

La importancia de la comunicación en la economía.

Ciencias Sociales y Humanas | Comunicación

Descripción del Curso

Este curso de Comunicación está diseñado para estudiantes a partir de 17 años, sin restricción de edad formal, con el objetivo de desarrollar de forma integrada las habilidades necesarias para comunicarse con claridad, persuasión ética y eficacia en contextos personales, académicos y profesionales. El enfoque se centra en la comprensión de procesos comunicativos, la producción de mensajes escritos y orales de calidad, y la gestión responsable de la información en entornos digitales. El curso se organiza en cinco unidades que permiten construir progresivamente las competencias necesarias. Unidad 1 aborda los fundamentos teóricos de la comunicación: modelos, procesos, contextos y barreras; se familiariza a los estudiantes con las dinámicas de receptor, emisor, mensaje y canal. Unidad 2 se centra en la comunicación oral: estructuración de ideas, expresión oral, escucha activa, lenguaje corporal y técnicas de presentación. Unidad 3 se dedica a la comunicación escrita: coherencia, estructura textual, claridad, estilo, revisión de textos, citación y ética de la información. Unidad 4 explora la comunicación en entornos digitales y mediáticos: alfabetización mediática, diseño de mensajes para audiencias específicas, netiqueta y uso responsable de herramientas digitales. Unidad 5 integra competencia intercultural y persuasión ética: adaptación a contextos culturales, resolución de conflictos, responsabilidad social y prácticas persuasivas responsables. La metodología combina clase magistral breve, talleres prácticos, análisis de casos, debates, proyectos colaborativos y portafolio de evidencias. Se fomenta el aprendizaje activo, la reflexión crítica y la capacidad de aplicar principios de comunicación a situaciones reales, desde presentaciones orales hasta la redacción de documentos profesionales y contenidos para redes. La evaluación es formativa y sumativa, con retroalimentación continua y un proyecto integrador al cierre del curso. En todo momento se promueve la ética, la inclusión y el pensamiento crítico como ejes transversales del aprendizaje.

Competencias

- Comunicar ideas con claridad y precisión, tanto de forma oral como escrita.
- Analizar, interpretar y criticar mensajes en diferentes contextos y medios.
- Diseñar y presentar mensajes adaptados a audiencias diversas, con uso adecuado de recursos visuales y digitales.
- Ejercer la escucha activa, la empatía y el debate respetuoso en equipos y escenarios grupales.
- Aplicar normas éticas y de citación, gestionando la información de forma responsable.
- Desarrollar pensamiento crítico, resolución de problemas y toma de decisiones informadas.
- Trabajar colaborativamente en proyectos, gestionando roles, tiempos y entregables.
- Demostrar alfabetización digital y ciudadanía responsable en entornos virtuales.
- Demostrar competencia intercultural y capacidad de comunicación en contextos multiculturales.

Requerimientos

- Acceso a una computadora o dispositivo con conexión a Internet estable y disponibilidad de herramientas ofimáticas.
- Cuenta institucional y acceso a la plataforma de aprendizaje (LMS) y a herramientas de videoconferencia.
- Materiales básicos: cuaderno, escritura digital o tradicional y un dispositivo de grabación para prácticas de pronunciación.
- Participación activa en clases teóricas y prácticas, con observancia de fechas de entrega y normas de comportamiento en aula y en línea.
- Lecturas y recursos obligatorios, más ejercicios prácticos de cada unidad.
- Trabajo individual y, cuando corresponda, proyectos en equipo con entregas parciales y una entrega final integrada.
- Uso de normas de citación y referencias (p. ej., APA) en trabajos escritos y de presentación.
- Compromiso con la ética, la diversidad y la inclusión en todas las actividades y evaluaciones.

