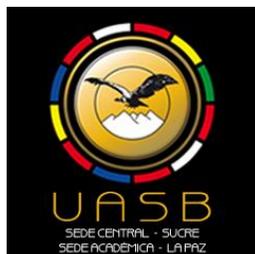


UNIVERSIDAD ANDINA SIMÓN BOLÍVAR
MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA



PROYECTO DE INNOVACIÓN PROFESIONAL

**“PLAN DE COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA
PARA MEJORAR LA IMAGEN
INSTITUCIONAL DE LA FEDERACIÓN DE
TRABAJADORES DE LA PRENSA DE LA PAZ
(FTPLP)-BOLIVIA DURANTE EL PERIODO
2010 A MAYO DE 2012”**

**PRESENTADO PARA LA OBTENCIÓN DEL GRADO DE
MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA**

Postulante: Javier Humberto Mancilla Luna

Docente tutor: MSc. Norah Villena Almendras

LA PAZ – BOLIVIA

2012

A los trabajadores de la prensa del país; las y los camarógrafos, fotógrafos, personal administrativo, diseñadores gráficos, correctores, personal de servicios, choferes y periodistas que luchan por la unidad del país y aportan a la descolonización de Bolivia.

AGRADECIMIENTOS:

A Dios, por darnos vida, salud y oportunidades.

A la MSc. Norah Villena Almendras, por ser tutora del presente trabajo.

A la Universidad Andina Simón Bolívar (UASB).

A mis padres, Marina y Humberto, por su apoyo invaluable.

A mis hijos Valeria y Kevin, por su inspiración.

A Boris Quisberth, por el aporte de documentos útiles para este trabajo.

A las afiliadas y afiliados a la Federación de Trabajadores de la Prensa de La Paz (FTPLP).

RESUMEN

El presente Proyecto de Innovación Profesional tuvo como objetivo general aplicar un plan estratégico de comunicación para mejorar la imagen institucional de la Federación de Trabajadores de la Prensa de La Paz (FTPLP)-Bolivia durante el periodo 2010 a mayo de 2012.

El Plan se trazó y aplicó de manera participativa con la presencia de varios dirigentes y afiliados sindicalizados de los trabajadores de la prensa en base al uso de los elementos del diseño de las estrategias de comunicación que incluye el Pronóstico, la Prospectiva y el Plan de mensajes.

A partir de ello se realizaron actividades de acuerdo a los objetivos específicos logrando como principal resultado -según entrevistas clave realizadas e investigación documental- el mejoramiento parcial de la imagen institucional de la Federación de Trabajadores de la Prensa de La Paz (FTPLP)-Bolivia durante el periodo 2010 a mayo de 2012.

ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA.....	i
AGRADECIMIENTOS.....	ii
RESUMEN.....	iii
ÍNDICE GENERAL.....	iv
INTRODUCCIÓN.....	xii

ÍNDICE DE CONTENIDOS

PARTE I: ASPECTOS METODOLÓGICOS

1.1. PRESENTACIÓN DE LA INSTITUCIÓN

1.1.2. Nombre y ubicación de la Institución.....	2
1.1.3. Objetivos de la institución.....	3
1.1.4. Principios de la Institución.....	4

1.1.5. Fuentes de ingreso de la Institución.....	4
1.1.6. Organigrama.....	5
1.2. Problema detectado	6
1.3. Justificación del Proyecto de Innovación.....	11
1.4. Objetivos del plan de innovación.....	14
1.4.1 Objetivo General.....	14
1.4.2 Objetivos específicos.....	14
1.5. Método.....	15

PARTE II: IMPLEMENTACIÓN DEL PROYECTO DE INNOVACIÓN PROFESIONAL

2.1. Medidas de gestión para resolver el problema detectado.....	17
2.1.1. Definición de Comunicación estratégica.....	23
2.1.2. Definición de Imagen Institucional y características.....	25
2.1.3. Definición de Identidad Institucional.....	27
2.1.4. Pronóstico.....	31
2.1.5. Prospectiva.....	42
2.1.6. Plan de las acciones de comunicación... ..	47

PARTE III. RESULTADOS

3.1. Resultados obtenidos.....	78
3.2. Conclusiones.....	103
3.3. Recomendaciones.....	107
Referencias bibliográficas.....	108
Entrevistas realizadas.....	110
Revisión Hemerográfica.....	111
Anexos	

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Ficha técnica del plan.....	17
Tabla 2. Mapa de actores.....	35
Tabla 3. Principios y normas.....	45
Tabla 4. Prospectiva- objetivos.....	47
Tabla 5. Campos de acción y sus componentes.....	47
Tabla 6. Matriz de Plan.....	48
Tabla 7. Acciones de Comunicación.....	49
Tabla 8. Cronograma de actividades.....	50
Tabla 9. Elementos del Mensaje.....	51

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Organigrama de cargos en la Federación de Trabajadores de la Prensa de La Paz. (FTPLP) de acuerdo al Estatuto orgánico de esa institución.....	5
Figura 2: Modelo de Difusión planteado por Contreras A. (2007).....	19
Figura 3: Pirámide de jerarquías donde se sitúa la política, la estrategia y el plan, según el planteamiento de Contreras A. (2007).....	20
Figura 4: Esquema de relación entre la Realidad Actual (RA) de una organización; la Realidad Posible (RP) si es que no se definen objetivos estratégicos; y la Realidad Esperada (RE), futuro perfilado por la planificación estratégica para una determinada organización.....	21
Figura 5. Uno de los almuerzos-trabajo, en 2010, del directorio y de afiliados de la FTPLP que se realizan los martes de cada semana.....	29
Figura 6. Pizarra donde se esquematizó el Mapa de actores que apoyan, son neutros o negativos a los objetivos de la FTPLP.....	37
Figuras 7 y 8. Pizarra colocada en la FTPLP dónde se perfiló el Pronóstico, Prospectiva, los escenarios posibles. En la Figura 8, el dirigente Quisberth, entrega una ayuda económica para la curación del fotógrafo Alberto Valero.....	54
Figura 9. Una especialista en derecho laboral durante su disertación en el marco del seminario sobre derechos laborales de las mujeres realizado en mayo de 2011 en instalaciones de la FTPLP.....	54
Figura 10: Seminario auspiciado por la FTPLP y el Ministerio de Trabajo en la gestión 2011 para analizar la situación laboral de los trabajadores de la prensa y sus derechos.....	54

Figura 11: Asistentes a la charla de funcionarios del Ministerio de Trabajo respecto a los aportes de los trabajadores a los fondos de pensiones y las formas de jubilación.	55
Figura 12: Un afiche divulgado sobre el seminario de los derechos laborales de los trabajadores de la prensa y la nueva Constitución Política del Estado (CPE); derecho a la sindicalización y al fuero sindical, entre otras temáticas.....	55
Figura 13: Disertantes en el foro debate sobre violencia intrafamiliar y medios de comunicación.....	57
Figura 14: Público asistente al foro debate sobre violencia intrafamiliar y medios de comunicación auspiciado por la Federación de la Prensa en coordinación con la Oficialía Mayor de Desarrollo Humano de la Alcaldía de La Paz.....	57
Figura 15: Andrés Gómez, ejecutivo de radio Erbol, la corresponsal del periódico La Jornada, de México, Rosa Rojas; el periodista Gregory Beltrán; Boris Quisberth y representantes de la Superintendencia de Telecomunicaciones.....	58
Figura 16: El expositor de la organización Unir; Melina Valencia, Martha Zegarrundo, junto a comunicadoras populares.....	59
Figura 17: Participantes del seminario “Libertad de expresión, libertad de prensa y la lucha contra el racismo”.....	61
Figura 18: El dirigente Boris Quisberth durante un encuentro con sectores de la sociedad civil durante la socialización de la ley contra el racismo.....	61
Figura 19: Una reunión de coordinación institucional entre los jefes policiales, delegados de sindicatos y dirigentes de la Federación de la prensa de La Paz.....	62
Figuras 20, 21 y 22: Las imágenes muestran a los afiliados y equipos electrónicos en los cursos brindados en la sala de capacitación y computación que se instaló en dependencias de la biblioteca de la FTPLP.....	64

- Figura 23:** Dirigentes y afiliados a la FTPLP, en 2010, durante una reunión con la entonces ministra de Trabajo, Carmen Trujillo.....66
- Figura 24:** El entonces ministro de Comunicación, Iván Canelas, el viceministro Óscar Silva, dirigentes y afiliados a la Federación de la Prensa de La Paz.....67
- Figura 25:** En Noviembre de 2011, autoridades de los ministerios de Gobierno y Comunicación realizaron un seminario informativo con presencia de dirigentes de la FTPLP sobre la seguridad ciudadana.....67
- Figura 26:** El ministro de Gobierno, Carlos Romero; la ministra de Comunicación, Amanda Dávila, la dirigente de los trabajadores de la prensa de El Alto, Fabiola Furuya y Boris Quisberth.....68
- Figura 27:** Una marcha de los trabajadores de la prensa para exigir la aprobación de un seguro de vida y contra accidentes en su favor.....68
- Figura 28:** El 16 de septiembre de 2010, en una reunión con el presidente de la Comisión de Constitución del Senado, Eduardo Maldonado, la FTPLP respaldó el proyecto de ley antirracista69
- Figura 29:** Instalaciones de la radioemisora de propiedad de la FTPLP que funciona en ambientes de la propia entidad sindical.....71
- Figura 30:** Una marcha de trabajadores de la prensa.....72
- Figura 31:** Una Asamblea de Trabajadores de la prensa. Fue en 2010.....73
- Figura 32:** Una fiesta en el salón de la FTPLP. Fue en 2010.....74
- Figura 33:** Posesión del sindicato de trabajadores del canal televisivo PAT. Fue en 2010.....75
- Figura 34:** Un gráfico del estómago.....75

Figura 35: Trabajadores de la prensa de La Paz durante una marcha realizada en Plaza Murillo, en febrero de 2012.....95

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo tuvo como objetivo central, aplicar un plan estratégico de comunicación para mejorar la imagen institucional de la Federación de Trabajadores de la Prensa de La Paz (FTPLP)-Bolivia durante el periodo 2010 a mayo de 2012.

En el año 2008 fue elegido por el voto secreto de sus afiliados el nuevo Comité Ejecutivo de la FTPLP presidido por el dirigente Boris Quisberth.

Tras ello, en el último trimestre de ese año, uno de los delegados del sector de los fotógrafos, José Luis Quintana, presentó ante el Tribunal de Honor de esa entidad sindical una denuncia contra Quisberth y otros dirigentes elegidos, por supuesta vulneración a sus derechos sindicales.

La denuncia indicaba que a Quintana no se le permitió hablar en una reunión de la FTPLP que trataba sobre conflictos internos en el medio televisivo Canal 7, (hoy Bolivia Tv) referidos al paro de una hora que cumplieron los trabajadores de ese medio de difusión en demanda de objetivos socio-laborales.

De acuerdo al procedimiento establecido en un Estatuto Orgánico de la Federación de trabajadores de la Prensa, si el Tribunal de Honor de la FTPLP aceptaba procesar la denuncia de Quintana, tanto Quisberth y otros dirigentes señalados, podrían ser suspendidos en el ejercicio de sus actividades sindicales mientras dure el proceso de naturaleza ética. Es decir, la FTPLP corría el riesgo de ser descabezada.

Sin embargo, a esa denuncia se sumó (entre 2009 y 2012) una campaña de desprestigio interno impulsada por sindicalistas como Gregory Beltrán y Gonzalo Pérez (ambos de línea política trotskista) que señalaron a los dirigentes de la Federación de la prensa de estar vinculados al Movimiento al Socialismo (MAS), partido en función de Gobierno. Es decir estaba en marcha una campaña para afectar la imagen institucional de la FTPLP.

Esa campaña que buscó deteriorar la imagen institucional de la Federación paceña, se vio enriquecida con la falta de claridad –por parte de los dirigentes de la FTPLP- en la definición de objetivos estratégicos para la gestión de esa entidad sindical y la ausencia de jerarquización en la realización de actividades. Es decir no se tenía una idea precisa de la Realidad Esperada, del futuro deseado, de las utopías que guíen el trabajo de la FTPLP.

En nuevas elecciones efectuadas en 2010, Quisberth fue reelegido como Secretario Ejecutivo de la FTPLP. Su periodo de permanencia fue hasta 2012, sin embargo un Congreso sectorial –instancia máxima de decisión sindical- amplió su mandato hasta nuevas elecciones previstas en 2013.

En ese contexto, la campaña de desprestigio de Beltrán, Pérez y otros afiliados de línea trotskista en contra de los dirigentes de la entidad sindical, continuó. A ello se adicionó la insuficiencia en el conocimiento de las fortalezas, debilidades de esa entidad gremial y el desconocimiento del manejo de las herramientas propias del diseño de estrategias de comunicación, es decir del uso de la comunicación para lograr objetivos específicos, intencionalmente dirigida y sistemáticamente planificada.

Es por ello que, en base a los antecedentes anotados, se identificó el siguiente problema: ¿Cómo mejorar la imagen institucional de la Federación de Trabajadores de la Prensa de La Paz (FTPLP)-Bolivia durante el periodo 2010 a mayo de 2012?

En ese sentido, el presente trabajo tiene tres partes. En la primera se realiza la presentación de la institución, en este caso de la Federación de Trabajadores de la Prensa de La Paz (FTPLP), sus objetivos institucionales, sus principios, fuentes de ingresos y su organigrama. Este acápite incluye la formulación del problema detectado y los objetivos del Proyecto de Innovación Profesional

En la segunda parte se detalla la implementación del Proyecto de Innovación Profesional, las medidas de gestión para resolver el problema detectado, las definiciones de comunicación, comunicación estratégica, de Imagen Institucional, Identidad Institucional, del Pronóstico, Prospectiva y del Plan de acciones de comunicación.

En la parte tercera se exponen los resultados alcanzados, las conclusiones respecto a la mejora de la imagen institucional de la FTPLP y las recomendaciones.

Las técnicas usadas para el presente trabajo fueron la entrevista a actores considerados clave y la investigación documental. La entrevista es entendida, según Rodríguez JF (1995) como “la forma de comunicación mediante el intercambio de palabras en la cual una persona –el entrevistador- trata de obtener cierta información, o la expresión de determinados conocimientos o valoraciones sobre un tema dado”.

