

Taller de Prensa y Propaganda realizado el 20 de octubre de 2017

Relatoría del taller de Prensa y Propaganda

El taller realizado el viernes 20 de octubre en el local sindical de AFFUR inició con la presentación del informe de lo actuado durante los años 2016 y 2017 a cargo de Joaquín Cabrera, Carla Couto y Paul Schiera en base a los informes presentados al XI Congreso de AFFUR.

Del intercambio del taller surgieron los aportes que desarrollamos a continuación donde se resaltan algunos aspectos de lo informado, se realizan correcciones y se plantean nuevas propuestas para la Plenaria.

Formación

La complejidad que adquirió la secretaría al crear un estudio autogestionado de producción audiovisual, además de las tareas cotidianas ya establecidas -como el diseño de afiches, volantes, periódico- requieren de formación técnica específica para su realización.

Todas estas tareas se están realizando a partir de instancias más o menos formalizadas de autoformación, además de los talleres y cursos que se fueron realizando durante los últimos años. Pero la rotación en la participación de la comisión, aparte de la necesidad de incorporar a más compañeras y compañeros al trabajo de la comisión, hacen imprescindible que haya un plan específico de formación en comunicación que acompañe de forma estable y permanente el trabajo de la secretaría.

Entendemos que la formación en redacción, diseño gráfico, edición, audio y fotografía deben realizarse en un vínculo estrecho con el trabajo cotidiano de la secretaría.

Organización

Además de la formación es necesaria una clara distribución de responsabilidades. Se observa que son necesarias más responsabilidades asignadas a integrantes de la comisión y menos responsabilidades del/la secretario/a, quien debe encargarse fundamentalmente de clarificar los lineamientos políticos, planificar y coordinar el trabajo.

Es necesario que las personas designadas como responsables de las tareas (redacción, web, redes sociales, edición, diseño, etc.) asuman un rol más activo y relevante en el funcionamiento de la comisión.

Órdenes de trabajo

El funcionamiento de la secretaría depende de la coordinación estrecha con el plenario federal, las secretarías y los centros de base. Es decir, las tareas que efectivamente se realizan dependen de la demanda de diferentes organismos de la federación.

Por lo tanto es necesario sistematizar una manera en que se solicitan tareas a la comisión de prensa y propaganda a través de una orden de trabajo que se pueda completar en un formulario de la página web de AFFUR en que se detallen las características del trabajo.

Por otra parte se plantea que es necesario de ser claros en diferenciar lo que significa hacer una campaña y lo que significa hacer la difusión de un determinado conflicto o situación. En el primer caso se trata de acciones que implican mayores niveles de organización y recursos, involucrando al conjunto de la federación. En el segundo caso se trata de la difusión de situaciones puntuales y conflictos a ser difundidos salvo que haya resolución expresa de mantener reserva sobre el caso particular.

Difusión, vínculo con la prensa y redes sociales

Tal como se informa en los documentos presentados hubo avances significativos a la hora de sistematizar el vínculo con la prensa. Durante el período se ha :

1. Enviar los comunicados con anterioridad y de forma repetida dos días antes.
2. Crear y/o mantener bases de datos para la difusión de información de AFFUR
 - a. Centros de base: se observa que la Comisión no tiene acceso a la misma base de datos que utiliza la secretaría de AFFUR. Esto es necesario corregirlo a futuro.
 - b. Medios de Prensa por departamento
 - c. Sindicatos
 - d. Intergremiales de los departamentos del interior
 - e. Autoridades (de la universidad, de la educación, nacionales)

Centros de base

Se están creando las páginas de acuerdo a la solicitud de los centros de base. Es importante continuar con esta tarea que permite tener toda la información que está aún dispersa en diversos blogs y perfiles de redes sociales en un solo lugar donde se vaya guardando el registro de nuestras luchas.

Es importante que los centros de base, a través de sus responsables de Propaganda, deben empoderarse de su espacio-página web, apoyándose en el responsable de la comisión a nivel central.

Se destaca la importancia de tener a una persona responsable del vínculo con los centros de base (durante este período esa tarea fue desarrollada por Carla Couto) que sirva de nexo con la Secretaría.

Es importante que las compañeras y compañeros se sigan sumando al trabajo de la comisión. La comisión es un espacio de trabajo y formación que sirve para integrar militantes a la vida de la federación.

