

Experto / Facilitador: Juergen Moritz *
 Título: COMUNICACIÓN SINDICAL CON UNT Y SINDICATOS AFILIADOS
 Lugar: México, 2006.
 Producción: Centro de Competencia en Comunicación para América Latina, www.c3fes.net
 Nota: Este texto puede ser reproducido con previa autorización con un objetivo educativo y sin ánimo de lucro.

RESUMEN DEL TALLER/ DIAGNÓSTICO: COMUNICACIÓN SINDICAL CON UNT Y SINDICATOS AFILIADOS

¿Existe una política de comunicación de la UNT y sus organizaciones afiliadas?

Participantes: sindicalistas de la UNT y STUNAM, STRM, ATM, SUTIN, FAT, SUTNAFIN, SUTEBASA, SINUDET-Bancomext, Sind. Metlife, Sindicato de Pesca de SDGDRPA

Encuesta:

1. Imagen :

Imagen de mi sindicato:

	Muy mal	Mal	Regular	Bueno	Muy bueno
En la opinión pública	xx	xx	xxxxx	x	
En los medios		xxxx	xx	xx	x
Opinión de los miembros			x	xxxx	xxxxx

Imagen de la UNT

	Muy mal	Mal	Regular	Bueno	Muy bueno
En la opinión pública	x	xx	xxxxx	xx	
En los medios		x	xxxxxxxx		x
Opinión de los afiliados				xxxxxxxx	

2. ¿Que medios usa Ud. para informarse? - Priorizar con números 1-6 según prioridad del uso.

Medio	Número de preferencia según uso
Diarios	3

* Politólogo, periodista, experto en medios de comunicación. Trabaja en radio, agencias de noticias, proyectos de comunicación en Europa y América Latina. Desde hace 5 años vive en México. Asesor de la FES en Medios de Comunicación, diseño y coordinación de las actividades de la FES "Comunicación para la Paz" con sus contrapartes en Chiapas (2004, 2005).

Revistas	4
Radio	1-2
TV	1-2
Internet (correo electrónico, chat etc)	5
Otros (¿Cuáles?)	Reuniones de base, libros

3. ¿Su sindicato tiene Página WEB?

SI: X

NO:

En caso de SI

Sindicato - Dirección de su Pag WEB	¿Cuántas veces por semana entra Ud. en esta Pag. Web?	Calidad de la Pag. WEB . Entre 1 = muy mal y 10 = muy buena
www.fatmexico.org	14	8

4. Página WEB de la UNT - <http://www.unt.org.mx/inicio.htm>

¿Conoce Ud. la Página WEB de la UNT?

SI : x

No:

En caso de SI :

¿Cuántas veces por semana entra Ud. en esta Pag. Web?	Calidad de la Pag. WEB . Entre 1 = muy mal y 10 = muy buena	Sus comentarios sobre la Pag. WEB
2	6	Muy estática

Parte 1: Interpretación de las encuestas, conclusiones y recomendaciones:

Imagen de los sindicatos y de la UNT en la opinión pública, en los medios y en los miembros o afiliados.

Imagen Sindicatos: El imagen en la opinión pública es entre regular, mal y muy mal. Un poco mejor en los medios: entre regular y mal. Todo al contrario con los miembros: Ellos/as tienen una buena o muy buena imagen de su sindicato.

Imagen UNT: El panorama es parecido: Mal o regular imagen en la opinión pública. Más regular que mal en los medios y buena - no muy buena - dentro de los afiliados.

Fazit: Anda mal nuestra comunicación sobre todo hacia fuera (sociedad, medios). Además hay que evaluar - por ejemplo vía una encuesta - si la imagen dentro de los miembros y afiliados verdaderamente es tan bueno como pensamos.

Parece que los sindicatos son muy efectivos "hacia el adentro" en el uso de la comunicación directa (asambleas, reuniones, congresos) y en los discursos de los líderes y figuras claves.

Problemas: No logran construir la imagen de un movimiento. Tienen "el dilema con los medios": Crítica a los medios pero los necesitan. No tienen en cuenta las lógicas de los medios. Se comprende la comunicación como propaganda, solo se trabaja sobre el eje de la información.

Los/las compañeros confirmaron que no está definida el lugar de la comunicación en el movimiento sindical. Se trabaja sobre la idea de "voluntarismo", no es una actividad profesional. Los directivos sindicales no comprenden el rol de la comunicación en la acción pública y política. Por eso es importante diseñar una política de comunicación sindical.

El desafío: Pasar de la Prensa/ Propaganda a producir la comunicación. Hacia adentro producir una comunicación útil, hacia fuera construir una nueva imagen del sindicalismo.

¿Cómo nos informamos?: Para información en general_ vía la Tele y la Radio, después los diarios y revistas. El Internet (uso Pag. WEB, correo electrónico) viene en el 5 lugar, después libros. Los/las compañeras mencionaron reuniones de base como el lugar mas importante para la información sindical.

