudadanía.

Dirigido a estudiantes de 17 años en adelante, el curso de Comunicación busca desarrollar capacidades para interpretar el impacto de la normativa y las políticas públicas en el entorno de la economía social, y para convertir ese análisis en acciones de incidencia efectivas y éticas. La Unidad 8 se enmarca dentro de un enfoque integral que combina pensamiento crítico, comunicación estratégica y responsabilidad social, con énfasis en cómo presentar evidencias a públicos variados y cómo adaptar los mensajes a audiencias como gobiernos, comunidades, sector privado y organizaciones no gubernamentales.

Objetivo de la Unidad 8: Evaluar críticamente marcos normativos y políticas públicas que afecten a la economía social y proponer estrategias de comunicación para abogacía e incidencia ante distintos públicos.

Específicos de la unidad:

- Identificar marcos normativos relevantes y su impacto en ESS.
- Desarrollar estrategias de abogacía y comunicación para incidencia ante diferentes públicos (gobiernos, comunidades, sector privado, ONGs).
- Fundamentar propuestas de incidencia con evidencia y ética.

Competencias

- Analizar críticamente marcos normativos y su influencia en la economía social y sus actores.
- Diseñar estrategias de abogacía y comunicación para incidencia ante diversos públicos, con adecuación al contexto y a los objetivos de cada audiencia.
- Evaluar evidencia relevante y sustentar propuestas de incidencia con rigor ético y responsabilidad social.
- Comunicar de manera clara y persuasiva resultados de análisis a tomadores de decisión, ciudadanía y actores sociales.
- Trabajar de forma colaborativa para crear campañas de incidencia, aplicando principios de diversidad, inclusión y transparencia.
- Aplicar conceptos de políticas públicas y ética profesional en situaciones reales de abogacía y defensa de intereses sociales.

Requerimientos

- Lecturas previas en economía social, marcos normativos y políticas públicas, y fundamentos de comunicación estratégica.
- Conocimientos básicos de análisis crítico y búsqueda de evidencias.
- Acceso a internet y herramientas de productividad para investigación, síntesis y presentación de propuestas.
- Participación activa en debates, trabajos en equipo y presentaciones orales de las propuestas de incidencia.
- Compromiso con la ética profesional y la transparencia en la uso de evidencias y fuentes.

Unidades del Curso

Unidad 1: Unidad 1: Principios fundamentales de la Economía Social y su relevancia para la comunicación organizacional

Objetivos de Aprendizaje

- Definir los principios clave de la economía social (participación, democracia interna, fin social, reparto equitativo de beneficios, ética) y justificar su impacto en la comunicación organizacional.
- Describir las estructuras típicas de la economía social (cooperativas de trabajadores, de consumidores, ESS) y sus marcos legales básicos.
- Analizar ejemplos concretos de cooperativas y ESS y explicar su relevancia para la gestión de mensajes y la selección de canales de comunicación.

Contenidos Temáticos

1. **Tema 1:** Principios de la economía social. Descripción breve: democracia interna, participación, fin social y ética como brújula de decisiones y comunicación.
2. **Tema 2:** Estructuras y marcos de la economía social. Descripción breve: cooperativas, ESS, y su marco legal básico; roles de socios y gobernanza.
3. **Tema 3:** Relevancia para la comunicación organizacional. Descripción breve: cómo los principios guían mensajes, transparencia y relaciones con públicos internos y externos.

Actividades

1. **Lectura guiada y debate: Principios de la economía social** (20–30 min). Lectura de textos cortos y debate en plenaria sobre cómo la participación y la democracia afectan la toma de decisiones y la comunicación interna.
2. **Mapa de estructuras de ESS vs. empresa tradicional** (grupo pequeño, 60 min). Identificar actores clave, gobernanza y canales de comunicación típicos.
3. **Análisis de casos y exposición breve** (grupos de 3–4). Presentar un caso de cooperativa/ESS y explicar cómo sus principios se reflejan en su comunicación externa e interna.

Evaluación

Evaluación de los objetivos de aprendizaje para la unidad:

- Rúbrica de comprensión de principios y su relación con la comunicación (40%).
- Informe corto (2–3 páginas) con caso real y análisis de mensajes y canales (40%).
- Participación y aportes en debates y actividades prácticas (20%).

Unidad 2: Unidad 2: Marco teórico y definición de públicos, mensajes y canales en la Economía Social

Objetivos de Aprendizaje

- Explicar marcos teóricos relevantes (segmentación de públicos, storytelling, comunicación institucional) y su aplicación a ESS.
- Analizar casos de ESS para identificar públicos, mensajes clave y canales utilizados.
- Contrastar enfoques teóricos con resultados prácticos en comunicación de ESS y señalar límites y desafíos.

