



PROGRAMA DE CURSO		
1. Nombre de la actividad curricular Comunicar desde las organizaciones sociales		
2. Nombre de la actividad curricular en inglés		
3. Código:		
4. Carrera: PERIODISMO		
5. Unidad Académica / organismo de la unidad académica que lo desarrolla INSTITUTO DE LA COMUNICACIÓN Y LA IMAGEN		
6. Área de Formación: PERIODISMO		
7. Carácter: ELECTIVO PERIODÍSTICO		
8. Semestre: Sexto		
9. Año: 2020		
10. Número de créditos SCT – Chile: 6		
11. Horas de trabajo	Presencial: 2,5	No presencial: 6,5
12. Requisitos: No tiene		
13. Propósito general del curso: El escenario mundial se ha visto marcado por movimientos sociales, reivindicaciones de derechos y crisis sociopolíticas que han relevado el rol de la sociedad civil, organismos internacionales e incluso las orgánicas estatales en el trabajo de incidencias de temáticas y demandas urgentes para la sociedad.		



El curso “Comunicar desde las organizaciones sociales” busca entregar a las y los estudiantes competencias para incidir, gestionar y posicionar desde el trabajo periodístico a organizaciones sociales y sus ámbitos de acción.

El electivo tiene como objetivo aportar herramientas y reflexiones críticas para el cambio social, impulsando que estudiantes puedan idear estrategias útiles para repercutir desde acciones comunicacionales en sus escenarios locales.

1. Competencias y Sub competencias a las que contribuye el curso

(indique Ambito, la/las competencias y subcompetencias a las que esta asignatura tributa, consignado en el documento “ficha de asignatura” de acuerdo a la carrera y dominios)

2. Resultados de Aprendizaje

Al final del curso las y los estudiantes podrán contar con competencias para el desarrollo de estrategias comunicacionales para el posicionamiento de diversos organismos sociales.

Junto con elaborar estrategias para la incidencia social y mediática desde las organizaciones.

3. Unidad (es)/ Indicadores de aprendizajes

<i>Nombre de la Unidad</i>	<i>Contenidos</i>	<i>Indicadores de Aprendizaje</i>
Unidad 1: Diagnóstico y panorama de la comunicación en organizaciones sociales	<ul style="list-style-type: none">- Sociedad civil, organismos internacionales y estatales para el cambio social	<ul style="list-style-type: none">- Reconoce a los y las distintos actores sociales.- Elabora un relato coherente para elaboración de una estrategia de



	<ul style="list-style-type: none">- Qué son las organizaciones sociales.- Sociedad civil y movimientos sociales.- Gobierno abierto- Enmarcamiento para el posicionamiento mediático: cómo crear un relato que permita generar una estrategia comunicacional- Inclusividad y comunicación con enfoque de derechos	posicionamiento e incidencia.
Unidad 2: Toda comunicación es política: estrategias comunicacionales para la incidencia	<ul style="list-style-type: none">- Posicionamiento y estrategia de incidencia- Productos comunicacionales para el posicionamiento- Generación y optimización de recursos	<ul style="list-style-type: none">- Crea estrategias comunicacionales en relación a las necesidades de la organización.- Conoce distintos productos comunicacionales.- Reconoce distintas plataformas y escenarios de posicionamiento.



	<ul style="list-style-type: none">- Comunicación comunitaria	
Unidad 3: Comunicación e incidencia social	<ul style="list-style-type: none">- Contexto y escenario actual- Repertorios de acción- Activismo digital y activismo callejero- Memoria y defensa de derechos humanos- Incidencia social	<ul style="list-style-type: none">- Lleva a cabo un plan de medios y estrategias para el posicionamiento de los objetivos planteados.
4. Metodología de Enseñanza y Aprendizaje <ul style="list-style-type: none">- Clase expositiva- Revisión de casos- Lecturas- Elaboración de estrategias- Ejercicios prácticos- Diálogo con invitadas		
5. Evaluación Trabajos parciales: <ul style="list-style-type: none">✓ 1 evaluación parcial sobre invitadas/os a la clase. 20% del total de la nota✓ 2 evaluaciones progresivas relacionadas al proyecto final. 20% del total de la nota cada una. Proyecto final: Estrategia comunicacional de incidencia. 40% del total de la nota		



6. Requisitos de Aprobación

Nota de aprobación final igual o superior a 4,0.

7. Bibliografía Obligatoria (no más de 5 textos)

Enz; Franco; Spagnuolo (2012). Manual de comunicación para organizaciones sociales: hacia una gestión estratégica y participativa. Recuperado a partir de <http://www.comunia.org.ar/manual-com-org-soc.pdf>

Etkin, E. (2017). Procesos de incidencia de la Fundación María de los Ángeles y su vínculo con la Ley de Trata de Personas. *Actas De Periodismo Y Comunicación*, 2(1). Recuperado a partir de <https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/actas/article/view/4137>

PNUD, Manual de género para periodistas. <https://www.eird.org/orange-day/docs/genero/manual-de-genero-para-periodistas-pnud.pdf>

8. Bibliografía Complementaria

Ceraso, C. (2017). Transformaciones en movimiento: la importancia transdisciplinaria de plasmar un mapa socio/ comunicacional en un Territorio. *Actas De Periodismo Y Comunicación*, 2(1). Recuperado a partir de <https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/actas/article/view/3963>

Godoy, D., & Aumendi, M. (2019). RESUMEN. El Poder de los Medios Hegemónicos en Latinoamérica. *Actas De Periodismo Y Comunicación*, 4(2). Recuperado a partir de <https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/actas/article/view/5349>

Sinigaglia, Borri & Jaimes (2006). Actuar para cambiar: Estrategias de incidencia de las organizaciones sociales en las políticas públicas. Recuperado a partir de <https://es.slideshare.net/FARCOARG/actuar-para-cambiar>

Tricot, T. (2012). Movimiento de estudiantes en Chile: Repertorios de acción colectiva ¿algo nuevo? *Revista F@ro*, 1(15). Recuperado a partir de <https://www.revistafaro.cl/index.php/Faro/article/view/63/49>



UNIVERSIDAD DE CHILE
Instituto de la
Comunicación e Imagen
ICEI

9. Recursos web

Manual de Derechos Humanos para Comunicadores y Comunicadoras, INDH:

<https://bibliotecadigital.indh.cl/handle/123456789/956>