Interior

La participación del interior en la Comisión de Prensa y Propaganda es un deber que debe cambiar. Intentamos hacer las reuniones por videoconferencia a principios del 2016, pero los problemas técnicos impidieron dar continuidad a la iniciativa. Esta situación hay que revertirla para todas las comisiones del sindicato.

Se propone:

1. Empezar a hacer la comisión de prensa y propaganda por videoconferencia
2. Una reunión anual (mínimo) de la comisión en cada regional del interior.

Otra alerta que se plantea en el taller es que la información debería llegar con mayor anticipación. Problema totalmente identificado, pero que requiere de planificar con mayor antelación las actividades y con mayor agilidad en el Plenario Federal. La Comisión de Prensa y Propaganda comunicó las más de las veces de forma casi instantánea de acuerdo a las resoluciones de los organismos correspondientes.

Encuesta de afiliadas y afiliados (Se adjunta anexo)

Durante el curso de Formación en Comunicación realizado en el año 2015 identificamos, sin profundizar demasiado, la necesidad de conocer a nuestros afiliados para poder mejorar la política de comunicación.

¿Cuáles son las principales preocupaciones, deseos, dolores de nuestras compañeras y compañeros? Construir esta caracterización, identificando rasgos identitarios de nuestrosxs afiliadxs apareció como una necesidad trascendente. Incluso, visto de otro ángulo, ¿es posible realizar una política de comunicación acertada sin tener identificada con mayor precisión las características de nuestra población objetivo?

Durante el año 2016, junto a Valentina Souza, fuimos trabajando la posibilidad de realizar una encuesta. Ese proceso, acompañado de lecturas de procesos con similares objetivos a los nuestros, nos fue llevando a pensar propuestas más abarcativas. Pasamos de pensar en una encuesta web, autogestionada -pero con limitaciones en cuanto a la validez científica de los resultados- a la posibilidad de hacer un acuerdo con algunos actores del Instituto de Economía y de Estadística de la Udelar para poder desarrollar una investigación que nos ofrezca resultados más sólidos que sirvan de herramienta para la acción política.

Adjuntamos un anexo con el resumen de lo trabajado por la Secretaría sobre este tema.

Publicación impresa y boletín digital

Durante el período se imprimieron dos publicaciones en el año 2016 y durante el año 2017 no llegó a salir ninguna. Sin dudas este es uno de los puntos débiles de la Secretaría durante este período. Es significativo el contraste respecto a la falta de una publicación impresa de forma periódica por parte de AFFUR, con la cantidad de artículos publicados por la Federación por los medios digitales.

Es necesario jerarquizar este aspecto en el plan de formación, así como también incorporar más compañeras y compañeros al trabajo de la Comisión para poder revertir esta situación.

Boletín digital

El boletín digital es una muy potente herramienta de comunicación directa con las afiliadas y afiliados. Se inició esta tarea en el año 2016 de forma germinal, pero no se logró desarrollar. Este medio electrónico tiene la particularidad de que la comisión envía a la base de datos los contenidos a difundir, sin esperar a que nuestras compañeras y compañeros entren a la página, agilizando el envío de información relevante.

Es necesario trabajar para lograr una base de datos en la que figuren todas las afiliadas y afiliados de AFFUR que cuentan con un correo electrónico y de esta forma sumar para que la información llegue a todos y todas.

La herramienta

Tal como se señaló en el apartado de formación es necesario seguir trabajando para ir haciendo cada vez un mejor programa. Es necesario seguir pensando en las características del formato para que sea más ameno. Estas mejoras hay que pensarlas desde el guión, la filmación y la edición.

Hay aspectos de la calidad del programa que tienen que ver con las capacidades técnicas del equipo que se resuelven profundizando la formación, pero hay otras que tienen que ver con la calidad de los equipos con los que estamos trabajando. Es necesario invertir en equipamiento de filmación, audio y luces, con lo que se resolverían varios de los problemas de calidad que hoy se pueden observar en el programa.

Entrevistas a las Secretarías

Se señala que no todas las secretarías han sido entrevistadas en el Programa La herramienta. Ante este planteo, se aclara que todas las secretarías fueron invitadas a participar, pero no todas llegaron a hacerlo.