Contenidos Temáticos

1. **Tema 1:** Marcos teóricos para la definición de públicos en ESS. Descripción breve: segmentación, stakeholders, comunidades de interés.
2. **Tema 2:** Mensajes y narrativas de valor en economía social. Descripción breve: mensajes centrales, ética, transparencia y confianza.
3. **Tema 3:** Canales de comunicación para ESS. Descripción breve: canales tradicionales, digitales, redes comunitarias y alianzas estratégicas.

Actividades

1. **Lectura crítica y cuadro de marcos teóricos** (90 minutos). Identificar conceptos clave y discutir su aplicación a ESS.
2. **Análisis de caso: definición de públicos y mensajes** (grupos de 3). Extraer públicos, mensajes y canales, y justificar elecciones.
3. **Diseño de mapa de públicos** (actividad individual). Elaborar perfiles de públicos para una ESS hipotética.

Evaluación

Evaluación de los objetivos de aprendizaje para la unidad:

- Ensayo corto (1,5–2 páginas) que aplique un marco teórico a un caso de ESS (40%).
- Portafolio de casos con análisis de públicos, mensajes y canales (40%).
- Participación en debates y calidad de aportes (20%).

Unidad 3: Unidad 3: Análisis de estrategias de comunicación en una empresa de economía social (caso práctico)

Objetivos de Aprendizaje

- Seleccionar un caso real de ESS y describir su contexto organizativo y comunicativo.
- Identificar mensajes clave, públicos y canales utilizados en la estrategia de comunicación del caso.
- Avalar los resultados y proponer mejoras basadas en criterios de impacto y ética.

Contenidos Temáticos

1. **Tema 1:** Metodología de análisis de casos en ESS. Descripción breve: recopilación de datos, criterios de evaluación y marco de referencia.
2. **Tema 2:** Identificación de mensajes y públicos en un caso real. Descripción breve: desglosar mensajes clave y perfiles de público.
3. **Tema 3:** Canales y resultados de la estrategia. Descripción breve: evaluación de canales, alcance, engagement y impacto.

Actividades

1. **Estudio de caso guiado** (grupo): seleccionar un caso real, identificar mensajes, públicos y canales, y proponer mejoras.
2. **Presentación de hallazgos** (grupos): exponer el caso y justificar recomendaciones con datos.
3. **Debate crítico:** evaluar fortalezas y debilidades de las estrategias de comunicación en ESS.

Evaluación

Evaluación de los objetivos de aprendizaje para la unidad:

- Informe de análisis de caso (40%).
- Presentación oral con defensa de conclusiones (30%).
- Participación y calidad de debates (30%).

Unidad 4: Unidad 4: Diseño de un plan de comunicación para una iniciativa de economía social

Objetivos de Aprendizaje

- Definir objetivos SMART para el plan de comunicación y los indicadores de éxito.
- Identificar públicos clave y diseñar mensajes adaptados a cada segmento.
- Seleccionar canales adecuados y diseñar un cronograma de implementación junto con métricas de seguimiento.

Contenidos Temáticos

1. **Tema 1:** Objetivos y KPIs de un plan de comunicación. Descripción breve: SMART, metas de alcance e impacto social.
2. **Tema 2:** Segmentación y mensajes. Descripción breve: definición de públicos y mensajes cambiantes por segmento.
3. **Tema 3:** Canales y cronograma. Descripción breve: selección de canales y calendario de acciones.
4. **Tema 4:** Métricas y evaluación del plan. Descripción breve: indicadores, recopilación de datos y ajuste continuo.

Actividades

1. **Taller de diseño de plan** (grupo): construir un borrador de plan para una iniciativa ESS y presentar presupuestos de canales.
2. **Mapa de públicos y mensajes** (individual/grupo): definir mensajes para cada público objetivo.
3. **Simulación de implementación** (grupo): crear un cronograma y definir métricas de éxito para cada hito.

Evaluación

Evaluación de los objetivos de aprendizaje para la unidad:

- Plan de comunicación completo (50%).
- Presentación y defensa del plan (20%).
- Documento de respaldo con análisis de riesgos y métricas (30%).

Unidad 5: Unidad 5: Elaborar materiales de comunicación para una organización de economía social

Objetivos de Aprendizaje

- Redactar narrativas institucionales claras, veraces y éticas.
- Diseñar piezas gráficas accesibles y visualmente coherentes con la identidad de la organización.
- Desarrollar guiones para redes sociales que respeten lenguaje claro y principios éticos.

Contenidos Temáticos

1. **Tema 1:** Narrativas institucionales y lenguaje claro. Descripción breve: estructura de mensajes, tono y claridad.
2. **Tema 2:** Diseño de piezas gráficas y accesibilidad. Descripción breve: principios de diseño inclusivo y lectura fácil.
3. **Tema 3:** Guiones para redes y ética en la comunicación. Descripción breve: formatos, ritmo, límites éticos y verificación de información.

Actividades

1. **Reescritura de mensajes** (individual): convertir textos complejos a lenguaje claro y accesible.