Para fines del presente trabajo se entrevistó a Boris Quisberth, Secretario Ejecutivo de la Federación de Trabajadores de la Prensa de La Paz (FTPLP) en el periodo 2010-2012; José Flores, dirigente sindical del canal televisivo Bolivisión ante la Federación de Trabajadores de la Prensa de La Paz; Jorge Landaeta, Secretario Ejecutivo interino (en junio de 2012) y miembro vitalicio de la FTPLP; Policarpio Toledo, trabajador de la prensa y ex periodista del matutino El Diario de la ciudad de La Paz; Clayton Benavides, periodista del periódico estatal Cambio; Alejandra Cuevas, periodista del periódico La Prensa de la ciudad de La Paz; Marco Fernández, periodista y corrector de estilo; Ivonne Juárez, periodista especializada en relacionamiento institucional; Guadalupe Tapia, periodista del periódico La Razón, de la ciudad de La Paz; René Quenallata, corresponsal en Bolivia de la agencia de noticias china Xinhua y a Veiska Soto, periodista.

La investigación documental consistió en revisar las publicaciones de los periódicos La Razón, Página 7 y Cambio referidas a la Federación de Trabajadores de la Prensa de La Paz correspondientes a los años 2010 a mayo de 2012. También fueron parte de la investigación documental las publicaciones escritas (boletines, cuadernillos y comunicados) de la FTPLP así como los reportes divulgados en la página web de esa entidad sindical.

PARTE I
ASPECTOS METODOLÓGICOS

1.1. PRESENTACIÓN DE LA INSTITUCIÓN

1.1.2. Nombre y ubicación de la institución

La Federación de Trabajadores de la Prensa de La Paz (FTPLP) está ubicada en la ciudad de La Paz, Bolivia, en la calle Campero número 52 a media cuadra del paseo de El Prado de la urbe paceña.

Según el Estatuto Orgánico de la FTPLP -aprobado en el IV Congreso Extraordinario Estatutario Departamental realizado del 1 al 2 de diciembre de 2007- la entidad sindical, “en uso de los derechos fundamentales de libre asociación y de sindicalización reconocidos por la Constitución Política del Estado y la Ley General del Trabajo y por decisión de la Asamblea General de 23 de marzo de 1954, se constituyó el Sindicato de Trabajadores de la Prensa de La Paz, sin fines de lucro y reconocido con Personería Jurídica N° 66017 emitida el 24 de febrero de 1955”.

En el marco de las Resoluciones del XII Congreso Nacional de Trabajadores de la Prensa de Bolivia, realizado en Quillacollo (Cochabamba), el 23, 24 y 25 de enero de 2002 y del III Congreso Departamental de los Trabajadores de la Prensa de La Paz, llevado a cabo del 19 al 21 de abril de 2002, el Sindicato de Trabajadores de la Prensa de La Paz (STPLP), cambió su razón social a Federación de Trabajadores de la Prensa de La Paz (FTPLP), con pleno ejercicio de los derechos adquiridos como organismo social, laboral, cultural y académico, agrega el artículo 2 del Estatuto de esa organización social referida al cambio de razón social.

El estatuto de esa entidad sindical está compuesto por 83 artículos, 12 capítulos y siete títulos.

La FTPLP está constituida por comités sindicales, sindicatos de trabajadores asalariados de diarios, revistas, periódicos impresos, radioemisoras, estaciones de televisión, periódicos y agencias digitales de noticias, comunicadores populares, comunitarios rurales, alternativos, periodistas autogestionarios, profesionales en

comunicación social y otros afines que trabajen en medios de información masiva del departamento de La Paz y que deseen afiliarse a ese ente sindical.

1.1.3 Objetivos de la institución

Los objetivos de la FTPLP son:

a) Asumir la representación sindical y defender los intereses legítimos de sus afiliados como el ejercicio de los derechos de los trabajadores establecidos en la Constitución Política del Estado, la Ley General del Trabajo, la Ley de Imprenta y otras normas afines.

b) Elaborar y ejecutar programas de carácter social para proveer a sus afiliados servicios médicos, prestaciones económicas o en especie para casos de enfermedad, fallecimiento u otras contingencias.

c) Promover la unidad, coordinación y ayuda entre los sindicalizados y constituirse en una instancia de mediación en los conflictos que se susciten entre afiliados o de éstos con sus patronos, personas individuales o colectivas ajenas a la FTPLP.

d) Generar y coordinar programas de capacitación, actualización y especialización de sus afiliados y fortalecer económicamente a la FTPLP.

e) Actuar de modo solidario con las entidades laborales matrices y otras organizaciones sindicales, culturales y sociales para defender los derechos de los trabajadores y de la sociedad.

f) Luchar por un nuevo orden informativo y de comunicación acorde con los intereses del pueblo.

g) Defender el derecho del pueblo a ser veraz y libremente informado.

h) La FTPLP acreditará la condición gremial, laboral y profesional del afiliado.

i) Promover la capacitación y actualización académica de los afiliados a la FTPLP.

1.1.4. Principios de la Institución

La FTPLP se rige por los siguientes principios:

a) Defender la libertad de expresión, opinión, comunicación e información como derechos inalienables de la sociedad.

b) Precautelar el sistema democrático, la soberanía, la independencia, los recursos naturales y el medio ambiente del país.

c) Promover, respetar y defender los derechos humanos.

d) Salvaguardar la independencia de la FTPLP en el ámbito ideológico, económico, político-partidario y gubernamental.

e) Respetar el derecho de autodeterminación e identidad de los pueblos y rechazar cualquier injerencia externa en asuntos internos de Bolivia.

f) Desarrollar una política revolucionaria para consolidar la liberación nacional, la justicia social y el derecho al trabajo.

g) Defender el ejercicio de la profesión del periodista en el marco de la Ley 494 de 19 de enero de 1925 (Ley de Imprenta).

h) Defender a los trabajadores de los medios de comunicación en el marco de la Constitución Política del Estado, La Ley General del Trabajo, sus Reglamentos, leyes sociales y este Estatuto.

1.1.5. Fuentes de ingreso de la institución:

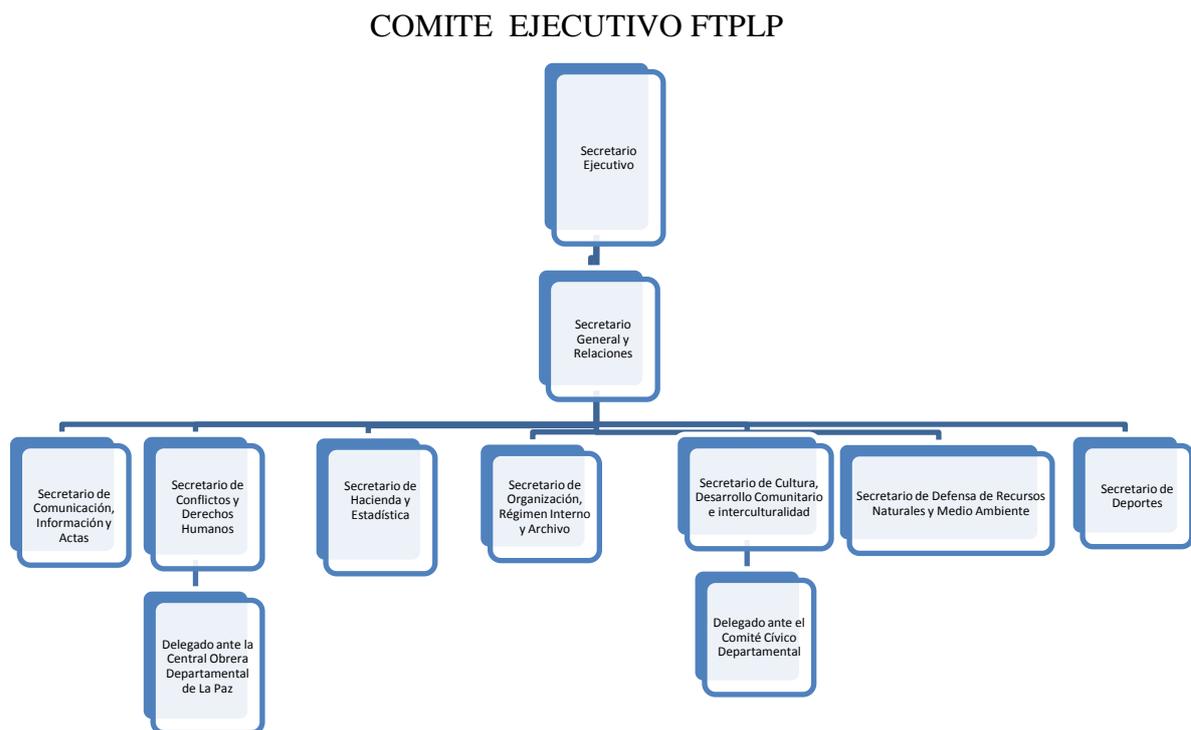
La Federación de Trabajadores de la Prensa de La Paz es una organización sindical que se financia por el aporte mensual voluntario de sus afiliados, aportes denominados como “cuotas sindicales”.

Además se nutre económicamente de la recepción de los alquileres de tres ambientes propios de la Federación como son el Restaurant de “La Prensa”, ubicado en la calle Campero, un ambiente destinado a una librería y un ambiente alquilado a un distribuidor de gaseosas. De manera excepcional, la FTPLP alquila su salón principal para algunos seminarios, charlas y acontecimientos sociales de personas e instituciones particulares que así lo soliciten.

1.1.6. Organigrama de la institución

La FTPLP está dirigida por un Comité Ejecutivo elegido mediante el voto secreto y democrático y universal de sus afiliados. El organigrama de esa organización sindical se presenta en la Figura 1.

Figura 1. Organigrama de la FTPLP



En la Figura 1 se observa el organigrama de cargos en la Federación de Trabajadores de la Prensa de La Paz. (FTPLP) de acuerdo al Estatuto Orgánico de esa institución. (Elaboración propia)

1.2. PROBLEMA DETECTADO

El año 2008 fue posesionado en nuevo Comité Ejecutivo de la FTPLP, máxima instancia de dirección de esa entidad sindical, a la cabeza del dirigente Boris Quisberth. Tras asumir funciones, la instancia sindical tropezó con problemas internos que amenazaron la estabilidad de esa dirección sindical.

Uno de los dirigentes del sector de los fotógrafos, José Luis Quintana, presentó en el último trimestre del año 2008 una denuncia ante el Tribunal de Honor de la FTPLP por supuesta vulneración a sus derechos sindicales contra dos integrantes del Comité Ejecutivo: Boris Quisberth y el secretario General y Relaciones, Javier Mancilla Luna.

El Tribunal de Honor de la FTPLP es una instancia que vela por el buen comportamiento ético de los afiliados y dirigentes de esa entidad sindical en el marco del Estatuto Orgánico de la Federación de Trabajadores de la Prensa de La Paz (FTPLP) y del Código de Ética de la Confederación de Trabajadores de la Prensa de Bolivia.

La denuncia indicaba que a Quintana no se le permitió hablar en una reunión de la FTPLP que trataba sobre conflictos internos en el medio televisivo Canal 7, (hoy Bolivia Tv) referida al paro de una hora que cumplieron trabajadores de ese medio audiovisual en demanda de objetivos socio-laborales.

Quintana adujo que se vulneró su derecho a la libre expresión contemplada en la Constitución Política del Estado (CPE) y el estatuto de la Federación paceña y, por ello, presentó una denuncia escrita ante el Tribunal de Honor de la FTPLP.

De acuerdo al procedimiento, de proseguir el trámite de la denuncia, los dirigentes Quisberth y Mancilla (en su condición de Secretario Ejecutivo y Secretario General, respectivamente), quienes presidían esa entidad tras recibir el apoyo mediante el voto de los afiliados a ese ente sindical, podían haber sido suspendidos por el Tribunal de Honor de la FTPLP mientras duren las investigaciones.

Según los pasos a seguir establecidos en el Estatuto de ese ente sindical, los dirigentes que fueran denunciados ante el Tribunal de Honor deberían ser suspendidos de sus funciones siempre y cuando ese Tribunal admita el procesamiento de esa acusación.

Es decir, como la denuncia era contra los dos principales dirigentes del Comité Ejecutivo de la FTPLP, se corría el riesgo de que toda la entidad sindical quede descabezada, pese a que los representantes gremiales llegaron gracias al voto democrático y secreto de los afiliados a esa entidad.

En 2009, los integrantes del Tribunal de Honor, Hugo Gonzales, Jaime Archondo, Félix Espinoza y Gustavo Portocarrero, encargados de conocer la denuncia de Quintana, impulsaron reuniones de conciliación entre el denunciante y los denunciados con el objetivo de que se encuentren soluciones al conflicto.

Por ejemplo, Espinoza llamó a la reflexión a Quintana y pidió a Quisberth y Mancilla que se respete la libertad de expresión de todos los afiliados, situación que fue resuelta satisfactoriamente tras varias reuniones entre los sectores. Archondo, por su lado, recomendó a Quintana tener un poco más de tolerancia y menos suspicacia.

Tras varios encuentros, el problema fue subsanado.

Sin embargo, a esa situación se sumó una campaña de desprestigio interno, en las gestiones 2010 y 2011 (contra los dirigentes sindicales de la Federación), impulsada por algunos afiliados a la FTPLP -que también estaban vinculados al Partido Obrero Revolucionario (POR) de línea trotskista- y ex dirigentes sindicales de esa Federación.

Por ejemplo, integrantes de base como Gregory Beltrán y el dirigente de los trabajadores del periódico La Prensa, de la ciudad de La Paz, Gonzalo Pérez -ambos de línea trotskista y militantes del POR- se sumaron al cuestionamiento de Quintana y acusaron a la dirigencia del Comité Ejecutivo de la FTPLP de estar sometida a intereses del Movimiento Al Socialismo (MAS), partido en función de Gobierno.

Por ejemplo, Beltrán y el grupo de dirigentes trotskistas impulsaron la difusión de un panfleto denominado “Línea Roja” en el cual se refirieron a la situación de la

dirigencia de la FTPLP. En ese texto se acusó sin pruebas a la dirigencia de la FTPLP de estar vinculada con el oficialismo (MAS) y de no actuar en coincidencia con los intereses de los trabajadores de la prensa de La Paz.

Es decir, se podía observar indicios de una campaña para afectar la Imagen Institucional de la Federación mediante la difamación y calumnia a sus principales dirigentes.

Ese escenario fue enriquecido con la falta de claridad en la definición de objetivos estratégicos para la gestión institucional de la FTPLP y, por tanto, la falta de ordenamiento de las actividades que se realizaba. Es decir, no se tenía una idea clara del Futuro Deseado, del futuro esperado, del ideal, utopía o aspiración en relación a la realidad.

Si bien se realizaron varias actividades, estas no estaban ordenadas ni jerarquizadas.

Los conceptos y la importancia de fortalecer la Imagen Institucional de esa entidad sindical no eran valorados con suficiencia por los dirigentes y el directorio de la FTPLP. Existía un nivel de desconocimiento de la trascendencia de fortalecer la Imagen Institucional de esa Federación de la prensa.

A ello se adicionó la falta de conocimiento ordenado de las fortalezas, debilidades de la FTPLP y la imprecisión en el sueño o Realidad Esperada que deseaban los afiliados para su entidad sindical.