Uso de las Pag. WEB:

Varios sindicatos presentes tienen su propia Página WEB, la UNT también. Vale la pena analizar cada página, sería una tarea para el futuro. Igual, algunas observaciones podemos hacer, sin generalizar. Se consulta las Pag. Web pero no es la fuente principal para los/las sindicalistas para tener información.

Muchas Pag. Web. no son mucho más que grandes bancos de datos de materiales, documentos y conclusiones de los sindicatos sobre diferentes temas. Muchas páginas no ofrecen servicios básicos para los/las afiliados o noticias de actualidad, menos todavía información en un lenguaje periodístico para un público externo que quiere informarse sobre el mundo laboral y los sindicatos mexicanos. No se aprovecha la interactividad que ofrece el Internet.

Segundo Bloque: ¿ Qué medios usamos para comunicarnos con nuestros miembros/afiliados? Por favor priorizar con números de 1-10

1= mucho 10 = muy poco/nada

Nombre Sindicato	Asambleas Reuniones	Circulares Cartas	Afiches Cómics Dibujos	Folletos Trípticos	Publicaciones impresas del sindicato Boletines	Correo electrónico / listas de correo	Pag. WEB interactiva, Foros, Chat, video - conferencias	Radio: Programas, cápsulas, spots	TV: Programas, cápsulas, spots	Otros ¿cuales?
STUNAM	1	1	1	1	1	5	8	9	10	
SNTSS										
STRM	1	1	8	5	1	1	5	8	8	
ATM	1	2		4	3	5				Teléfono
Sind. de Pesca SO..	2	2	10	10	1					
SUTIN Aclarar / JM	1 (o 10?)	1 (o 10?)	1(o10?)	1(o10?)	1 (o10?)	1(o 10?)	1	9	9	
SINUDET Bancomext	3	3		7	1	1	5			
SUTEBASA	1	10	10	10	10	10	10	10	10	Radio Pasillo 1
SUTNAFIN	3	1		4	2	5				
FAT										
Sintra Metlife	1-3	4	6	7	5	1				Reuiones con trabajadore
UNT	1-2	1-2				2-3	3-4			Teléfono

¿ Qué medios usamos para comunicarnos con nuestras contrapartes, la sociedad, los medios ? Por favor priorizar con números de 1-10

1 = mucho 10 = muy poco/nada

Nombre Sindicato	Meeting / manifestaciones Congresos Conferencias Mesas redondas	Circulares, cartas, oficios etc.	Conferencias de prensa comunicados de prensa	Folletos Tripticos Afiches	Publicaciones impresas del sindicato	Correo electrónico / listas de correo	Pag. WEB interactiva, Foros, Chat, video conferencias	Radio: Espacio contratado, entrevistas cápsulas, spots	TV: Espacio contratado entrevistas cápsulas, spots	
STUNAM	1	2	1	1	1	8	9	10	8	
SNTSS										
STRM	1	10	1	10	10	1	5	3	8	
ATM	1	2	3							
Sind. de Pesca SO..										
SUTIN aclarar / JM	1 (o 10?)	9 (o2?)	1 (o 10?)	1(o 10?)	2 (o 9?)	1 (o10?)	1 (o 10?)	2 (o9 ?)	2 (o 9?)	
SINUDET Bancomext										
SUTEBASA	1	1	1	3	10	10	10	10	10	
SUTNAFIN	2	3	1-2							
FAT										
Sintra Metlife	5	3	6		4	2				
UNT / 1	1	3	2	7			5	6	4	

voto										
------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Nuestra Comunicación - una reflexión

1. Comunicación Interna - Externa: Lluvia de ideas -

<u>Comunicación Interna</u>	Cómo mejorar	Propuestas - acción concreta
Lo bueno <ul style="list-style-type: none"> - Transparencia - Oportuna - Fortalece - Directo y personal - Acuerdos emanados de asambleas - Confianza Y Certidumbre - Tener ideas de los trabajadores - Unidad y Respeto a la pluralidad - Información para una buena toma de decisiones - Romper centralismo / CTM CROC 		
Lo malo <ul style="list-style-type: none"> - Lentitud - centralizada - conflicto de prioridades - genera desconfianza - no siempre llega a la mayoría - se repitan debates - confusiones e incertidumbres - un poco de corte neoliberal - dominado por grupos de poder y líderes informales - comunicación organizacional deficiente 	<ul style="list-style-type: none"> - Sensibilizar a los líderes del valor político de la comunicación para la UNT - Invertir Recursos - Lineamientos de una política de comunicación. - Programa de Trabajo de UNT - Plan de acción. 	<ul style="list-style-type: none"> - Lineamientos de una política de comunicación. - Programa de Trabajo de UNT - Plan de acción. - Invertir Recursos

Comunicación Externa	Como mejorar	Propuestas - acción concreta
Lo bueno <ul style="list-style-type: none"> - Presencia masiva - Mejora imagen - Influye en opinión pública - Enriquece - Apoya construir alianzas 		
Lo malo <ul style="list-style-type: none"> - Es limitada - No es constante - Se concentra en algunos medios / Pag. WEB - No fluye - No es institucional - Hay intereses particulares - Faltan definiciones y lineamientos - Los medios satanizan a las organizaciones 	<ul style="list-style-type: none"> - Lineamientos de una política de comunicación. - Programa de Trabajo de UNT - Plan de acción. - Invertir Recursos 	<ul style="list-style-type: none"> - Lineamientos de una política de comunicación. - Programa de Trabajo de UNT - Plan de acción. - Invertir Recursos

Bloque 2: ¿Qué medios usamos para comunicarnos?