2. **Taller de diseño de una pieza gráfica** (grupo): crear una pieza para una campaña ESS respetando pautas de accesibilidad.
3. **Guionización para 60 segundos de vídeo** (grupal): planificar guion, voz en off y ritmo, con revisión ética.

Evaluación

Evaluación de los objetivos de aprendizaje para la unidad:

- Materiales entregados (narrativa, gráfica, guion) con criterios de claridad y accesibilidad (60%).
- Presentación y defensa de la pieza final ante el grupo (20%).
- Retroalimentación entre pares y revisión ética (20%).

Unidad 6: Unidad 6: Indicadores de impacto y evaluación de campañas de economía social

Objetivos de Aprendizaje

- Definir indicadores de alcance, engagement, comprensión del mensaje y cambio de percepción.
- Proponer métodos de evaluación (formativa, sumativa, mixtos) adecuados a ESS.
- Diseñar un marco de seguimiento y reporte para campañas.

Contenidos Temáticos

1. **Tema 1:** Indicadores de impacto comunicacional en ESS. Descripción breve: alcance, interacción, percepción y efecto social.
2. **Tema 2:** Métodos de evaluación de campañas. Descripción breve: enfoques cuantitativos, cualitativos y mixtos.
3. **Tema 3:** Instrumentos de recopilación y análisis de datos. Descripción breve: encuestas, entrevistas, análisis de redes y dashboards.

Actividades

1. **Diseño de cuadro lógico** (individual): definir inputs, outputs, outcomes y impactos de una campaña ESS.
2. **Elaboración de instrumentos de recolección** (grupal): encuestas breves y guiones de entrevistas.
3. **Plan de seguimiento** (grupo): crear un panel de indicadores y un esquema de reporte trimestral.

Evaluación

Evaluación de los objetivos de aprendizaje para la unidad:

- Diseño de un conjunto de indicadores y plan de evaluación (40%).
- Propuesta de instrumentos de recopilación y análisis (40%).
- Presentación de un dashboard de seguimiento (20%).

Unidad 7: Unidad 7: Preparar y presentar una propuesta de proyecto de economía social

Objetivos de Aprendizaje

- Diseñar la estructura de una propuesta de proyecto ESS con secciones clave (problemática, objetivo, estrategia, recursos, impacto).
- Adaptar mensajes para audiencias diversas (financieros, comunitarios, autoridades, ciudadanía).
- Desarrollar habilidades de comunicación oral y escrita persuasiva.

Contenidos Temáticos

1. **Tema 1:** Estructura de una propuesta de proyecto ESS. Descripción breve: secciones, respaldos, cronograma y presupuesto.
2. **Tema 2:** Comunicación para audiencias diversas. Descripción breve: ajustes de tono, formato y evidencias requeridas por cada público.
3. **Tema 3:** Presentación y redacción persuasiva. Descripción breve: técnicas de pitching, claridad y manejo de preguntas.

Actividades

1. **Escritura de borrador de propuesta** (individual/grupal): bosquejo, justificativas y resultados esperados.
2. **Pitch de propuesta ante un comité** (grupo): presentación de 5–7 minutos con Q&A.
3. **Revisión entre pares** (grupo): feedback estructurado y mejora de la propuesta.

Evaluación

Evaluación de los objetivos de aprendizaje para la unidad:

- Propuesta escrita final y su defensa oral (50%).
- Claridad, estructura y persuasión (30%).
- Adaptación de mensajes a audiencias diversas (20%).

Unidad 8: Unidad 8: Evaluación crítica de marcos normativos y políticas públicas y estrategias de abogacía

Objetivos de Aprendizaje

- Identificar marcos normativos relevantes y su impacto en ESS.
- Desarrollar estrategias de abogacía y comunicación para incidencia ante diferentes públicos (gobiernos, comunidades, sector privado, ONGs).
- Fundamentar propuestas de incidencia con evidencia y ética.

Contenidos Temáticos

1. **Tema 1:** Marcos normativos y políticas públicas para ESS. Descripción breve: regulación, financiamiento y apoyos sociales.
2. **Tema 2:** Estrategias de abogacía y comunicación para incidencia. Descripción breve: objetivos, mensajes, coaliciones y calendarios.
3. **Tema 3:** Comunicación para audiencias diversas. Descripción breve: públicos, portavoces, transparencia y evidencia.

Actividades

1. **Análisis crítico de políticas públicas** (individual): identificar efectos positivos y retos para ESS.
2. **Diseño de campaña de incidencia** (grupo): definir mensajes, públicos, canales y cronograma.
3. **Debate y simulación de foro de políticas** (grupo): defender propuestas ante un panel de actores.

Evaluación

Evaluación de los objetivos de aprendizaje para la unidad:

- Informe analítico sobre un marco normativo y su impacto (40%).
- Plan de incidencia y estrategia de comunicación (40%).
- Participación y calidad de debate (20%).