Por ejemplo, Marianela Tamayo, dirigente del sector de los Independientes (conglomerado que agrupa a trabajadores de la prensa que trabajan en un medio o institución que no cuenta con un sindicato o comité sindical) planteó en varias oportunidades la necesidad de planificar las actividades a realizar a corto y mediano plazo. Ella criticó entonces la realización de actividades sindicales sin haber definido objetivos con claridad.

“Hermanos, planificaremos; para no perdernos en actividades y actividades hay que planificar”, sostuvo la dirigente en varias oportunidades. Inclusive ofreció realizar

un documento base para planificar las actividades de la FTPLP. Sugirió realizar talleres y seminarios en ese sentido, pero no fue escuchada.

En ese sentido, el secretario ejecutivo de la Federación paceña, Boris Quisberth, explicó que tras las denuncias de Quintana, el accionar de los trotskistas y la falta de definición de objetivos estratégicos, la entidad sindical que preside se vio en un momento complicado cuando dos de sus dirigentes corrían el riesgo de ser sometidos a un proceso ético, dejando descabezada a la FTPLP.

“Además, la práctica de la actividad sindical de la Federación era un poco ajena al uso de la planificación para ver algunos temas. La planificación nos sirvió para varias cosas, como por ejemplo ver que la FTPL, además de los problemas internos, estaba aislada respecto a los sectores sociales, gremiales y al Estado”, explicó Quisberth. (Entrevista realizada el 25 de abril de 2012)

Es por ello que, en base a los antecedentes anotados, se identificó el siguiente problema:

¿Cómo mejorar la imagen institucional de la Federación de Trabajadores de la Prensa de La Paz (FTPLP)-Bolivia durante el periodo 2010 a mayo de 2012?

El problema pudo ser atendido mediante los instrumentos y la teoría planteada en la materia de Diseño de Estrategias de Comunicación, dictada en el marco de la maestría en Comunicación Estratégica, de la Universidad Andina Simón Bolívar (UASB) en las gestiones 2006-2007.

Por ejemplo, en dicha materia se implementó la teoría y la metodología del diseño de las estrategias de comunicación, que incluye aspectos como la realización del Pronóstico, la Prospectiva -que incluye la formulación de la “Realidad Esperada”- y el diseño y ejecución del plan correspondiente.

En lo referido al Pronóstico, es decir -en palabras de Contreras A. (2007)- al “proceso de identificación de las tendencias que se construyen en los factores de la realidad relacionados con el caso”, se hizo un mapa de actores que apoyaban, eran neutros o contrarios a la FTPLP. Se analizó el entorno de ese momento y los riesgos,

tal como se indicó en la metodología dada a conocer en la materia citada en párrafos anteriores.

Luego se recurrió a la Prospectiva, es decir al “proceso de construcción conceptual de las alternativas de solución o potenciamiento de las alternativas pronosticadas”. Finalmente se diseñó un Plan (un proceso de programación operativa de las acciones de comunicación y de los mensajes) que luego fue aplicado para mejorar la imagen institucional de la Federación de Trabajadores de la Prensa de La Paz

En el caso de que no se hubiera aplicado un plan estratégico de comunicación para mejorar la imagen institucional de la FTPLP, existían los siguientes riesgos:

a) Los principales dirigentes de la Federación de Trabajadores de la Prensa de La Paz, podrían resultar suspendidos de sus funciones y la entidad sindical habría sido descabezada.

b) La imagen institucional de la FTPLP se vería seriamente afectada.

c) Los objetivos estratégicos de la FTPLP no estarían suficientemente visibilizados; su Realidad Esperada (RE) no estaría formulada, ni se tendría una idea precisa de los actores que la apoyaban, eran neutros o fueron contrarios a esa entidad sindical, en ese momento histórico.

c) Los adversarios políticos internos dentro de la FTPLP (como los dirigentes de línea trotskista como Beltrán y otros como Quintana) se aprovecharían de la ausencia de dirigentes democráticamente elegidos.

d) Las actividades de la FTPLP podrían haber quedado paralizadas, no habría quien administre los ingresos económicos, cobre alquileres, supervise el centro médico, y dirija las actividades sindicales de los trabajadores de la prensa de La Paz.

1.3. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO DE INNOVACIÓN

Por las razones señaladas líneas más arriba, existía la necesidad de diseñar y poner en marcha un plan para mejorar la imagen institucional de la Federación de Trabajadores de la Prensa de La Paz (FTPLP), Bolivia, durante las gestiones 2010 a mayo de 2012.

Justificación teórica

Según Contreras A. (2007), la planificación de la comunicación es una preocupación que cobra estatuto académico a mediados de los años '70, cuando se plantea que, en comunicación, la planificación se compone de políticas, estrategias y planes. Hasta entonces, planificar la comunicación equivalía a planificar básicamente mensajes y medios.

Hay varias concepciones sobre la planificación en Comunicación, según el autor citado, entre ellas, 1) una concepción utilitaria de la planificación de la comunicación reducida a mensajes, programas o medios; 2) una visión problematizadora de la planificación de la comunicación que parte de las realidades y materialidades existentes para desenvolver en ellas los procesos de comunicación; 3) una visión estratégica de la comunicación, fundamentada especialmente en los aportes de la planificación estratégica; y 4) una concepción más ligada a proyectos de desarrollo, que se propone una planificación desde las mediaciones, es decir desde los discursos comunicacionales.

Para fines del presente trabajo se optó por las concepciones 2 y 3 ya que se partió de realidades y materialidades (acciones de desprestigio contra los dirigentes de la Federación de Trabajadores de la Prensa de La Paz) para formular acciones de comunicación y porque se recurrió a los aportes de la planificación estratégica para elaborar un plan estratégico de Comunicación que contribuya al cumplimiento del objetivo trazado.

Justificación Social

El diseño de un plan de comunicación permitió que se puedan definir con más claridad los objetivos de la FTPLP, en el marco de su Estatuto Orgánico, es decir tener mejor identificada la Realidad Esperada (RE).

Esa planificación también posibilitó la identificación actores internos y externos contrarios, neutros y favorables a esa entidad sindical en momentos previos a la discusión del proyecto de la Ley Contra el Racismo, propuesta legal a la que se mostraron contrarios varios gremios de periodistas (excepto la FTPLP, que apoyó las medidas antirracistas e hizo sugerencias para que esa norma jurídica no afecte a los trabajadores de la prensa)

Tras la aplicación del plan de Comunicación se logró identificar claramente a los actores internos y externos contrarios, neutros y favorables a esa entidad sindical, se visibilizaron las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (FODA) para la FTPLP, se determinaron objetivos de acción y un plan de mensajes que sirvieron de guía para las actividades de los siguientes meses y años.

En este plan, se perfiló y se logró mejorar el acceso de la información de la FTPLP en los medios de difusión usando el Decreto Referido a la Columna sindical en lo referido a la obligatoriedad de publicar comunicados sindicales.

El Decreto, al respecto, indica, "Ninguna empresa periodística, radial o televisiva podrá negarse a publicar o difundir comunicados y pronunciamientos de las Federaciones y Confederaciones de la Prensa. Radio y Televisión, a los que se refiere el presente Decreto Supremo. Las personas responsables del incumplimiento de esta obligación serán procesadas y sancionadas conforme al tipo penal establecido en el Artículo 296 del Código Penal".

El artículo 296 del Código Penal indica: "Será sancionado con reclusión de seis (6) meses a tres (3) años y multa de treinta a doscientos días, el que ilegalmente

impidiere, estorbare la libre emisión del pensamiento por cualquier medio de difusión, así como la libre circulación de un libro, periódico o cualquier otro impreso”.

También se realizaron varios seminarios de acuerdo a lo definido en el plan estratégico de Comunicación. Se elaboraron y difundieron cartillas informativas, se promocionó cursos de capacitación, se mejoró el relacionamiento con entidades sociales y de Derechos Humanos y se tuvo acceso a varios medios de información masiva.

Luego se impulsó, como un aspecto del plan, la instalación de medios de difusión propios de la Federación de la Prensa, entre ellos la puesta en funcionamiento de una radioemisora de la FTPLP la cual tramita su licencia de funcionamiento pero actualmente realiza sus transmisiones de manera experimental en la banda de Frecuencia Modulada

Por otro lado es necesario destacar, como parte de la justificación del presente trabajo, la importancia de la imagen institucional como un elemento intangible que contribuye al grado de credibilidad de una organización o empresa (en este caso a la Federación de Trabajadores de la Prensa de La Paz).

Esto es importante ya que una imagen, según Rodríguez MJ. (2007), puede potenciar o detener un producto y su marca. La construcción de la imagen es lenta, agrega la autora, ya que contribuye a una base de confiabilidad, a la reputación de una determinada institución (en este caso la FTPLP).

En ese sentido, de acuerdo a Ventura J. (2000) se entiende que la identidad de una institución es como un autorretrato que esa organización tiene de sí misma y la imagen (institucional) es la interpretación del retrato por parte del público.

“La imagen de empresa es, en cierta manera -explica Ventura J. (2000)- un aspecto psicológico puesto que es la capacidad que tiene el público para imaginar, para ‘ver’ lo que es la empresa. Cada integrante de los distintos públicos tienen una imagen mental basada en datos acumulados, en recuerdos sobre lo que la empresa da a conocer a través de sus comunicaciones pero también, y sobre todo, de sus acciones. Psicológicamente, la imagen comprende otros aspectos como el pensamiento, la percepción, la memoria y la conducta, con un punto referencial: un determinado sistema

de valoración personal que es, en realidad el elemento central de la configuración de la imagen”.

Es por todo ello que resultó importante, para fines de la presente pesquisa, trabajar en la imagen institucional de la FTPLP, imagen que repercute en el grado de credibilidad de esa organización sindical ante la sociedad boliviana.

1.4. OBJETIVOS DEL PLAN DE INNOVACIÓN

1.4.1 Objetivo general

Aplicar un plan estratégico de comunicación para mejorar la imagen institucional de la Federación de Trabajadores de la Prensa de La Paz (FTPLP)-Bolivia durante el periodo 2010 a mayo de 2012

1.4.2 Objetivos específicos

- Conceptualizar la comunicación estratégica, la Imagen Institucional e identidad institucional.
- Sensibilizar a los dirigentes de la Federación de Trabajadores de la Prensa de La Paz sobre la importancia de la planificación estratégica en comunicación en la dirección sindical de la FTPLP.
- Elaborar el Pronóstico, la Prospectiva y el Plan estratégico de comunicación para mejorar la imagen institucional de la Federación de Trabajadores de la Prensa de La Paz (FTPLP)-Bolivia durante el periodo 2010 a mayo de 2012.
- Realizar seminarios sobre derechos laborales, medios masivos de información, ley contra el racismo, situación de la prensa, conflictividad y otros.
- Impulsar la creación de una sala de computación y capacitación para los afiliados a la FTPLP y para los trabajadores de la prensa en general.
- Acercar a la FTPLP al Estado y a sus autoridades.
- Impulsar la creación y funcionamiento de medios de difusión propios de la FTPLP.

1.5 Método

Para fines del presente trabajo se recurrió al método deductivo, es decir según Contreras A. (2007), a la “inferencia de carácter analítico que permite derivar conclusiones particulares a partir de premisas generales”.

Se entiende por método deductivo, de acuerdo al portal digital “Definición de” (2012) al “método científico que considera que la conclusión se halla implícita dentro de las premisas. Esto quiere decir que las conclusiones son una consecuencia necesaria de las premisas: cuando las premisas resultan verdaderas y el razonamiento deductivo tiene validez, no hay forma de que la conclusión no sea verdadera”.

PARTE II

**IMPLEMENTACIÓN DEL PROYECTO
DE INNOVACIÓN PROFESIONAL**

2.1 MEDIDAS DE GESTIÓN PARA RESOLVER EL PROBLEMA DETECTADO

En la Tabla que se presenta a continuación, se describe los aspectos generales del Plan y más adelante las medidas de gestión planteadas para dar solución al problema detectado

Tabla 1. Ficha técnica del plan.

Nombre del Plan:	Plan de comunicación estratégica para mejorar la imagen institucional de la Federación de Trabajadores de la prensa de La Paz (FTPLP)-Bolivia.
Ubicación Geográfica:	Ciudad de La Paz, Bolivia, Sudamérica.
Organismo en el que se aplicó el Plan:	Federación de Trabajadores de la prensa de La Paz (FTPLP).
Inversión aproximada:	\$us 20.000 (veinte mil dólares) (Véase Anexo sobre Presupuesto).
Responsable del diseño y aplicación del Plan:	Javier Humberto Mancilla Luna, Secretario General y de Relaciones de la FTPLP.
Responsable del manejo, distribución y control de los recursos económicos.	Boris Quisberth Luna, secretario ejecutivo de la FTPLP.
Participantes en las reuniones	Jorge Landaeta, del sector de los Fotoperiodistas (Fotógrafos) en la Federación de Trabajadores de la prensa y afiliado vitalicio a esa entidad sindical. José Flores, delegado del canal de televisión Bolivisión. César Ajpi, delegado del sindicato de Trabajadores del canal de televisión RTP. David García, delegado del periódico La Prensa.

	Jorge Fernández, del Canal 7. Parte del directorio 2010 de la Federación de Trabajadores de la Prensa.
Periodo de aplicación del Plan	Del año 2010 a mayo de 2012 (Véase el Cronograma, sección Prospectiva)

En la Tabla 1 se observa una síntesis básica del Plan

Las medidas de gestión aplicadas para resolver el problema planteado en el presente trabajo serán explicadas a partir de los objetivos específicos, de acuerdo al siguiente detalle:

Objetivo específico al que apuntó la actividad (OE-1):

■ ***Conceptualizar la Comunicación Estratégica, la Imagen Institucional e identidad institucional.***

Para responder a ese objetivo, en primer lugar se comenzó por buscar conceptos adecuados sobre lo que se entiende por comunicación.

Para fines del presente trabajo se entiende a la comunicación, según Torrico E. (1993, p. 19 y 20) como un proceso de intercambio de significados, de sentidos (significado y dirección) entre las personas: “Es más pertinente concebir a la comunicación como un campo, es decir como un universo de relaciones específicas desarrolladas entre ciertos fenómenos y elementos y que delimitan un espacio de conocimiento y acción reconocible. El campo comunicacional supone objetos varios, entornos, funciones, interacciones, estructuras y jerarquías y se refiere a la producción, intercambio (no necesariamente equitativo) intelección y usos sociales de significaciones”, indica el autor.

El estudio de la comunicación, agrega Torrico, se inscribe necesariamente en el ámbito de las Ciencias Sociales, es decir en el de aquellas ciencias que buscan conocer,

explicar y aún predecir los hechos de la realidad humana, tanto individual como colectiva.