Hay mucha énfasis en asambleas, reuniones y la comunicación persona a persona p.e. vía el teléfono para la comunicación interna (con los miembros y afiliados). Para la comunicación externa se trabaja con los medios clásicos , se produce mucho papel aunque los miembros no leen tanto. Medios electrónicos (radio y TV) casi no se usa (problema de costos?). Internet y correo electrónico se usa pero no son la vía principal para la comunicación. En grupos de jóvenes es totalmente diferente (usan principalmente SMS, e-mail, chat etc).

Reflexiones sobre la comunicación interna y externa

Interna/ lo positivo: directo y personal, unidad y respeto a la pluralidad, transparente, tener ideas de los trabajadores, información para una buena toma de decisiones.... etc

Interno / lo negativo: lento, centralizada, no siempre llega a la mayoría, conflicto de prioridades, se repitan debates, dominado por grupos de poder y líderes informales.

Fazit: Buenas intenciones, con la intención hacer la comunicación horizontal y participativa pero en la práctica no (siempre) se logra. Hay críticas importantes. No hay una estrategia de comunicación.

Externa/ positiva: apoya a construir alianzas, enriquece, mejora imagen, influye en opinión pública

Externa/ negativa: no fluye y no es constante, se concentra en algunos medios, no es institucional, hay intereses particulares, faltan definiciones y lineamientos

Fazit: Solo se trabaja sobre el eje de la información, no sobre la identidad y la imagen del movimiento sindical. La relación con los medios es muy complicada.

Propuestas de los/las participantes:

- Lineamientos de una política de comunicación.
- Programa de Trabajo de UNT
- Plan de acción.
- Invertir Recursos

Recomendaciones:

Diseñar una Política de Comunicación:

Buscar el lugar de la comunicación en el movimiento sindical : 1.) comprender el valor político y social de la comunicación. 2.) diseñar una política de comunicación. 3.) contratar profesionales. 4) mejorar presupuesto

Sobre la Imagen:

- Hay que transformar las percepciones construidas que tiene la sociedad sobre los sindicatos.
- Crear una identidad para el movimiento sindical que afirme los valores de la cultura sindical y promueve nuevos modos de pacto social y nuevos vínculos de confianza.
- Definir los motivos que se tiene para pasar por los medios masivos e intervenir en la agenda pública (no siempre es bueno salir en los medios).
- "Dignificar" el afiliado, generarle prestigio a la organización sindical para que el afiliado se sienta orgulloso de participar.

Estrategias:

- Diseñar "un manual" o criterios guía para la comunicación sindical
- Comunicar en manera diferente para cada una de las audiencias a las que se dirige el sindicato: organización sindical, sociedad, medios, políticos.
- Conectarse con el movimiento (hacia adentro) y juntarse con otros que están en lo mismo (alianzas y trabajar en redes), además encontrarse con las necesidades de la sociedad (hacia fuera) .
- Hacer uso de "marketing" para brindar valor agregado a los afiliados (tarjeta de cultura) .
- Hacer campañas de publicidad para crear nueva identidad e imagen del sindicalismo
- Intervenir en la esfera pública o la agenda política (producción de noticias a través de eventos), cabildeo sistemático con líderes de opinión en los medios, conseguir notas en la prensa via periodistas amigos/as

Modos de Comunicar:

- Comunicar también por fuera del conflicto sindical. Ganar un imaginario propositivo, de conciliación y con buen humor.
- Trabajar sobre información útil que sirve a la gente.
- Buscar sorprender e impactar afectivamente a la sociedad .

- Entender y aprovechar la lógica de los medios masivos.
- Pensar en los medios locales que permiten tener una incidencia más directa en la comunidad.
- Ser noticia opinando sobre la coyuntura política y social.
- Convertir las investigaciones y el conocimiento de los sindicatos en noticia .
- Realizar campañas sociales y de discusión pública conjunto con los medios.

Posibles Acciones:

- Elaborar criterios guía para la comunicación sindical, presentarlos con los miembros y directivos. Sept - oct 2006
- Organizar un Foro "Comunicación Sindical - Medios de Comunicación y sindicatos", discutir y enriquecer los elementos para una política de comunicación sindical. Oct/ nov 2006
- Taller de diseño de comunicación sindical con los encargados de los sindicatos. Feb 2007
- Taller de diseño y creación de campañas y mensajes mediáticos. Abril 2007