

www.c3fes.net



COMUNICACIÓN SINDICAL

[URUGUAY]

Tomado de: Gabriel Kaplun



Comunicación Sindical

- La experiencia del Uruguay [1996/1997] Universidad de la República.
- Encuesta, análisis de medios y mensajes, estudios de caso, taller de análisis y socialización de resultados.
- “Los sindicatos uruguayos han **profesionalizado parcialmente su comunicacion** en los últimos años pero tal vez sin variar en lo esencial sus estrategias, desafiadas por una creciente dispersión y profundos cambios sociales”.

Medios y recursos

- Importante red física.
- Equipamiento modesto pero significativo.
- Medios tradicionales: centralidad de medios impresos, de mayor a menor complejidad.
- No tradicionales: impresos, creciente uso de videos, teatro, publicidad, otros.
- Poca profesionalización, escasa evaluación.

Prensa

- **Sin nombre.**
- **Mas de la mitad boletín informativo de...**
- **Diversidad de propósitos**
- **Anonimidad y editorialización.**
- **Poca claridad en el destinatario.**
- **Representaciones conflictivas de la sociedad uruguaya.**
- **Crisis vs cambio.**

Radio

- Audiciones radiales similares a discusiones sindicales
- Aire de “entre casa”
- Prevalencia de enfoque noticioso, poco uso de reportajes, crónicas

Comunicación y organización

- Asambleas generales, predominan pero han perdido poder de convocatoria.
- Organismos intermedios – delegados.
- Recorridas y contactos personales.
- Prevalencia de la función informativa en todas ellas por encima de lo educativo y lo afectivo (espacios sociales)

Presencia en medios masivos

- Prevalencia de conflictos laborales.
- Intereses: presencia en medios, incidir en la agenda.
- “Aparecer en los medios exige una verdadera persecución de los periodistas y medios”.
- “Si paramos, nos buscan; si el tema es otro, los tenemos que buscar”

Presencia en medios masivos

- Quejas: cantidad y calidad, espacio, distorsiones, desfavorabilidad.
- Atribuido a factores externos: presiones del gobierno, intereses comerciales, intereses patronales, desinterés de los medios.
- Algunos reconocen factores internos: falta de trabajo sistemático, inadecuada relación con medios/periodistas, lenguaje interno, mal aprovechamiento de espacios concedidos.

VALORACIONES

- Se valora más las formas de comunicación interpersonal y los espacios sindicales para la vida “normal” de los sindicatos.
- Los medios masivos en momentos de conflicto: “si no salís en la TV, es como si no existieras”; “a ese le gustan demasiado las cámaras y los micrófonos”.
- Tensiones frente al uso de mecanismos de publicidad y mercadeo; “rebaja de principios” vs “necesidad de ser competitivos”.



Propuestas

- Reconocimiento de la necesidad de construir estrategias de comunicación.
- Balance entre profesionalización y militancia en el diseño de estrategias.
- Complementariedad de las estrategias tradicionales con las no tradicionales e innovadoras: “Desde el mano a mano a la TV, desde la calle a las estructuras sindicales, desde los medios propios a la publicidad contratada”

Muchas gracias!!!

www.c3fes.net