Unidades del Curso

Unidad 1: Diseño Curricular: La importancia de la comunicación en la economía Unidad 1: Actores y canales de la comunicación en la economía

Objetivos de Aprendizaje

- Enumerar los actores clave de la comunicación económica y describir sus roles en mercados y políticas públicas.
- Clasificar los canales de comunicación (medios tradicionales, digitales, informes institucionales, regulación) y analizar sus ventajas y limitaciones.
- Explicar, mediante ejemplos, cómo la comunicación influye en las decisiones de consumidores, empresas y reguladores.

Contenidos Temáticos

1. **Tema 1:** Actores de la comunicación económica. Descripción corta: identifica a consumidores, empresas, reguladores, medios, instituciones internacionales y ONG, y examina sus roles y motivaciones.
2. **Tema 2:** Canales de la comunicación en la economía. Descripción corta: analiza canales como prensa, informes de organismos, redes sociales y señalización de precios, destacando alcance y sesgos.
3. **Tema 3:** Influencia de la comunicación en decisiones. Descripción corta: muestra cómo mensajes y señales informativas afectan expectativas y comportamientos de distintos actores.

Actividades

- **Mapa de actores y canales (Clase activa)** - Descripción: los estudiantes identifican actores y canales en escenarios reales. Puntos clave: roles de cada actor, flujo de información, posibles sesgos. Aprendizajes: capacidad de mapear redes de comunicación y prever impactos en decisiones.

- **Análisis de caso: anuncio regulatorio** - Descripción: analizar un comunicado oficial (p. ej., tasa de interés o regulación ambiental) para identificar actores y canales; evaluar posibles señales y efectos en el comportamiento de los agentes.
- **Debate guiado: rol de los medios** - Descripción: debate sobre el papel de los medios en la difusión de información económica; discutir precisión, velocidad y responsabilidad. Aprendizajes: valorar la importancia de la calidad informativa y la responsabilidad comunicativa.

Evaluación

Se evalúan el grado de identificación y comprensión de actores y canales, así como la capacidad de explicar su influencia. Instrumentos:

- Rúbrica de desempeño para Objetivo General 1 (Actores y canales: identificación correcta, correspondencia entre canal y actor, y explicación de influencia).
- Actividad de clase y su reporte (mapa de actores y análisis de caso).
- Participación y claridad en el debate (criterios de argumentación y uso de evidencias).

Unidad 2: Impacto de la comunicación de precios, información financiera y noticias económicas

Objetivos de Aprendizaje

- Describir cómo las señales de precios influyen en expectativas y decisiones de gasto e inversión.
- Analizar el papel de la información financiera y de las noticias económicas en la toma de decisiones de consumidores e inversores.
- Identificar diferencias entre señales de precios y noticias, así como posibles sesgos y retención de información.

Contenidos Temáticos

1. **Tema 1:** Señales de precios y su interpretación. Descripción corta: cómo cambios de precios comunican información sobre oferta, demanda y costos.
2. **Tema 2:** Información financiera y noticias económicas. Descripción corta: reportes, resultados, comunicados y tendencias que orientan decisiones de inversión y consumo.
3. **Tema 3:** Sesgos y limitaciones de la comunicación económica. Descripción corta: sesgos de disponibilidad, exceso de confianza y ruido informativo.

Actividades

- **Seguimiento de precios y lectura de noticias** - Descripción: seguimiento de un par de indicadores (p. ej., inflación esperada, precio de un bien); análisis de cómo la información cambia expectativas. Puntos clave: interpretación de señales, distinción entre precio y noticia. Aprendizajes: correlación entre señal y decisión de consumo o inversión.

- **Análisis de informe financiero** - Descripción: revisión de un informe trimestral y extracción de datos relevantes para distintos públicos (consumo, inversión). Aprendizajes: qué datos comunicar y a quién.
- **Proyecto corto: simulación de reacción de inversores** - Descripción: en un escenario simulado, los estudiantes deciden comprar/vender activos ante noticias económicas; discuten racionalidad y sesgos. Conclusiones: patrones de comportamiento y límites de la predicción.

Evaluación

Se evalúa la capacidad de interpretar señales de precios, evaluar información financiera y analizar noticias desde distintos stakeholders.

