

Curso Taller de Comunicación Popular para Organizaciones sociales, políticas y sindicales

Fundamentación

El nuevo escenario político abierto a partir de diciembre de 2015 plantea a las organizaciones del campo popular nuevos desafíos, entre los cuales destacamos los vinculados al mundo de la comunicación. Nos referimos a la profundización de la lectura comunicacional y simbólica de las nuevas realidades (económicas, sociales, políticas y culturales) como también a la necesidad de incorporar nuevas herramientas de comunicación para que las voces, opiniones y miradas de las organizaciones sean reconocidas más ampliamente por el conjunto de la sociedad.

El proyecto político hoy vigente plantea un modelo de comunicación que ya no tiene como premisa fundamental el derecho a la comunicación de todos los ciudadanos y ciudadanas, sino el negocio para unos pocos empresarios privados que, como moneda de intercambio, construyan un relato de la realidad que oculte los problemas y dificultades de las grandes mayorías. La comunicación del proyecto neoliberal hace uso, además, de las más avanzadas tecnologías de la información y la comunicación, segmentando audiencias según sus gustos, intereses e ideologías, y definiendo mensajes directos para cada sector.

¿Cuáles son las tareas de las organizaciones hoy en materia comunicacional? ¿Cuáles son sus fortalezas y debilidades? ¿Cómo posicionarse en medio de un contexto tan complejo? Desde los medios populares y comunitarios ya se llevan adelante prácticas y estrategias que disputan con ese modelo dominante, aunque se ve necesario fortalecerlas, ampliarlas y desarrollarlas. Por eso este Curso Taller.

Destinatarios/as: comunicadores/as de organizaciones gremiales, barriales, políticas, movimientos sociales, que estén a cargo de tareas de prensa, comunicación y difusión, y quieran mejorar sus capacidades en el área.

Ejes temáticos

1. Análisis del contexto político comunicacional. Procesos de comunicación, construcción de sentidos, hegemonía. Política comunicacional gubernamental.
2. Los medios tradicionales y la comunicación en plataformas digitales. Rasgos principales de la comunicación a través de las redes sociales y los medios personales. Transformaciones en el periodismo y la comunicación popular con el uso de las tecnologías.

3. Construcción de mensajes, discursos, posicionamiento desde las organizaciones. La búsqueda de un lenguaje propio. Relación con las audiencias y públicos populares. Fortalezas y debilidades en comunicación.

4. Panorama general de los lenguajes de la comunicación digital. Herramientas prácticas para optimizar el uso de Facebook y Twitter. Redacción de texto con foto y posteo. Análisis de experiencias.

5. Lenguajes de la comunicación digital: idea, diseño y circulación de volantes (flyers).

6. Lenguajes de la comunicación digital: uso de la fotografía para comunicar conflictos sociales. Redes: Instagram.

7. Lenguajes de la comunicación digital: grabación y edición de videos y material audiovisual.

8. Evaluación y Muestra del Curso Taller. Diseño de estrategias conjuntas.

(Son 8 encuentros de dos horas)

Equipo Docente

Néstor Busso – Abner Lobos – Cristina Cabral – Diego Jaimes – Cristian Silva – Sebastián Labaronne – Silvana Fazzolari