Se acuerda establecer que cada secretaría deberá concurrir para ser entrevistada por lo menos una vez por año.

Solidaridad de clase

Se observa que faltó incluir en el informe las coberturas de conflictos y luchas populares, entre los que podemos enumerar el conflicto del Sindicato de Artes Gráficas en la Impresora Polo, el conflicto en defensa del hospital de clínicas, la lucha de los becarios de la universidad en defensa del comedor universitario, la carpa de los cañeros de artigas, el paro internacional de mujeres, la coordinación en solidaridad con el pueblo Palestino, la marcha del silencio.

Redes Sociales

El grupo de facebook de AFFUR es una herramienta de comunicación. Debería tener la misma impronta que el resto de los espacios de comunicación y debería ser gestionado por la Secretaría de Prensa y Propaganda de forma de poder actualizar la imagen de portada. En este momento está administrado por Alfredo Peña a quien se solicitó la transferencia de la titularidad sin obtener respuesta.

Ante el planteo de que el grupo de facebook está integrado por gente que no pertenece a la Federación, se aclara que el grupo de facebook tiene las reglas establecidas por la empresa Facebook y no debe ser considerado como un grupo de debate interno de AFFUR, sino como un espacio de comunicación donde hay personas afiliadas y personas que no están afiliadas.

Distribución

Se trata de un problema que está instalado desde hace muchos años en la federación. El proceso de producción de los volantes, periódicos, agendas, afiches no termina en la impresión. Es necesaria su distribución, sino se acumulan materiales en el local sindical que deben estar circulando en los servicios. Hasta ahora siempre se dice que los materiales se los llevan las delegaciones de los centros de base, pero suele ocurrir más a menudo de lo que quisiéramos reconocer, que delegados y delegadas no llevan los materiales o dichos materiales se producen entre un plenario y otro no teniendo la posibilidad de distribuirlos a través de los delegados al Plenario Federal. Se entiende además que AFFUR debe llegar a todos los afiliados y afiliadas tengan o no representación en el Plenario Federal. Entonces hay que establecer una solución.

En un momento se conversó que la Secretaría de organización se hiciera cargo, pero es necesario un protocolo establecido y claro que se ponga en marcha cada vez que se elaboran materiales para su distribución en los servicios.

Realización de Manual de identidad

Podemos decir que, luego de años en los que circularon infinidad de variantes de logos de la federación, durante este período se comenzaron a delinear criterios en el uso de la imagen de AFFUR. Fundamentalmente con la aprobación de la actualización del logo de AFFUR, con el que nos propusimos mejorar la legibilidad en diversos formatos y medios de reproducción (impresiones, fotocopias, pantallas).

Sin embargo no alcanzamos a redactar y desarrollar el Manual de Identidad Visual donde establecer un conjunto de normas y criterios presentados de forma didáctica sobre cómo utilizar los elementos que hacen a la identidad visual de la federación en sus diversas aplicaciones (logo, papelería, afiches banderas, remeras).

Es una tarea pendiente, pero que ya tiene bastante terreno avanzado con el uso estable de tipografías, un logo actualizado y un conjunto de criterios que hay que seguir afinando para que la identidad visual de AFFUR sea coherente, clara y fácil de enseñar a las y los militantes que se sumen al trabajo de la comisión.

Banderas

Se presentó en el taller el problema de la impresión de banderas rojas y negras, sin alusión al pit-cnt que no incluían la definición de AFFUR (Agremiación Federal de Funcionarios de la Universidad de la República).

Ante este planteo se aclaró que ni durante el 2016 ni durante el 2017 se imprimieron banderas con los colores rojo y negro. Las banderas fueron impresas en rojo y azul sobre fondo blanco y con el logo acordado en el Plenario Federal.

Por otra parte se aclaró que, además de las 150 banderas impresas, se hicieron 20 con la consigna "AFFUR es la herramienta, sumate" que estuvo trabajando la Comisión de Prensa y Propaganda. Esta consigna fue incluida en el programa La herramienta, en el periódico Voz&Eco, en la página web, así como en muchos materiales propagandísticos. La comisión llegó a esta consigna luego de semanas de trabajo pensando ideas que sirvan para acercar más compañeras y compañeros a la militancia, aprovechando la visibilidad que tiene el trabajo de la Secretaría.