- Rúbrica de Obj. General 2: comprensión de la influencia de precios y noticias en consumidores, inversores y empresas.
- Informe analítico corto (caso práctico): interpretación de una noticia económica y su impacto esperado.
- Presentación de resultados y discusión en clase (claridad y evidencia supporting): enfoque en públicos específicos.

Unidad 3: Unidad 3: Principios de claridad y persuasión para mensajes económicos dirigidos a públicos específicos

Objetivos de Aprendizaje

- Elaborar mensajes económicos claros y simples sin perder rigor técnico.
- Adaptar el lenguaje, el formato y los canales al público objetivo (consumidores, inversores o reguladores).
- Evaluar la efectividad de un mensaje económico mediante criterios de comprensión y persuasión.

Contenidos Temáticos

1. **Tema 1:** Claridad y simplicidad en la comunicación económica. Descripción corta: principios de lenguaje claro, estructuras lógico-argumentativas y eliminación de jerga innecesaria.
2. **Tema 2:** Persuasión ética en economía. Descripción corta: marcos de persuasión, evidencia y salvaguardas para evitar manipulaciones.
3. **Tema 3:** Adaptación al público y canales. Descripción corta: seleccionar tono, formato y canal adecuado para consumidores, inversores o reguladores.

Actividades

- **Diseño de mensaje para consumidores** - Descripción: crear un comunicado sencillo que explique un fenómeno económico (p. ej., inflación) y su impacto en el bolsillo; considerar tono y ejemplos prácticos. Puntos clave: claridad, relevancia y utilidad cotidiana. Aprendizajes: capacidad de traducir conceptos a lenguaje cotidiano.
- **Diseño de mensaje para inversores** - Descripción: redactar un informe breve dirigido a inversores sobre una oportunidad o riesgo; incluir datos clave y llamados a la acción apropiados.

- **Diseño de mensaje para reguladores** - Descripción: preparar una nota técnica breve que comunique hallazgos y recomendaciones políticas, con foco en transparencia y rigor.

Evaluación

La evaluación se centra en la claridad, la adecuación al público y la persuasión ética del mensaje.

- Rúbrica Obj. General 3: claridad del mensaje, adecuación al público, uso responsable de técnicas de persuasión.
- Proyecto de diseño de mensaje (con breve justificativo y justificación de canal).
- Evaluación entre pares de mensajes para retroalimentación y mejora.

Unidad 4: Unidad 4: Evaluación crítica de la precisión de la información económica difundida por distintos medios

Objetivos de Aprendizaje

- Detectar datos explícitos y contextuales en mensajes económicos publicados en distintos medios.
- Comparar interpretaciones periodísticas con fuentes primarias y oficiales.
- Identificar sesgos y fallas lógicas en la difusión de información económica.

Contenidos Temáticos

1. **Tema 1:** Fuentes y datos económicos. Descripción corta: distinguir entre datos verificables y interpretación subjetiva.
2. **Tema 2:** Medios y sesgos en la difusión. Descripción corta: identificar sesgos de cobertura y marcos de interpretación.
3. **Tema 3:** Herramientas de verificación y evaluación crítica. Descripción corta: uso de fuentes primarias, comparaciones y verificación de afirmaciones.

Actividades

- **Análisis crítico de una noticia económica** - Descripción: identificar datos, inferencias y sesgos; contrastar con fuente primaria o datos oficiales; discutir con la clase. Aprendizajes: habilidades de verificación y pensamiento crítico.
- **Mini taller de verificación de datos** - Descripción: practicar con ejemplos falsos y verificables, usando herramientas simples de verificación de hechos.
- **Informe de contraste entre dos coberturas** - Descripción: comparar dos coberturas distintas de un mismo fenómeno económico y sintetizar hallazgos, sesgos y diferencias de interpretación.

Evaluación

La evaluación se centra en la capacidad de identificar datos, interpretar correctamente y detectar sesgos.