La comunicación siempre es un proceso. Entendido como un objeto de estudio no se puede aislar del contexto social. Hay una naturaleza social. Comunicación no es sólo estudiar a los medios de información masiva, es decir no es sólo limitarse al mediacentrismo.

Modelo de comunicación

En términos generales, el presente trabajo se enmarca en el paradigma funcionalista “porque (ese paradigma) busca ver los efectos, resultados con un fin específico”, indica el citado autor (1993, p. 34 y 35).

En términos específicos, se utiliza el modelo de la Difusión planteado por Contreras A. (2007) que comprende las etapas de Sensibilización, Persuasión, Adopción y Sostenimiento (Figura 2).

Figura 2. Esquema de Difusión

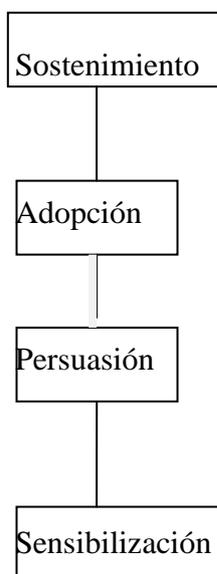


Figura 2. Modelo de Difusión planteado por Contreras A. (2007)

En ese sentido, se concibe la siguiente jerarquía de los elementos de la Planificación en Comunicación, donde la Políticas están en la base, encima se encuentra la estrategia y en la cúspide se encuentra el Plan.

Para fines del presente trabajo, se entiende por políticas, de acuerdo a Contreras A. (2007), a un conjunto explícito, coherente y duradero de normas, principios y aspiraciones que guían la acción. Las estrategias son vistas como previsiones sobre fines, sentidos y procedimientos. Los Planes se refieren a la organización de acciones y mensajes, agrega el autor.

La jerarquía entre la política, la estrategia y el plan se refleja en la Figura 3.

Figura 3. Elementos de la Planificación de la Comunicación

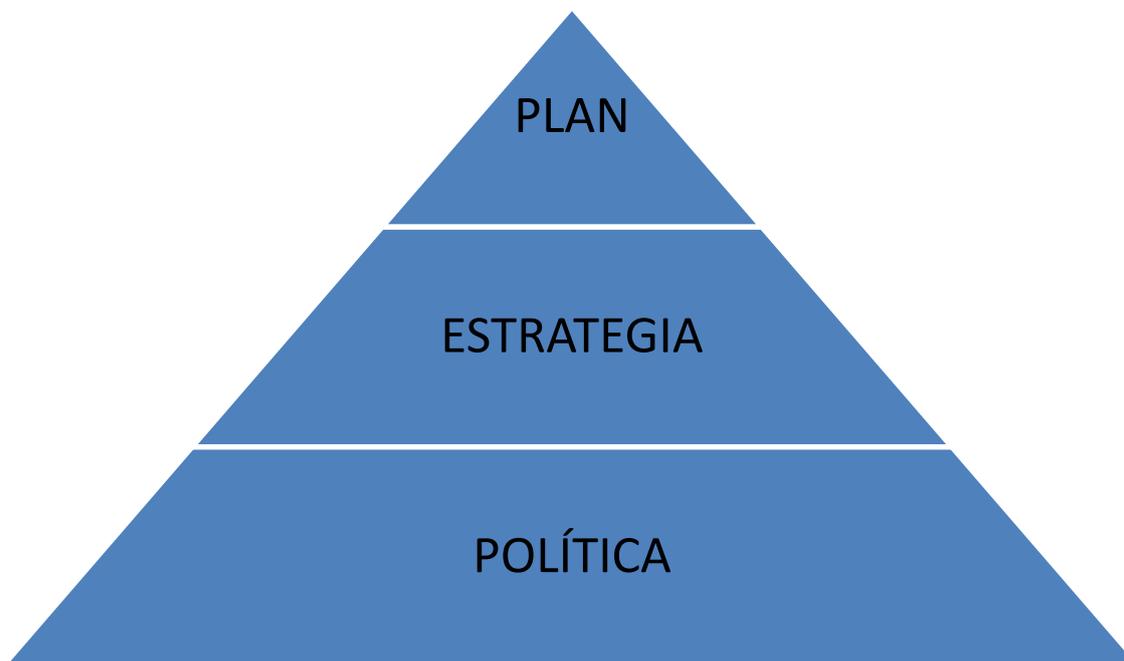


Figura 3. Pirámide de jerarquías donde se sitúa la política, la estrategia y el plan, según el planteamiento de Contreras A. (2007)

Por otro lado, se destaca la idea de que la planificación de la comunicación parte del futuro que se quiere construir. Ese proceso tiene los siguientes elementos: Pronóstico, Prospectiva y Plan.

El Pronóstico se refiere al proceso de identificación de las tendencias que se construyen en los factores de la realidad relacionados con el caso.

Los elementos del Pronóstico son los siguientes: El punto de partida que es la Realidad Actual (RA) que puede dirigirse a la Realidad Posible (RP) la cual se puede dar si es que no se aplica la planificación estratégica en un determinado caso. En el caso de que se aplique esta planificación, entonces se apunta desde la Realidad Actual (RA) a la Realidad Esperada (RE). Esas ideas se muestran en la Figura 4.

Figura 4. El punto de partida

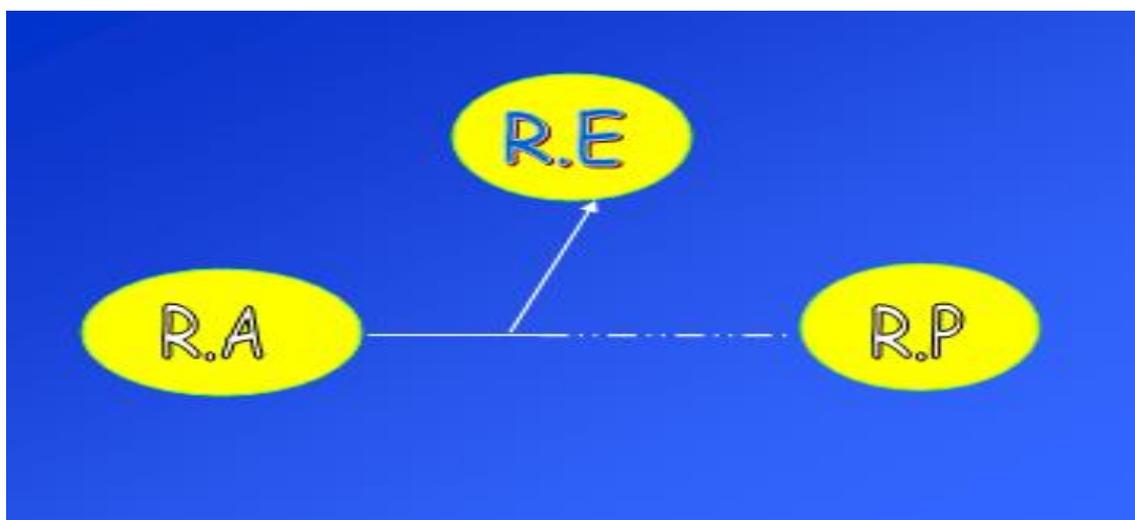


Figura 4. Esquema de relación entre la Realidad Actual (RA) de una organización; la Realidad Posible (RP) si es que no se definen objetivos estratégicos; y la Realidad Esperada (RE), futuro perfilado por la planificación estratégica para una determinada organización.

En el Pronóstico, un primer paso se refiere a que se debe definir una perspectiva, el sueño, ideal, utopía, aspiración en relación a la realidad identificada. Esta situación, objetivo, futuro deseado o sociedad a construir, requiere hacerse con decisiones y acciones específicas.

Un segundo paso es identificar la situación desencadenante; el problema, desviación o brecha (no ausencia) entre la Realidad Actual y la Realidad Esperada, entre el ser y el deber ser. Se requiere ver la potencialidad, es decir las virtudes o capacidades,

explícitas o implícitas, existentes en los factores de la Realidad Actual para construir la Realidad Esperada, indica Contreras A.

Otros pasos son: identificar los sujetos (ver ¿cuáles son los sujetos–individuales y/o colectivos, visibles y/o implícitos- que participan en el caso? ¿Cuáles son sus intereses?

La etapa siguiente consiste en la identificación de los factores del entorno (en términos de amenazas –obstaculizadoras- u oportunidades- facilitadores). Se identifican dos tipos de entorno: a) uno inmediato, cercano a la acción (proyecto, programa, estrategia que se pretende desarrollar) y b) otro entorno más amplio, macro, estructural que incide en las posibilidades de realización de la acción de comunicación.

Posteriormente se acude a la técnica de síntesis de los elementos de un diagnóstico, como por ejemplo a la herramienta F.O.D.A. (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) que tiene la capacidad de priorizar elementos internos y del contexto.

Luego se procede a la selección de los Escenarios Posibles para la realización de la Estrategia de Comunicación: Optimista (techo), Moderado (pared) o mínimo (piso).

En la Prospectiva se incluye al Futuro Esperado (que incorpora la misión institucional y visión a futuro de la organización).

En el Plan propiamente dicho, se requiere definir el qué decir, a quién decir, para qué decir, cómo decir, dónde, cuándo, y a qué costo. En el estilo del mensaje se debe ver si es más emotivo o de razonamiento o si se requiere enfatizar algo positivo o negativo.

2.1.1. Definición de Comunicación estratégica

Para conceptualizar lo que se entiende por Comunicación Estratégica, es necesario establecer lo que se entiende por estrategia.

La palabra estrategia proviene de la palabra “strategos” que tiene que ver con el “arte del general”. Es decir, según Contreras A. (2007), se refiere a las habilidades psicológicas y de carácter, de “liderazgo”; las habilidades administrativas (organización), habilidades de fuerza (vencer al enemigo, crear un sistema).

Las estrategias tienen objetivos, principios, planes y metas.

Para el sociólogo y especialista en planificación estratégica, Paz R. (2012), los seres humanos son los únicos habitantes del planeta que están conscientes de que un día van a morir. Se diferencian del resto de los animales y de las plantas por este atributo singular. Los seres humanos por consiguiente son los únicos seres vivos que tienen capacidad de anticipación. Pueden prever lo que va a suceder y actuar en consecuencia. A esta particularidad se la denomina cualidad estratégica. Imaginarse el futuro, diseñar escenarios probables y forjar un mañana deseable, son parte de ese proceso.

“Para llevar a cabo nuestra misión en el mundo –indica el citado autor– definimos objetivos, trazamos un camino que lleve a la consecución de los mismos, nos dotamos de las herramientas y de los insumos necesarios y, finalmente, organizamos todos estos factores y nos lanzamos a la empresa. Eso es la estrategia y sin ella cualquier emprendimiento es caótico y sujeto exclusivamente a las circunstancias y al azar”.

Hace algunos años se creía que la estrategia era una disciplina propia de la ciencia militar, pero en la actualidad prácticamente no existe un campo en el que ésta no pueda ser aplicada: desde los negocios, hasta la medicina, el urbanismo o en el campo de la comunicación.

En ese contexto, se puede concebir a la comunicación estratégica como el uso de la comunicación para lograr objetivos específicos, intencionalmente dirigida, y sistemáticamente planificada. Parte de la realidad actual y se fija un futuro posible.

Según el investigador en Comunicación Beltrán L.R. -citado en Contreras A. (2007)- la estrategia de Comunicación se refiere a la combinación de métodos con mensajes y planteamientos por medio de los cuales se busca lograr los objetivos de la comunicación.

Para Contreras A. (2007), la estrategia de comunicación tiene que ver con la articulación de objetivos, acciones y mensajes de comunicación con sujetos, enunciando su palabra desde lugares situados y planes /procedimientos para incidir en las prácticas sociales.

La Comunicación Estratégica, para Tironi y Cavallo (2004, p. 27) “es la práctica que tiene como objetivo convertir el vínculo de las organizaciones con su entorno cultural, social y político en una relación armoniosa y positiva desde el punto de vista de sus intereses y objetivos”.

En ese sentido, explican los dos autores, la Comunicación Estratégica es una herramienta disponible para organizaciones de cualquier naturaleza: empresas, fundaciones, entidades de gobierno instituciones religiosas, grupos y marcas. De hecho su tarea puede ser descrita como la gestión integral de la marca de las organizaciones.

La Comunicación Estratégica, agregan Tironi y Cavallo (2004, p. 27 y 28), actúa para reunir y sistematizar el stock de prestigio y credibilidad que toda organización necesita para alcanzar sus propósitos y enfrentar las tensiones y crisis características de la época actual.

La Comunicación Estratégica tiene un campo amplio de aplicación: a nivel empresarial para conseguir los objetivos de una organización dada, en la formulación de planes para marketing político y electoral, en tareas de mejoramiento de imagen de instituciones, gestión de crisis en comunicación, entre otros campos.

2.1.2. Definición de Imagen Institucional y características

Para conceptualizar la Imagen es importante precisar que se trata de un concepto de recepción. Es decir, indica la forma en que una organización es percibida por su entorno o por sus audiencias. Esta percepción es en parte generada por su comunicación, y en parte por el modo en que ésta es filtrada o decodificada por sus públicos, según Tironi y Cavallo (2004, p. 69).

Una imagen nunca es compartida de manera idéntica por diferentes audiencias: en la última línea, agregan los autores, cada individuo (o institución) fabrica su propia imagen a partir de la información que recibe.

Los públicos decodifican los mensajes y recrean las imágenes a partir de sus propias trayectorias, vivencias o entornos, agregan Tironi y Cavallo. Por ejemplo, un mismo mensaje es recibido e interpretado de tantas maneras como audiencias existan.

La identidad es el soporte final de la imagen.

Si se toma en cuenta que la imagen de toda entidad se sostiene en su identidad, ambos autores recomiendan que deba existir congruencia entre imagen e identidad.

En ese sentido, si una organización quiere recorrer el camino para construir una nueva imagen, según Tironi y Cavallo (2004), debe definir con claridad el campo que desea conquistar; preocuparse de crear la mística en la organización, indispensable para emprender en conjunto una aventura que conlleva riesgos y tensiones; asignar todos los recursos necesarios para llevar la tarea hasta el final, evitando cualquier desviación de energías y recursos a contiendas laterales.

La palabra Imagen proviene del griego eikon, que se refiere al ícono, figura, representación icónica según Costa J. (2006, p. 51,52 y 53.) quien destaca la importancia del concepto de Imagen Mental con las siguientes frases: “Evidentemente, la imagen corporativa no está en el entorno físico, sino en la memoria latente de los individuos y en el imaginario colectivo. De lo que estamos tratando (...) digámoslo de una vez, es de la Imagen Mental. Esta acepción del término lo separa del eikon (imagen visual) para afirmarse como Imago (imagen imaginaria o imaginada, imagen mental)”.

