



COMUNICACIÓN

El curso apunta a familiarizar a los participantes con los principales conceptos de la comunicación especialmente con aquellos que resultan de interés para los trabajadores que comienzan a ejercer una actividad militante.

El objetivo es mejorar su comprensión de la realidad y aportarles elementos útiles para enfrentar las diversas instancias de comunicación, tanto con las patronales como con sus propios compañeros.

La idea es introducir estos conceptos para su manejo cotidiano, por lo que se apelará a indicar alguna lectura previa o posterior que nos permita enmarcar lo anterior dentro de los aspectos generales del proceso comunicacional.

Para abordar estas cuestiones se complementará los conceptos teóricos con casos prácticos que ayuden a una mejor comprensión de las definiciones expuestas, y con la reseña de la evolución histórica y la situación actual de los conceptos manejados.

La metodología de trabajo combinará la exposición docente con la realización de ejercicios prácticos y simulaciones; también se recurrirá a la lectura y el comentario de informes, documentos y otros materiales.

Se prevé ocho clases – taller de 135 minutos cada una, con un intervalo de 15 minutos, y al menos tres trabajos. El módulo está diseñado con una clase de introducción, luego 3 partes con áreas temáticas más específicas, una clase final de repaso concluyendo con una clase adicional de evaluación y cierre.

El grupo debe estar integrado por al menos 8 participantes y no más de 18. Esto permitirá que cada docente pueda tener seguimiento particular sobre uno o dos equipos de trabajo.

Contenido temático:

- Nociones generales. Información versus comunicación.
- Idea de “el sentido” basado en el contexto social e histórico. Relación con la trilogía mensaje – emisor – receptor.
- Forma y contenido, una falsa contradicción. La estética.
- Técnica básica para la formulación de los mensajes según su formato (informes, actas, volantes, afiches, etc.). Idea de público objetivo, elementos de clausura en los mensajes.
- La comunicación no mediática. Lineamientos generales de la oratoria según el público objetivo. Oralidad versus escritura.
- Lenguaje gesticular y las tonalidades en la oratoria.
- La oratoria en la comunicación mediática (radio, tv).
- Los soportes tecnológicos. Las redes sociales.