- Rúbrica Obj. General 4: precisión de la interpretación, calidad de verificación y exposición de sesgos identificados.
- Informe de análisis crítico de noticias (con evidencia y referencias).
- Ejercicio práctico de verificación de datos en grupo, con debate reflexivo.

Unidad 5: Estrategias de comunicación de políticas públicas y su impacto en la aceptación y el cumplimiento ciudadano

Objetivos de Aprendizaje

- Identificar diferentes enfoques de comunicación de políticas (información, persuasión, participación).
- Analizar factores que favorecen o dificultan la aceptación y el cumplimiento de políticas.
- Proponer criterios para evaluar la efectividad de una campaña de comunicación de políticas públicas.

Contenidos Temáticos

1. **Tema 1:** Enfoques de comunicación de políticas. Descripción corta: información, persuasión, participación y co-producción de políticas.
2. **Tema 2:** Factores de aceptación y cumplimiento. Descripción corta: confianza, legitimidad, claridad, relevancia y participación ciudadana.
3. **Tema 3:** Evaluación de campañas. Descripción corta: indicadores de impacto, métricas de alcance y de comportamiento ciudadano.

Actividades

- **Comparación de campañas públicas** - Descripción: analizar dos campañas de políticas públicas similares en contextos diferentes; identificar enfoques, públicos y resultados. Aprendizajes: identificar buenas prácticas y límites.
- **Diseño de una pequeña campaña de política pública** - Descripción: esbozar objetivo, público, mensaje central, canales y criterios de evaluación para una política actual; justificar elecciones.
- **Sesión de escucha ciudadana** - Descripción: simulación de reuniones con comunidades para recoger feedback y adaptar mensajes. Aprendizajes: importancia de la co-participación y legitimidad.

Evaluación

Se evalúa la comprensión de enfoques de comunicación y la capacidad de diseñar y justificar estrategias de políticas públicas.

- Rúbrica Obj. General 5: calidad del análisis comparativo y profundidad del diseño de campaña.
- Trabajo de análisis de campañas (ensayo corto con recomendaciones).
- Presentación de la campaña propuesta y defensa de decisiones (claridad, evidencia y viabilidad).

Unidad 6: Unidad 6: Prototipo de campaña de comunicación económica sobre un tema actual

Objetivos de Aprendizaje

- Definir un objetivo de comunicación claro y medible.
- Identificar el público objetivo y adaptar el mensaje y el canal a sus características.
- Establecer criterios de evaluación y un plan de implementación para la campaña.

Contenidos Temáticos

1. **Tema 1:** Diseño del objetivo y del público. Descripción corta: cómo formular objetivos SMART y segmentar audiencias.
2. **Tema 2:** Mensaje central y canales. Descripción corta: desarrollo de un mensaje clave y selección de canales adecuados.
3. **Tema 3:** Evaluación y aprendizaje iterativo. Descripción corta: criterios de evaluación, recolección de feedback y mejora continua.

Actividades

- **Proyecto de campaña económica (fase 1)** - Descripción: definir tema actual, público objetivo y objetivo de la campaña; entregar un borrador del mensaje central y los canales propuestos.
- **Proyecto de campaña (fase 2)** - Descripción: completar material de comunicación (texto, gráfica, video breve) y un plan de implementación. Aprendizajes: coherencia entre objetivo, mensaje y canal.
- **Evaluación de impactos** - Descripción: diseñar indicadores y métodos de evaluación para la campaña; reconocer limitaciones y posibles ajustes.

Evaluación

Se evalúa la claridad del objetivo, la adecuación del público y la robustez del plan de implementación y evaluación.

- Rúbrica Obj. General 6: calidad del prototipo de campaña y consistencia entre objetivo, público, mensaje y canales.
- Presentación del prototipo ante la clase (claridad, persuasión ética y viabilidad).
- Documento final con criterios de evaluación y plan de mejora.