La imagen de empresa, agrega Costa J, es la representación mental en el imaginario colectivo de un conjunto de atributos y valores que funcionan como un estereotipo y determinan la conducta y opiniones de esta colectividad. Es decir que la imagen de la empresa (o de una organización) es la imagen que está en la cabeza de la gente.

La imagen de empresa (o de una organización), dice el autor mencionado en el párrafo anterior, es un efecto de causas diversas: percepciones, inducciones y deducciones, proyecciones, experiencias, sensaciones, emociones y vivencias de los individuos que de un modo u otro –directa o indirectamente- son asociadas entre sí (lo que genera el significado de la imagen) y con la empresa, que es su elemento inductor y capitalizador.

En esa línea, las imágenes mentales se configuran a través de los órganos periféricos del sistema sensorial que reciben docenas de miles de bits (unidades de información) por segundo y los transforman en señales de potencial eléctrico que son enviadas al sistema nervioso central cuya capacidad, según Costa J., no sobrepasa los 16 bits por segundo.

El sistema nervioso central, agrega Costa, discrimina el “mensaje en bruto” gracias al poder separador de los sentidos y la mente para esquematizarlo, reducirlo, sintetizarlo en un mensaje más simple y lleno de “sentido” de tal modo que se hace utilizable para el individuo en sus interacciones con otros y con las cosas.

Cuando la huella o recuerdo que deja esa síntesis mental que es la imagen – agrega el autor- tiene suficiente intensidad (racional, emocional o utilitaria) adquiere su capacidad de implicación psicológica que afecta al individuo mismo que la configura y la retiene en su mente. Se convierte así en una imagen-estereotipo de la conducta que está dispuesta a reaccionar cuando es estimulada por la empresa (o la organización), ya sea en forma de mensajes o actos, o por el individuo mismo a través de sus decisiones, acciones, mensajes, convicciones y opiniones.

Es así como las percepciones, experiencias y emociones ligadas a una empresa o institución -y por extensión a una marca, un producto o un servicio- estructuran los patrones de conducta social relativa al consumo, añade Costa.

La continuidad o sucesión en el tiempo, de los estímulos que configuran la imagen y a la vez activan la conducta, opera una reimpregnación de la mente. Acumulándose de este modo en la memoria emocional y estadística –indica- construyen y reconstruyen allí la imagen de la empresa (o de una organización).

2.1.3. Definición de Identidad Institucional

La Identidad de una organización determinada está relacionada con la Imagen institucional de esa empresa. Hay una relación directa. La imagen e identidad de una organización – indican Tironi y Cavallo (2004) - están estrechamente ligadas. La imagen que proyecta externamente una organización modifica en diverso grado la forma en que se ve a sí misma y se comporta; vale decir, interviene en su identidad.

Se entiende a la identidad como un concepto de emisión o transmisión. La identidad, explican Tironi y Cavallo (2004, p. 70) “refleja simultáneamente dos cosas: la constitución de una organización, con todos los rasgos que le dan carácter de tal, y la manera en la que ella se concibe y se ve a sí misma, incluyendo la manera en que desea ser percibida por sus audiencias relevantes”.

En esa línea, la identidad puede ser entendida como un atributo o un recurso corporativo; una parte del capital social.

En el caso del presente trabajo, se enfatizó la tarea de mejorar la imagen institucional de una organización sindical como es la Federación de Trabajadores de la Prensa de La Paz (FTPLP).

Objetivo específico (OE) 2:

■ *Sensibilizar a los dirigentes de la Federación de Trabajadores de la Prensa de La Paz sobre la importancia de la planificación estratégica en comunicación en la dirección sindical de la FTPLP.*

A finales de 2008, el afiliado de base de la FTPLP José Luis Quintana, del sector de los fotógrafos, presentó una denuncia en contra de dos integrantes FTPLP, Boris Quisberth y el secretario General y Relaciones, Javier Mancilla Luna (por supuesta vulneración a los derechos sindicales de Quintana), ambos integrantes del Comité Ejecutivo de la Federación de Trabajadores de la Prensa de La Paz

La denuncia ante el Tribunal de Honor de la FTPLP (que pudo haber desembocado en un descabezamiento de los dos principales dirigentes de la Federación) indicaba que a Quintana no se le permitió hablar en una reunión de la Federación que trataba sobre conflictos internos en el medio televisivo Canal 7, (hoy Bolivia Tv) referida al paro de una hora que cumplieron trabajadores de ese medio audiovisual en demanda de objetivos socio-laborales. Quintana adujo que se vulneró su derecho a la libre expresión.

A ello se sumó una campaña de desprestigio interno de la dirigencia sindical impulsada por algunos afiliados vinculados al Partido Obrero Revolucionario (POR) de línea trotskista y la falta de claridad en la definición de objetivos estratégicos para la gestión institucional de la FTPLP. Esa situación evidenció la insuficiencia en el ordenamiento de las actividades que se realizaba, es decir no se tenía una idea clara del Futuro Deseado, del futuro esperado, del ideal, utopía o aspiración en relación a la realidad actual.

Por ello es que se procedió a la etapa de Sensibilización para que los dirigentes de la entidad sindical conozcan la necesidad de aplicar un Plan de comunicación para tener claridad en los objetivos estratégicos y mejorar la imagen institucional de la Federación.

Con ese propósito se aprovecharon varias de las reuniones del directorio, que se efectúan regularmente mediante la modalidad de almuerzo-trabajo, los días martes de cada semana entre las 12:30 horas hasta las 15:30, durante la gestión 2010.



Figura 5. La imagen muestra uno de los almuerzos-trabajo, en 2010, del directorio y de afiliados de la FTPLP que se realizan los martes de cada semana. (A la izquierda, Javier Mancilla Luna, autor del presente trabajo; Jacqueline Tobar, delegada del periódico La Prensa; a la derecha, David García, fotógrafo asistente a las reuniones de planificación; Carlos Mendieta, entre otras personas).

La fase de sensibilización incluyó conversaciones personales con el secretario ejecutivo Boris Quisberth, el delegado de RTP, César Ajpi, el representante del periódico La Prensa, David García, el fotógrafo Jorge Landaeta, entre otras personas. A todas ellas se les explicó la importancia de, en esa coyuntura del año 2010, definir con claridad los objetivos estratégicos de la FTPLP para las siguientes gestiones, un mapa de actores que permita identificar a personas favorables, neutras y contrarias a los objetivos de la entidad gremial de la prensa, entre otros aspectos.

Objetivo Específico (OE) 3:

■ *Elaborar el Pronóstico, la Prospectiva y el Plan estratégico de comunicación para contribuir a mejorar la imagen institucional de la Federación de Trabajadores de la Prensa de La Paz (FTPLP)-Bolivia durante el periodo 2010 a mayo de 2012.*

Una de las primeras actividades que se realizó en el Comité Ejecutivo del directorio de la Federación de Trabajadores de la Prensa de La Paz (FTPLP) fue efectuar reuniones para identificar los objetivos estratégicos para las siguientes gestiones, tener una idea

clara de quienes y que sectores podían apoyar en el cumplimiento de esos objetivos, cómo se podía convencer a quienes estaban indiferentes frente a sus propósitos y quienes (personas e instituciones) podían ser considerados como adversarios a los objetivos trazados.

Para esos fines se recurrió a las herramientas proporcionadas en la materia de Diseño de Estrategias de Comunicación, dictada por el profesor Adalid Contreras Baspineiro, en el marco de la Maestría en Comunicación Estratégica de la Universidad Andina Simón Bolívar (UASB), sede La Paz, realizada en las gestiones 2006-2007.

Con esos propósitos se reunieron en instalaciones de la FTPLP, en la biblioteca de esa institución, las siguientes personas:

Boris Quisberth Luna, secretario ejecutivo de la FTPLP; Javier Mancilla Luna, secretario General y Relaciones de esa entidad; César Ajpi, delegado del sindicato de Trabajadores del canal de televisión RTP; David García, delegado del periódico La Prensa; Jorge Landaeta, representante del sector de los Fotoperiodistas (Fotógrafos) ante la Federación de Trabajadores de la prensa; José Flores, delegado del canal de televisión Bolivisión; y Jorge Fernández, del Canal 7 (Bolivia Tv), entre otros.

Las reuniones se realizaron una vez cada 15 días por espacio de tres meses.

En las reuniones se recurrió a la elaboración del Pronóstico, es decir se identificó una perspectiva, un sueño, ideal de los dirigentes sindicales respecto a la FTPLP; utopía, aspiración en relación a la Realidad Actual (RA). Se visualizó entonces el objetivo, el futuro deseado, la Realidad Esperada (RE) para la institución; en este caso, la Federación de Trabajadores de la prensa paceña.

Luego se elaboró un diagnóstico de la Realidad Actual (RA) de la Federación de Trabajadores de la Prensa de La Paz, se perfiló lo que podría ser la Realidad Posible (RP) que se podría dar si es que no se aplica un plan de comunicación estratégica para mejorar la imagen institucional de la entidad sindical.

El procedimiento que se siguió para la elaboración del diagnóstico de la Realidad Actual (RA) fue organizar reuniones con los dirigentes citados en las líneas

arriba del presente trabajo, bajo la coordinación de un facilitador (Javier Mancilla) quien usó una pizarra acrílica grande, marcadores de colores y comunicación oral para facilitar que los asistentes emitan sus ideas acerca de los objetivos estratégicos que debería tener la FTPLP y sobre la situación actual (en términos de imagen, impresiones personales, opiniones de terceros y coyuntura) de esa institución.

Cada participante dio ideas al respecto (lluvia de ideas), sin límites de tiempo o de propuestas. Esas ideas fueron anotadas en la pizarra y jerarquizadas por los propios dirigentes quienes, mediante el consenso, dieron su visto bueno a un resumen de conceptos centrales respecto a la Realidad Actual (RA) de la Federación de la prensa. Esas ideas también fueron anotadas en los respectivos cuadernos de varios participantes. Se tomó fotografías de la pizarra de anotaciones como parte de un registro.

Se identificó la situación desencadenante; el problema, desviación o brecha (no ausencia) entre la Realidad Actual (RA) y la Realidad Esperada (RE).

Después se realizó un mapa de actores a favor, neutrales y negativos respecto a los objetivos definidos por la Federación. Paso seguido se elaboró una matriz FODA para sintetizar los elementos del diagnóstico.

Posteriormente se procedió a la selección de los Escenarios Posibles para la realización de la Estrategia de Comunicación: Optimista (techo), Moderado (pared) o mínimo (piso).

Luego se pasó a la etapa del plan de las acciones de comunicación

2.1.4. Pronóstico

En las reuniones se recurrió a la elaboración del Pronóstico, es decir se identificó una perspectiva, un sueño, ideal de los dirigentes sindicales respecto a la FTPLP, utopía, aspiración en relación a la realidad identificada. Se visualizó entonces el objetivo, el futuro deseado, la Realidad Esperada (RE).

Las aspiraciones detectadas fueron

-Preservar y mejorar los derechos y la estabilidad laboral de los trabajadores de la prensa de La Paz y del país.

- Que los planteamientos y accionar de la FTPLP sean un referente a nivel nacional.

-Que los oficios del periodista y del trabajador de la prensa son actividades de alto riesgo y por ello necesitan atenciones y medidas adecuadas.

-Que si se perfilan acciones normativas jurídicas respecto al campo del periodismo, estas se den en el marco de la autorregulación y tomando en cuenta la propiedad de los medios de información masiva.

-Que los dirigentes de la Federación tengan presencia mediática

Tras la elaboración de la Realidad Esperada (RE) en las reuniones de los dirigentes se procedió a identificar la situación actual de la FTPLP respecto a las utopías trazadas, es decir se perfiló la Realidad Actual (RA) de la entidad sindical.

En ese sentido se detectó la siguiente situación de partida.

-Que la Asociación Nacional de la Prensa (ANP), entidad que congrega a varios directores y propietarios de medios, anunció el funcionamiento del Consejo Nacional de Ética, entidad que, sin la participación de la FTPLP, podría juzgar a cualquier periodista o trabajador de la prensa que fuese denunciado ante esa instancia. Además, esa Asociación habilitó líneas telefónicas y correos electrónicos para recibir quejas de periodistas que denuncien agresiones en su contra.

Ese Consejo, en los hechos, usurpaba las funciones de los Tribunales de Honor de las Federaciones departamentales que tienen la misión, entre otros aspectos, de procesar denuncias en contra de periodistas y trabajadores de la prensa afiliados a esas Federaciones.

Además, con la habilitación de las líneas de quejas, la ANP también usurpaba en parte algunas de las atribuciones de la FTPLP que entre sus objetivos institucionales tiene la misión de defender a sus afiliados.

-Otro aspecto que se observó en la situación de partida fue que la Confederación de Trabajadores de la Prensa de Bolivia, entidad que aglutina a algunas federaciones de la prensa del país, se halla en manos de sectores conservadores.

-Otro indicador es que el Movimiento al Socialismo (MAS) llegó al gobierno con más del 50% de apoyo electoral expresado en las urnas.

-El contexto internacional en Sudamérica se caracterizó -en el periodo de la realización del presente trabajo- por la vigencia de las democracias representativas y por el surgimiento de un bloque de países contestatarios al sistema capitalista que se agruparon en la Alternativa Bolivariana de las Américas (ALBA).

Tras identificar la Realidad Actual (RA) se pasó a perfilar la Realidad Posible (RP), es decir lo que podría suceder, según los dirigentes de la FTPLP, si es que no se tomaban acciones concretas de planificación estratégica.

En ese sentido se consideró que la entidad sindical paceña podría ser sobrepasada por la ANP (que creó un Consejo de Ética y espacios para atender quejas de periodistas).

Se vislumbró también que de no existir acciones concretas de planificación estratégica, se podría dar actividades sindicales sin ninguna orientación u objetivo.

En las reuniones se coincidió en que todo lo indicado en párrafos anteriores podría desembocar en una crisis sindical de credibilidad de la FTPLP, además de que existía el riesgo de que se pueda revocar los cargos de los ejecutivos de la Federación mediante la convocatoria a una Asamblea de afiliados.

Mapa de actores

Tras retratar la situación actual, en las citas de la FTPLP se elaboró, en base a la herramienta de identificación de los sujetos en relación con la problemática, un mapa de actores para determinar quienes estaban a favor, en contra o neutrales respecto a los objetivos propuestos por la Federación para las siguientes gestiones.

Además se hizo un punteo sobre los Recursos (acciones, posibilidades de reacción o acción que podían tener esos actores).

El procedimiento con el cual se confeccionó el mapa de actores fue mediante las consultas directas a los asistentes a las reuniones; es decir que se formó un grupo donde cada uno de los integrantes calificó a los actores identificados en las categorías a favor (Apoya) en contra (Negativo), o neutros respecto a los objetivos de la entidad sindical.