Unidad 7: Unidad 7: Comunicación interinstitucional en economía abierta

Objetivos de Aprendizaje

- Identificar las principales instituciones involucradas en la economía abierta (bancos centrales, agencias regulatorias, organismos internacionales) y sus flujos de información.
- Analizar mecanismos de coordinación política y de intercambio de información entre instituciones.

- Evaluar el impacto de una comunicación interinstitucional eficaz en la estabilidad y la confianza de los mercados.

Contenidos Temáticos

1. **Tema 1:** Flujos de información entre instituciones. Descripción corta: qué datos se comparten, con qué frecuencia y con qué propósito.
2. **Tema 2:** Cooperación y coordinación de políticas. Descripción corta: mecanismos de coordinación, comités y marcos de consulta.
3. **Tema 3:** Confianza y transparencia en economía abierta. Descripción corta: cómo la comunicación institucional afecta la credibilidad y la toma de decisiones de agentes económicos.

Actividades

- **Simulación de coordinación institucional** - Descripción: los estudiantes actúan como diferentes instituciones y simulan la toma de decisiones ante un escenario económico; analizan flujos de información y consensos.
Aprendizajes: habilidades de negociación y coordinación.
- **Estudio de caso: cooperación internacional** - Descripción: análisis de un caso real de intercambio de información y coordinación (p. ej., datos macroeconómicos entre bancos centrales).
- **Propuesta de protocolo de comunicación** - Descripción: diseñar un protocolo básico de intercambio de datos entre instituciones para un tema de economía abierta.

Evaluación

La evaluación evalúa la comprensión de estructuras y flujos de comunicación interinstitucional y la capacidad de proponer prácticas de cooperación efectivas.

- Rúbrica Obj. General 7: claridad en la descripción de flujos y mecanismos de coordinación; viabilidad de la propuesta de protocolo.
- Informe de caso y análisis de impacto en estabilidad y confianza del mercado.
- Presentación de la simulación de coordinación institucional con defensa de decisiones.

Unidad 8: Unidad 8: Síntesis de conceptos de economía y comunicación para mejorar la eficiencia de los mercados y la confianza

Objetivos de Aprendizaje

- Relacionar conceptos clave de economía (información asimétrica, eficiencia de mercado, confianza) con prácticas de comunicación.
- Proponer un marco teórico que explique el vínculo entre comunicación y eficiencia de mercados.
- Diseñar recomendaciones de política y prácticas comunicativas para mejorar la confianza y la eficiencia en contextos reales.

Contenidos Temáticos

1. **Tema 1:** Economía y comunicación: conceptos y relaciones. Descripción corta: información, asimetría, confianza y eficiencia de mercados.
2. **Tema 2:** Marco teórico integrado. Descripción corta: construir un marco que conecte teoría económica con principios de comunicación efectiva.
3. **Tema 3:** Recomendaciones prácticas. Descripción corta: políticas públicas y prácticas de comunicación para mejorar la eficiencia y la confianza de los agentes.

Actividades

- **Proyecto de síntesis** - Descripción: diseñar un marco conceptual que conecte economía y comunicación y presentarlo con ejemplos de políticas públicas y campañas económicas. Aprendizajes: capacidad de síntesis y aplicación de teoría a la práctica.
- **Casos de éxito y fracaso** - Descripción: analizar casos reales donde la comunicación influyó en la eficiencia de mercados o en la confianza; extraer lecciones y recomendaciones.
- **Plan de políticas y comunicación** - Descripción: proponer una pequeña iniciativa de política pública acompañada de un plan de comunicación para su implementación y evaluación.

Evaluación

Se evalúa la capacidad de integrar conceptos y justificar con claridad cómo la comunicación puede mejorar mercados y confianza.

- Rúbrica Obj. General 8: calidad de la síntesis teórica y relevancia de las recomendaciones propuestas.
- Trabajo final de síntesis conceptual y ensayo práctico.
- Presentación oral del marco teórico y de las recomendaciones, con respuesta a preguntas.