Por ejemplo César Ajpi, delegado del sindicato de Trabajadores del canal de televisión RTP, en lo referido al actor Asociación Nacional de la Prensa (ANP), sostuvo que esa organización es de esencia empresarial y que en varias oportunidades asumió posturas contrarias a las asumidas por la Federación de la Prensa de La Paz. “Ellos tienen sus medios”, sostuvo entonces al propugnar que se registre a la ANP como una institución adversa a los objetivos de la FTPLP.

Respecto al actor denominado “Confederación de Trabajadores de la Prensa de Bolivia”, el dirigente Jorge Landaeta, del sector de los Fotoperiodistas (Fotógrafos), recordó entonces que la FTPLP está impedida de participar en actividades de esa Confederación por decisión de un Congreso sectorial. Dijo en esa oportunidad que la Confederación “está con los sectores de la derecha” y que debería ser considerada como una organización contraria a los objetivos de la Federación paceña.

Sobre la relación entre la entidad sindical departamental y el Estado (Órganos Ejecutivo, Legislativo, Judicial y Electoral), Javier Mancilla, secretario general y de relaciones de la Federación de la prensa, recordó que el Gobierno tiene el respaldo del voto emitido en las urnas electorales, que tiene mayoría en el Legislativo, que posee el monopolio del uso legítimo de la fuerza (Policía, Fuerzas Armadas) y que tiene entre sus pilares a los movimientos sociales. Por ello, sugirió colocar a ese actor (Gobierno) como neutro pero con la perspectiva de “convertirse en aliado” para el cumplimiento de los objetivos estratégicos de la FTPLP.

En ese sentido, previo consenso de los participantes en las citas de planificación, se colocó un aspa (una x) en el lugar que el grupo situaba a un determinado actor.

De esa manera, tal como muestra la Figura 5, se identificaron los siguientes actores y sus recursos

Tabla 2. Mapa de actores

ACTORES	APOYA	NEUTRO	NEGATIVO	RECURSOS
Asociación Nacional de la Prensa (ANP)			X	Organización nacional con nexos internacionales. Control de medios impresos. Poder económico. Capacidad de amplificar su ideología.
Confederación de Trabajadores de la Prensa de Bolivia			X	Acceso parcial a Medios. Relaciones sindicales con Federaciones Departamentales.
Gobierno		X		Control de poder legítimo (Policía-FFAA). Partido (MAS) mayoría en el Legislativo/Capacidad de aprobar leyes. Legitimidad política (64,22% de apoyo electoral). Medios estatales (Radio Patria Nueva, Periódico Cambio, agencia digital ABI, Bolivia Tv (Canal 7) y radios comunitarias y populares asociadas.
Organizaciones Sociales		X		Capacidad de movilización. Relación sindical. Contactos e influencias en el Gobierno.
Medios privados de Información masiva			X	Definición de contenidos e influencia del régimen de propiedad. Posibles influencias de propietarios mediáticos en espacios de decisión jurídica/empresarial/laboral
Asociación de Periodistas de La Paz (APLP)			X	Capital académico. Acceso a espacios mediáticos de opinión e información. Redes colegiadas de periodistas a nivel nacional e internacional. Relación fluida con la ANP.

				Relación con la Confederación de Trabajadores de la Prensa de Bolivia
Universidades (UMSA) Carreras de Comunicación		X		Capacidad de movilización.
Asamblea Legislativa Plurinacional (ALP)		X		Capacidad de aprobar leyes, fiscalizar y hacer gestión.
Periodistas Independientes		X		Capacidad de difundir noticias en los espacios que se hacen cargo.
Organizaciones vecinales		X		Capacidad de movilización social
Universidades Privadas		X		Capital académico
Asambleístas que fueron periodistas		X		Capacidad de influir en la aprobación de leyes. Conocimiento del campo periodístico y sindical.
Comunicadores Populares	X			Acceso a medios populares

RESULTADOS DEL MAPA DE ACTORES

APOYOS	NEUTROS	NEGATIVOS
1	8	4

En la Tabla 2 se observa el mapa de actores favorables, neutros y negativos respecto a los objetivos de la Federación de Trabajadores de la Prensa de La Paz.

A continuación se muestra la fotografía tomada del pizarrón donde se sintetizó el mapa de actores y sus resultados.

Actores	Apoya	Neutro	Negativo
Gobierno		X	
Gobierno		X	
Gobierno	X		
Medios de comunicación		X	
Asociación	X		

Apoya 1
 Neutros 8
 Negativos 4

Figura 6. Pizarra donde se esquematizó el Mapa de actores que apoyan, son neutros o negativos a los objetivos de la FTPLP. La imagen fue tomada en el mes de febrero de 2010 en la biblioteca de la Federación de la prensa, lugar donde se reunieron dirigentes y afiliados a la entidad sindical.

Una vez cuantificado el resultado del mapa de actores (sólo un actor a favor, ocho neutros y cuatro negativos a los objetivos estratégicos de la FTPLP) se evidenciaron con claridad los siguientes elementos preliminares:

- 1) Que la Federación de Trabajadores de la Prensa de La Paz (FTPLP) se encontraba en ese momento aislada en su relación con otros actores.
- 2) Que la FTPLP tenía una imagen institucional negativa en cuatro actores.
- 3) Que era necesario iniciar un plan para acercar a la FTPLP a los actores neutros (entre ellos el Gobierno) para cumplir los objetivos trazados. Ese plan debería incluir la confección de una nueva imagen institucional.
- 4) Que a los actores negativos respecto a los objetivos de la entidad sindical, es decir aquellos a los cuales era muy difícil convencerlos o eran contrarios a la visión de mundo de la FTPLP, deberían ser caracterizados como amenazas a los propósitos de la organización gremial, y actuar en consecuencia.

Matriz FODA

Tras la elaboración del mapa de actores, se procedió a confeccionar la matriz FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) de la FTPLP.

Para ese fin se trabajó con Boris Quisberth Luna, secretario ejecutivo de la FTPLP; Javier Mancilla Luna, secretario General y Relaciones de esa entidad; César Ajpi, delegado del sindicato de Trabajadores del canal de televisión RTP; David García, delegado del periódico La Prensa; Jorge Landaeta, del sector de los Fotoperiodistas (Fotógrafos); José Flores, delegado del canal de televisión Bolivisión; Jorge Fernández, del Canal 7 (Bolivia Tv), entre otros.

El trabajo duró unas tres semanas (una reunión cada 15 días aproximadamente).

La forma de realizar el FODA fue mediante la participación e intervención de cada uno de los asistentes que planteaban ideas; aquellas que tenían el suficiente consenso, eran anotadas en una pizarra, según su categoría (Fortaleza, debilidades, etc.).

En ese sentido, se elaboró las siguientes categorías:

Fortalezas

-Se concluyó que la FTPLP cuenta con una capacidad de movilización, es decir que los dirigentes y trabajadores de la prensa de La Paz podían salir en marchas callejeras para lograr el cumplimiento de objetivos socio-laborales.

-Tiene un acceso relativo a los medios masivos de información mediante comunicados de prensa.

-Cuenta con las herramientas para enviar contenidos a los correos electrónicos de los afiliados ya que se tiene un banco de datos sobre periodistas de distintas áreas.

-Capacidad de tener contactos institucionales con autoridades del Estado.

-Cuenta con ambientes físicos (salones de la FTPLP) para realizar seminarios, encuentros, debates, etc.

Oportunidades

Se identificaron las siguientes oportunidades:

-La llegada al poder político del Movimiento al Socialismo (MAS), partido que anunció que gobernaría junto a los movimientos sociales y sindicales.

-La existencia de una simpatía entre los dirigentes de la FTPLP con el gobierno, simpatía que se tradujo en gestiones pasadas en que un representante de la entidad sindical fue candidato a la Asamblea Constituyente.

-El hecho de que los dirigentes sindicales de la Federación de la Prensa recién empezaban su gestión 2010-2012, situación que les otorgaba la fuerza adicional de una administración nueva.

Debilidades

Se identificaron las siguientes debilidades:

-División al interior de la Confederación de Trabajadores de la Prensa de Bolivia, entidad de la cual no es parte la FTPLP por decisión de un congreso departamental.

-Insuficiente presencia de la FTPLP en los medios de difusión

-Cierta animadversión de los empresarios respecto a los objetivos de la entidad gremial de la prensa paceña.

-Insuficiente participación y movilización de los afiliados a la FTPLP en las reuniones y actividades sindicales.

-Insuficiente conocimiento de los afiliados a la FTPLP de sus derechos constitucionales y laborales.

Amenazas

Se identificaron las siguientes amenazas:

-Riesgo de que la Asociación Nacional de la Prensa (ANP), compuesta por varios propietarios y directores de medios escritos privados, tome la iniciativa en actividades relativas al comportamiento ético de los trabajadores de la prensa de La Paz situación que usurparía la misión fiscalizadora y sancionadora del Tribunal de Honor de la FTPLP el cual es elegido por el voto democrático de los trabajadores de la prensa.

-De que los afiliados a la FTPLP cuestionen las tareas de la entidad sindical y se produzca una reacción adversa de ellos respecto a los objetivos sindicales.

-Que las acusaciones del afiliado José Luis Quintana a los dirigentes de la FTPLP Boris Quisberth y Javier Mancilla terminen en un proceso en el Tribunal de Honor de la entidad sindical y en un descabezamiento de hecho de la Federación de Trabajadores de la Prensa de La Paz.

Tras la elaboración del FODA, se procedió a la selección de los Escenarios Posibles para la realización de la Estrategia de Comunicación: Optimista (techo), Moderado (pared) o mínimo (piso).

Escenarios posibles

Optimista (techo)

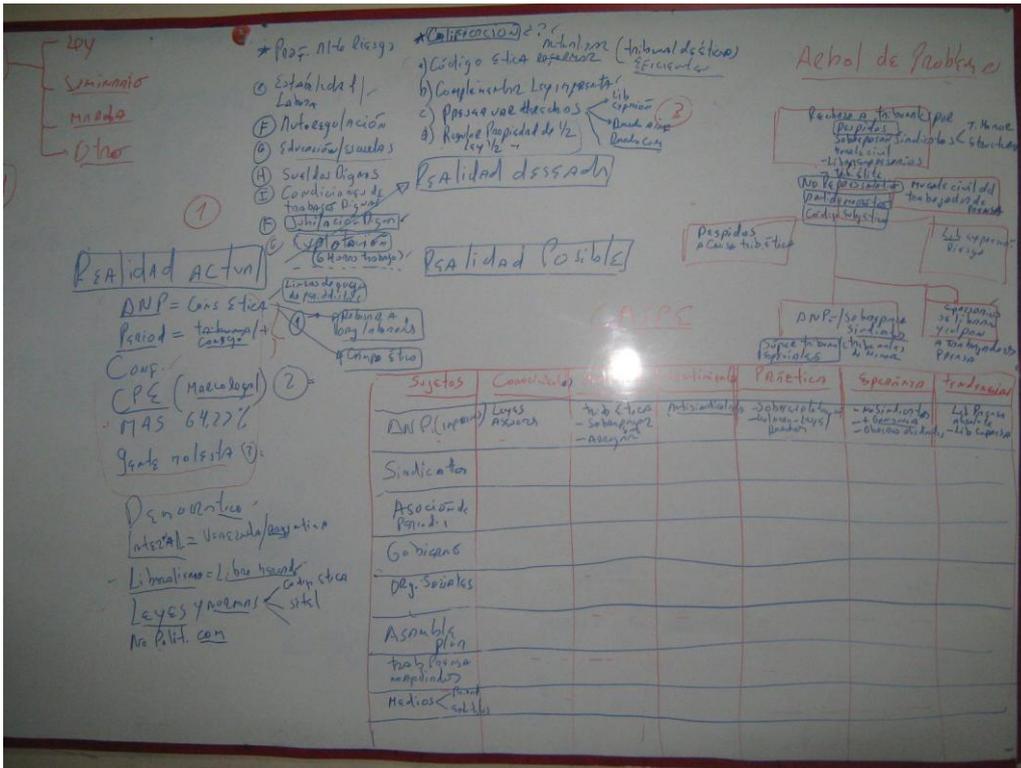
En este escenario se espera que los elementos planteados en la Realidad Esperada (RE) se concreten en hechos con el apoyo amplio de los afiliados a la FTPLP y que se mejore sustancialmente la imagen institucional de la Federación de La Paz.

Moderado (pared)

Que sólo una parte de la Realidad Esperada (RE) se concrete en hechos, que el apoyo de los afiliados a la entidad sindical sea relativo y que la imagen institucional de la Federación sea suficiente.

Mínimo (piso)

Que la Realidad Esperada (RE) no se visibilice en los hechos y que se carezca de apoyo de los afiliados a la FTPLP. Además de ello, la imagen institucional de la FTPLP se ve deteriorada y malograda.



Figuras 7 y 8. Las fotos muestran la pizarra colocada en la biblioteca de la FTPLP dónde se perfiló el Pronóstico, Prospectiva, los escenarios posibles y las bases del plan para mejorar la imagen institucional de la entidad sindical. En la foto 8, el dirigente Quisberth, entrega una ayuda económica para la curación del fotógrafo Alberto Valero, vestido con terno. (Al fondo, la pizarra dónde se plasmó parte del plan de comunicación). Fue en 2010.

2.1.5. Prospectiva

La planificación estratégica, explica Contreras A. (2007), se refiere a la capacidad de observación y de anticipación frente a desafíos y oportunidades que se generan, tanto de las condiciones externas a una organización, como de su realidad interna.

En ese sentido, el Futuro Deseado o Realidad Esperada (RE) es una realidad que se debe construir con la participación de los sujetos e intervención de la institución, en este caso los dirigentes de la Federación de Trabajadores de la Prensa de La Paz (FTPLP).

Es un punto (Realidad Esperada) que al no existir realmente, sino en la propuesta, en el deseo, en la esperanza de los sujetos sociales, tiene que asumirse como un proceso construible y por construir, agrega el autor.

El futuro deseado, la Realidad Esperada perfilada por los dirigentes de la FTPLP se puede resumir en las siguientes ideas:

- Preservar y mejorar los derechos y la estabilidad laboral de los trabajadores de la prensa de La Paz y del país.

- Que los planteamientos y accionar de la FTPLP sean un referente a nivel nacional.

- Que el oficio de periodista y trabajador de la prensa es una actividad de alto riesgo y por ello necesita atenciones y medidas adecuadas para su protección.

- Que si se perfilan acciones normativas jurídicas respecto al campo del periodismo, estas se den en el marco de la autorregulación y tomando en cuenta el rol de la propiedad de los medios de información masiva.

- Que los dirigentes de la Federación tengan presencia mediática.

De acuerdo al Diseño de la Estrategia de Comunicación, el Futuro Deseado, para ser operativo en un plan estratégico, precisa explicarse en la MISIÓN institucional y la VISIÓN de futuro.

Visión

Respecto a la Visión de futuro, ésta se refiere a la declaración amplia y suficiente de dónde se quiere llegar (horizonte).

La Visión comprende un conjunto de ideas generales que proveen el marco de referencia de lo que se quiere ser en el futuro

Señala el rumbo, la dirección de las acciones. Es el lazo que une el presente y el futuro

En esa línea se avanzó, en términos generales, en las reuniones con los dirigentes de sindicatos afiliados a la FTPLP que participaron en la construcción de la estrategia de comunicación.

En ese sentido la Visión de la FTPLP se puede resumir en la siguiente frase, cuyos conceptos están contenidos en el Estatuto Orgánico de la Federación de Trabajadores de la Prensa de La Paz, aprobado en 2007:

“Nos esforzamos para conseguir una sociedad donde se garanticen la libertad de expresión, información, el derecho a la comunicación en el marco de una política revolucionaria y anticolonial para consolidar la liberación nacional, la justicia social y el derecho al trabajo”.

Misión

Respecto a la Misión, ésta se refiere a qué es lo que debemos hacer todos los días para llegar a cumplir la Visión.

La Misión debe inspirar la acción, determinar comportamientos a seguir, generar motivaciones, reflejar atributos y talentos, ser consistente con la Visión.

La Misión, explica Contreras A. (2007), se expresa operativamente en: quién, hace qué, para qué, dónde, cómo, cuándo.

Identifica los propósitos y límites de la organización, es decir, la declaración fundamental que le da el carácter constitutivo a la organización y a su acción.

¿Cuál es nuestro propósito hoy y cuál debiera ser en el futuro?, es una de las premisas de la Misión.

La misión determina la estructura de la organización, los criterios de asignación de recursos, las posibilidades de desarrollo de las personas, etc.

La misión impone una frontera al accionar de la organización, es decir, hace explícito para todos los involucrados, aquello que la organización no debe hacer.

La declaración de una misión describe lo que hace una organización, con quien o para quién, y, a grosso modo, cómo lo hace, según el texto Planificación Estratégica proporcionado por Paz B. (2006) durante la materia de Planificación Estratégica impartida en el marco de la Maestría en Comunicación Estratégica de la Universidad Andina Simón Bolívar (UASB), sede La Paz.

En ese sentido y en términos generales, la Misión de la FTPLP, está contenida en la siguiente frase, cuyos conceptos están incluidos en el Estatuto Orgánico de la Federación de Trabajadores de la Prensa de La Paz aprobado en 2007:

La Federación de Trabajadores de la Prensa de La Paz (FTPLP), es un organismo sindical, social, laboral, cultural y académico que defiende los derechos de los trabajadores asalariados de medios impresos, televisivos, radiales, comunicadores populares y comunicadores sociales afiliados del departamento de La Paz en el marco de la defensa del sistema democrático, la soberanía, la independencia, los recursos naturales, los Derechos Humanos y en rechazo a cualquier injerencia externa en asuntos internos de Bolivia.

Elementos para la política de comunicación

En este acápite, según Contreras A. (2007) la política (de comunicación) se refiere al conjunto explícito, coherente y duradero normas, principios y aspiraciones que guían la acción.

Tabla 3 Principios y normas

PRINCIPIOS	NORMAS
<p>1) La FTPLP se rige por los siguientes principios: a) Defender la libertad de expresión, opinión, comunicación e información como derechos inalienables de la sociedad.</p> <p>b) Precautelar el sistema democrático, la soberanía, la independencia, los recursos naturales y el medio ambiente del país.</p> <p>c) Promover, respetar y defender los derechos humanos. d) Salvaguardar la independencia de la FTPLP en el ámbito ideológico, económico, político-partidario y gubernamental. e) Respetar el derecho de autodeterminación e identidad de los pueblos y rechazar cualquier injerencia externa en asuntos internos de Bolivia. f) Desarrollar una política revolucionaria para consolidar la liberación nacional, la justicia social y el derecho al trabajo. g) Defender el ejercicio de la profesión del periodista en el marco de la Ley 494 de 19 de enero de 1925 (Ley de Imprenta). h) Defender a los trabajadores de los medios de comunicación en el marco de la Constitución Política del Estado, La Ley General del Trabajo, sus Reglamentos, leyes sociales y el Estatuto de la FTPLP.</p>	<p>1) Artículo 21, incisos 3,5 y 6 de la Constitución Política del Estado Plurinacional de Bolivia Las bolivianas y los bolivianos tienen los siguientes derechos: Inciso 3: "...a la libertad de pensamiento". Inciso 5: "A expresar y difundir libremente pensamientos y opiniones por cualquier medio de comunicación, de forma oral, escrita o visual, individual o colectiva". Inciso 6: "A acceder a la información, interpretarla, analizarla, y comunicarla libremente de manera individual o colectiva".</p> <p>-Artículos 106 y 107 de la Constitución Política del Estado.</p> <p>2) Ley de Imprenta del 19 de enero de 1925.</p> <p>3) Ley Contra el Racismo y toda forma de Discriminación (ley 045 del 8 de octubre de 2010).</p> <p>4) Reglamento de la Ley Contra el Racismo y toda forma de Discriminación, Decreto Supremo Número 0762 del 5 de enero de 2011.</p> <p>5) Pago de una compensación por gasto de transporte urbano. Decreto supremo 0135 del 20 de mayo de 2009.</p> <p>6) Transporte nocturno para los trabajadores de medios de comunicación. Decreto supremo número 1151 del 29 de febrero de 2012.</p> <p>7) Columna sindical. Decreto Supremo número 0136.</p> <p>8) Estatuto Orgánico del Periodista. Decreto Supremo número 20225.</p>

	<p>9) Compensación en periodo pre-eleccionario. Resolución ministerial número 500/85.</p> <p>10) Cajas sindicales. Resolución Ministerial número 334/76.</p>
--	--

En la Tabla 3 se enumeran las normas jurídicas relativas a la prensa y los principios de la FTPLP establecidos en su Estatuto Orgánico en vigencia.

Definición de las estrategias

En el aspecto de la Prospectiva, es necesario recuperar la definición de las Estrategias según sus tendencias (ofensiva o defensiva), proceso desarrollado después de la síntesis del Pronóstico.

En lo referido al Pronóstico se recurrió a la herramienta de planificación FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) y se escogió una estrategia Ofensiva, es decir se buscó aprovechar las Fortalezas sumadas a las Oportunidades que se presentaban para priorizar las potencialidades detectadas.

Es decir se recurrió a la Estrategia FO (Fortalezas más Oportunidades). Las Fortalezas detectadas fueron: Capacidad de movilización, acceso relativo a los medios masivos de información mediante comunicados de prensa; acceso a un banco de correos electrónicos de trabajadores de la prensa para llegar a ellos con contenidos; capacidad de tener contactos institucionales con autoridades del Estado y uso eficiente de los ambientes físicos de la FTPLP para realizar seminarios, encuentros, debates, etc.

Esas Fortalezas se sumaron a las Oportunidades detectadas: La llegada al poder político del partido Movimiento al Socialismo (MAS), los relativos contactos y cercanía entre algunos dirigentes de la FTPLP con el gobierno y la potencia de contar con un nuevo directorio de la FTPLP salido de las urnas y el voto de sus afiliados.

De acuerdo a las características de la Estrategia de Comunicación citadas por Contreras A. (2007), se establecieron los siguientes parámetros:

Por su sentido comunicacional se escogió lo referido a la información.

Por su carácter comunicacional, se recurrió a lo grupal, individual y, en algunos casos, a lo masivo.

Por su cobertura, se trabajó en el ámbito local y regional.

Por su definición, se tiene las características de legitimación y socialización.

En lo referido a la definición de objetivos se vislumbró estos en el corto, mediano y largo plazo para que la organización tenga un accionar coherente con su misión.

En términos amplios, se entiende por objetivo a la indicación de a dónde quiere uno ir.

Tabla 4. Prospectiva- objetivos

SITUACIÓN EXISTENTE	OBJETIVOS
	Largo plazo: Consolidar una imagen institucional solida, positiva y proactiva de la FTPLP.
	Mediano plazo: Mejorar la imagen institucional de la FTPLP.
	Corto plazo Mejorar en relacionamiento institucional de la FTPLP con públicos externos (Estado y organizaciones sociales).

En la tabla 4 se mencionan los objetivos relacionados con la prospectiva a largo plazo, mediano plazo y corto plazo.

2.1.6. Plan de las acciones de comunicación.

Tabla 5. Campos de acción y sus componentes

CAMPOS DE ACCIÓN	COMPONENTES
Información	Fuente Campañas
Organización	Fortalecimiento

	Coordinación
Participación	Expresión Deliberación Movilización
Educación	Formación Capacitación

Campos de acción y sus componentes en la Tabla 5.

Para fines del presente trabajo se priorizó los campos de acción referidos a la Información, Organización y Educación (que incluye Formación y Capacitación)

Tabla 6. Matriz de Plan

Campo	Sujetos	Hipótesis de cambio	Componentes
Información	Públicos objetivos (afiliados a la FTPLP, periodistas, medios de información masiva, dirigentes de instituciones y organizaciones sociales)	Los públicos objetivos conocen las actividades y visión de mundo de la FTPLP. Se concretan acuerdos a favor de los trabajadores de la prensa de La Paz.	Difusión y divulgación de contenidos informativos referidos a las actividades de la FTPLP -Reuniones con dirigentes de organizaciones sociales y autoridades del Estado.
Educación	Públicos objetivos (afiliados a la FTPLP, periodistas, público en general)	Los públicos objetivos conocen de los derechos laborales y normas referidas al sector.	Capacitación sistemática mediante seminarios y talleres en diversos campos. -Funcionamiento de un centro de capacitación en computación, audiovisuales y en el campo del diseño gráfico.
Organización	Afiliados y dirigentes de la FTPLP	Se comprometen y asisten a movilizaciones callejeras.	Marchas y movilizaciones callejeras para exigir cumplimiento de derechos.

Tabla 7. Acciones de Comunicación

Hipótesis de Cambio	ACCIONES POR ESTRATEGIAS		
	POLÍTICA	SOCIAL	PROTAGONISMO
<p>Información Los públicos objetivos conocen las actividades y visión de mundo de la FTPLP. Se concretan acuerdos a favor de los trabajadores de la prensa de La Paz.</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Seminarios y talleres con instituciones -Publicaciones -Eventos -Revista -Boletines de prensa impresos y digitales. -Agenda de reuniones con autoridades. 	<ul style="list-style-type: none"> -Programa radiofónico semanal -Instalación y funcionamiento de una radioemisora de la FTPLP. 	<ul style="list-style-type: none"> -Asistencia a charlas y actividades referidas al periodismo, la comunicación y la política. -Reuniones con autoridades de los Órganos Ejecutivo y Legislativo.
<p>Educación Los sujetos conocen de los derechos laborales y normas referidas al sector.</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Seminarios sobre derechos laborales y sobre el campo de la comunicación. -Cursos de capacitación 	<ul style="list-style-type: none"> -Instalación de un centro de capacitación computarizado. 	<ul style="list-style-type: none"> -Eventos variados.
<p>Organización Dirigentes y afiliados a la FTPLP se comprometen y asisten a movilizaciones callejeras en defensa de sus derechos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Reuniones de coordinación -Reuniones del directorio de la FTPLP. 	<ul style="list-style-type: none"> -Panfletos para convocar a mítines y marchas -Boletines de prensa. -Contenidos enviados vía correos electrónicos. 	<ul style="list-style-type: none"> Asistencia a la Plaza Murillo de la ciudad de La Paz para realizar marchas de protesta y exigir cumplimiento de derechos.

Las tablas 6 y 7 se refieren a la matriz del plan de las acciones de comunicación, de acuerdo al modelo planteado por Contreras A. (2007)

Tabla 8. Cronograma de actividades

Gestiones 2010- 2011 y 2012

ACTIVIDADES	2010 Semestre 1	2010 Semestre 2	2011 Semestre 1	2011 Semestre 2	2012 Semestre 1(hasta el mes de mayo)
Sensibilización de la importancia de la planificación estratégica en la dirección sindical de la FTPLP	X				
Reuniones del directorio FTPLP para ver objetivos estratégicos	X	X			
Reuniones de dirigentes y parte del Directorio para elaborar el Pronóstico, Prospectiva y Plan de Comunicación para mejorar la Imagen institucional de la FTPLP.		X			
Taller de capacitación sobre derechos de las mujeres		X			
Centro de capacitación en computación		X	X		
Seminarios sobre los medios de difusión, ley de imprenta, conflictividad y Ley de Telecomunicaciones.		X	X	X	X
Elaboración y divulgación de cuadernillos sobre los derechos laborales.			X		
Reuniones con autoridades del Órgano Ejecutivo y del Legislativo para la coordinación de actividades y normas para los trabajadores de la prensa.		X	X	X	X
Elaboración de boletines (impresos y digitales) de prensa sobre las actividades de la FTPLP destinados a los afiliados y a medios de difusión.	X	X	X	X	X
Instalación de una radioemisora de la FTPLP				X	

La Tabla 8 muestra el cronograma de las actividades desarrolladas, en el marco del plan, por semestre.

Posteriormente, de acuerdo a los objetivos específicos del Plan de Comunicación, se procedió a definir las Características, Estilo, Oportunidad y Medio de los elementos centrales de los mensajes que se pretendían emitir, según se resume en la Figura 12

Tabla 9. Elementos del Mensaje

Mensaje	Sujetos	Medio	Estilo	Ubicación	Oportunidad	Beneficio
1) Hay que planificar la gestión y definir objetivos. Sensibilización de la importancia de la planificación estratégica en la dirección de la FTPLP	Dirigentes de la FTPLP.	Comunicación interpersonal y grupal.	Razonamiento /serio/Grupal.	Reuniones directorio FTPLP	Todos los martes, día de cita del Directorio. Reuniones interpersonales.	La FTPLP cuenta con un plan de comunicación para mejorar su imagen institucional.

Mensaje	Sujetos	Medio	Estilo	Ubicación	Oportunidad	Beneficio
2) Determinar los objetivos estratégicos, la Realidad Actual (RA) y la Realidad Esperada (RE)	Dirigentes de la FTPLP.	Comunicación interpersonal y grupal.	Razonamiento /serio/Grupal. Humor.	Reuniones con dirigentes de la FTPLP	Fines de semana	Los dirigentes determinan objetivos estratégicos, identifican Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas a su gestión.

Mensaje	Sujetos	Medio	Estilo	Ubicación	Oportunidad	Beneficio
3) Derechos de las mujeres. Taller de capacitación sobre sus derechos.	Dirigentas y afiliadas a la FTPLP.	Correos electrónicos y comunicación interpersonal.	Razonamiento /individual/serio /Repetitivo	Salón de la FTPLP	Desayuno trabajo/taller	Las mujeres afiliadas y dirigentes conocen mejor sus derechos.

Mensaje	Sujetos	Medio	Estilo	Ubicación	Oportunidad	Beneficio
4) Importancia de capacitar a afiliados/Centro de capacitación en computación	Afiliados a la FTPLP.	Contactos institucionales con la Iglesia de Mormones y con la empresa telefónica VIVA.	Razonamiento /individual/serio /Argumento directo.	Biblioteca de la FTPLP	Contactos con la Iglesia de Mormones y con la empresa telefónica Viva.	La FTPLP cuenta con su centro de computación y capacitación. .

Mensaje	Sujetos	Medio	Estilo	Ubicación	Oportunidad	Beneficio
6) Debatir y conocer mejor la situación de los medios, ley de imprenta, de Telecomunicaciones y	Afiliados a la FTPLP.	Correos electrónicos, afiches y comunicación interpersonal.	Razonamiento /individual/serio /Repetitivo/ conclusión indefinida.	Salón de la FTPLP	En horario nocturno, desayunos trabajo.	Los afiliados a la FTPLP conocen mejor la situación de

sobre conflictividad.						los medios y de leyes sectoriales.
-----------------------	--	--	--	--	--	------------------------------------

Mensaje	Sujetos	Medio	Estilo	Ubicación	Oportunidad	Beneficio
7) Afiliados a la FTPLP deben conocer sus derechos laborales.	Afiliados a la FTPLP.	Cuadernillos con normas laborales que son entregados a los afiliados.	Razonamiento /individual/serio /Repetitivo/	Entrega a afiliados en seminarios y mediante sus dirigentes sindicales.	Reuniones del directorio sindical	Los afiliados a la FTPLP conocen mejor sus derechos laborales.

Mensaje	Sujetos	Medio	Estilo	Ubicación	Oportunidad	Beneficio
8) Crear y fortalecer los lazos con autoridades de Estado para lograr los objetivos de la FTPLP.	Autoridades de los Órganos Ejecutivo y Legislativo.	Reuniones interpersonales	Razonamiento /individual/serio /Grupal	Palacio de Gobierno y Asamblea Legislativa Plurinacional y ambientes de la FTPLP.	Reuniones de acuerdo a la agenda de las autoridades de Estado.	Mejorar la relación de los dirigentes de la FTPLP con autoridades de Estado para el logro de objetivos institucionales.

Mensaje	Sujetos	Medio	Estilo	Ubicación	Oportunidad	Beneficio
9) Divulgar y difundir las actividades de la FTPLP.	Afiliados a la FTPLP y medios de difusión.	Boletines (impresos y digitales)	Razonamiento /individual/serio. /Conclusión definida.	En citas de directorio de la FTPLP y mediante la red internet.	Tres veces por semestre o según la coyuntura.	Los afiliados a la FTPLP conocen las actividades sindicales.

Mensaje	Sujetos	Medio	Estilo	Ubicación	Oportunidad	Beneficio
10) La FTPLP requiere una radioemisora para expresar sus puntos de vista.	Afiliados a la FTPLP y autoridades del Gobierno.	Comunicación interpersonal	Emoción/ /grupal/serio. /Repetitivo	Directorio de la FTPLP y comunicación interpersonal	Una dos veces por semana.	La FTPLP cuenta con una radioemisora propia.

La Tabla 9 se refiere a los elementos centrales de los mensajes, sus destinatarios y características.

Objetivo Específico (OE) 4:

- *Realizar seminarios sobre derechos laborales, medios masivos de información, ley contra el racismo, situación de la prensa, conflictividad y otros.*

El Pronóstico, la Prospectiva, el FODA realizado para definir la situación actual de la FTPLP, los objetivos y los escenarios posibles, permitieron evidenciar la necesidad de realizar talleres y seminarios destinados a los afiliados sobre diversos campos vinculados al periodismo, a la Ley de Imprenta, a la situación laboral en los medios de

información masiva, al marco legal referido a la Comunicación e Información y a las normas jurídicas específicas respecto a las Telecomunicaciones, especialmente lo relacionado al espectro radioeléctrico.

En ese sentido en diversos momentos de las gestiones 2010,2011 y 2012 se realizaron talleres de capacitación, seminarios, coloquios en el salón principal de la FTPLP con la presencia de especialistas, afiliados a la Federación y público en general.

Las siguientes son las fotografías de algunos seminarios, talleres y coloquios realizados por la FTPLP en las gestiones indicadas.

Talleres de capacitación sobre los derechos de las mujeres

En 2010 y 2011, tras la elaboración del Pronóstico, Perspectiva y el plan de comunicación para mejorar la imagen de la Federación de La Paz, los dirigentes sindicales tuvieron una idea más clara de los objetivos estratégicos de la entidad gremial, de la necesidad de disminuir el aislamiento en el que se encontraba la FTPLP, de acercarse más a los afiliados con actividades de capacitación, de aproximarse a las autoridades del Estado y a sectores sociales y sindicales con el fin de lograr el cumplimiento de las metas trazadas.

También se tuvo un mejor conocimiento de las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas referidas al ente sindical.

En ese sentido la Federación, en el mes de mayo de 2011, mediante la dirigente del sector de los periodistas Independientes (sector que agremia a trabajadores de la prensa que no forman parte de algún sindicato o comité sindical) Carla Cardozo, impulsó la realización de seminarios para que los y las afiliadas al ente sindical conozcan mejor los derechos laborales de las mujeres.

Con ese propósito se impulsaron desayunos trabajo dónde especialistas explicaron el marco legal del derecho laboral con énfasis en la cuestión de género (ver fotos de debajo de uno de los seminarios)



Figura 9. Una especialista en derecho laboral durante su disertación en el marco del seminario sobre derechos laborales de las mujeres realizado en mayo de 2011 en instalaciones de la FTPLP. A la cita asistieron, entre otras, dirigentes y afiliadas mujeres de los sindicatos agremiados en la Federación.

Derechos laborales

En noviembre de 2011, por ejemplo, se realizó un seminario sobre los derechos laborales de los trabajadores de la prensa.



Figura 10. Seminario auspiciado por la FTPLP y el Ministerio de Trabajo en la gestión 2011 para analizar la situación laboral de los trabajadores de la prensa y sus derechos. En el gráfico, (a la izq.) la entonces autoridad de de Trabajo, Edgardo Vásquez; al centro, el dirigente Boris Quisberth, Marcos Domich, entre otros.

En el mes de febrero de 2011, en instalaciones de la biblioteca de la Federación de la Prensa se efectuó una charla de funcionarios del Ministerio de Trabajo respecto a los aportes de los trabajadores a los fondos de pensiones, los derechos laborales y las formas de jubilación, entre otros temas.



Figura 11. Asistentes a la charla de funcionarios del Ministerio de Trabajo respecto a los aportes de los trabajadores a los fondos de pensiones y las formas de jubilación. A la izquierda la afiliada Martha Zegarrundo; Jorge Fernández, del Canal 7, Bolivia Tv (de espaldas con chamarra azul) al fondo izq. Jorge Landaeta (fotógrafo); a su lado César Ajpi (RTP). A la derecha de la foto, dos mujeres representantes del Ministerio de Trabajo.

SEMINARIO
DERECHOS DE LOS TRABAJADORES DE LA PRENSA Y LA NUEVA CONSTITUCION POLITICA DEL ESTADO

LA EXPOSICION ESTARA A CARGO DE ESPECIALISTAS DEL MINISTERIO DE TRABAJO
 EL EVENTO CONTARA CON LA ASISTENCIA DEL MINISTRO DE TRABAJO,
 EL VICEMINISTRO DE EMPLEO, SERVICIO CIVIL Y COOPERATIVAS,
 EL VICEMINISTRO DE TRABAJO Y PREVISION SOCIAL.

VIERNES 27 DE MARZO,
A HORAS 19:00
EN EL SALON "REPUBLICA" DEL
HOTEL PRESIDENTE

SE OTORGARAN CERTIFICADOS

LA NUEVA CONSTITUCION POLITICA DEL ESTADO Y LOS DERECHOS DE LOS TRABAJADORES DE LA PRENSA. DERECHO A LA SINDICALIZACION Y FUERO SINDICAL. LA NEGOCIACION COLECTIVA. ESTABILIDAD LABORAL. IGUALDAD DE GENERO. NORMAS VIGENTES RELATIVAS AL SECTOR - SALARIO BASICO SECTORIAL - HORAS EXTRAORDINARIAS - BENEFICIOS SOCIALES PAGO A LAS AFPs POR PARTE DE LOS PROPIETARIOS DE MEDIOS, CONTROL Y CUMPLIMIENTO.

INFORMES: FTPLP: CALLE CAMPERO, NUMERO 52. TELF. 2312398

Figura 12. Un afiche divulgado sobre el seminario de los derechos laborales de los trabajadores de la prensa y la nueva Constitución Política del Estado (CPE); derecho a la sindicalización y al fuero sindical, entre otras temáticas. La reunión fue auspiciada en la gestión 2011 por la FTPLP en coordinación con el Ministerio de Trabajo.

El viernes 21 de enero de 2010 en instalaciones de la FTPLP, a partir de las 7:30 horas, se efectuó el desayuno-trabajo denominado “Derechos laborales en los medios de comunicación” donde un representante del Ministerio de Trabajo explicó los aspectos generales de la Ley General del Trabajo, los horarios laborales, la terciarización, tipos de contrato, además de aspectos importantes de la labor de los funcionarios públicos.

Por su parte el asesor de la FTPLP, abogado Franz Bustos, explicó aspectos fundamentales de la labor de los sindicatos, además de normas que protegen la labor de los obreros de la información.

El encuentro se produjo luego de que la Federación recibió denuncias sobre violaciones a las leyes por parte de los empresarios de la comunicación, como la no transferencia de aportes a las AFPs,(Administradoras de Fondos de Pensiones) a la Caja nacional de Salud, la no existencia de seguro de vida, el retraso en el pago de sueldos, entre otros aspectos.

Seminario sobre violencia intrafamiliar

En la gestión 2010, la Federación de la Prensa en coordinación con la Oficialía Mayor de Desarrollo Humano de la Alcaldía Municipal de la ciudad de La Paz realizó, en el salón de la FTPLP, el foro debate sobre violencia intrafamiliar y medios de comunicación.

A la cita asistieron especialistas en el tema, dirigentes de la prensa, periodistas que tiene a su cargo la cobertura del campo social y autoridades de la alcaldía municipal de la ciudad de La Paz. La foto siguiente muestra una faceta de ese encuentro.



Figura 13. Disertantes en el foro debate sobre la violencia intrafamiliar y medios de comunicación. A la derecha, Lucía Sauma, directora de radio Pachamama de la ciudad de El Alto; al centro Marcela Arauz, periodista del periódico La Prensa; a la izquierda Boris Quisberth, e invitados especiales de la Alcaldía de la ciudad de La Paz, co-auspiciadora del foro debate en la gestión 2010.



Figura 14. Público asistente al foro debate sobre violencia intrafamiliar y medios de comunicación auspiciado por la Federación de la Prensa en coordinación con la Oficialía Mayor de Desarrollo Humano de la Alcaldía Municipal de la ciudad de La Paz.

Prensa y ley de telecomunicaciones

En la gestión 2010, también en instalaciones de la FTPLP se efectuaron seminarios sobre la situación de los periodistas, los medios masivos de información y sobre lo que

establece la Ley de Telecomunicaciones respecto al manejo, uso y otorgación de licencias de funcionamiento a medios de difusión orales y audiovisuales.

Uno de los objetivos de los dirigentes de la Federación con esos seminarios, además de que los afiliados conozcan de cerca esa problemática relativa al sector, fue tener información precisa y contactos institucionales para la próxima instalación y funcionamiento de una radioemisora propia de la Federación de la prensa del departamento de La Paz.

La fotografía siguiente evidencia uno de los seminarios indicados:



Figura 15. (De izq. A der.) Andrés Gómez, ejecutivo de radio Erbol, la corresponsal del periódico La Jornada, de México, Rosa Rojas; el periodista Gregory Beltrán; Boris Quisberth y representantes de la Superintendencia (hoy Autoridad) de Telecomunicaciones.

Seminario UNIR

Con la participación de la organización UNIR- Bolivia y la Federación de la Prensa se efectuó una charla sobre la temática de la conflictividad, es decir lo referido al tema de “De-construyendo al enemigo”. El encuentro se realizó en dependencias de la FTPLP con la participación de periodistas y comunicadores populares.

La foto siguiente muestra un instante de esa charla:



Figura 16: Al centro, en pie, el expositor de la organización Unir, a su izquierda las periodistas Melina Valencia, Martha Zegarrundo, junto a comunicadoras populares, entre otros asistentes.

Ley contra el racismo

En 2010, la Federación de Trabajadores de la Prensa de La Paz decidió apoyar la aprobación de la Ley Contra el Racismo y Toda forma de Discriminación surgida tras varios hechos racistas ocurridos en el país, como la humillación, torturas y violaciones a los Derechos Humanos de campesinos e indígenas de Chuquisaca por parte de jóvenes y cívicos de la ciudad de Sucre ocurridas en la plaza principal de la Capital el 24 de mayo de 2008.

La FTPLP decidió apoyar esa norma pese a la oposición de sectores empresariales (como la Asociación Nacional de la Prensa, ANP) y gremiales (como algunas Asociaciones de periodistas) que expresaron su temor ante un posible cierre de medios de difusión y encarcelamiento de periodistas tras la aprobación de esa norma jurídica antirracista.

Los dirigentes como Boris Quisberth y otros, asistieron a la socialización del proyecto de la Ley número 045 (antirracista) con la propuesta de que se combatiera frontalmente al racismo, las actitudes coloniales y que las sanciones no afecten

directamente a los periodistas, o al medio de difusión, en caso de que un entrevistado (en una transmisión en directo) emita criterios racistas. Sugirió que las sanciones a hipotéticos medios transgresores a la norma, no sean repentinas sino graduales.

En esa línea, en noviembre de 2010, periodistas y representantes de organizaciones sociales, se reunieron en el seminario “Libertad de expresión, libertad de prensa y la lucha contra el racismo”, efectuado en el auditorio del Palacio de Comunicaciones.

Participaron el periodista Jaime Iturri, el doctor en Política, Rafael Archondo, el dirigente de la prensa Boris Quisberth y Víctor Vacaflores, éste último del Capítulo Boliviano de DDHH, además de la diputada del MAS, Marianela Paco y dirigentes de la Confederación Sindical Única de Trabajadores Campesinos de Bolivia (CSUTCB), de la Federación Única de Trabajadores Campesinos de La Paz Tupaj Katari (FUTCLP_TK) y de la Federación Nacional de Mujeres Campesinas Bartolina Sisa.

Iturri aseguró entonces que el racismo y la discriminación en nuestro país son una lacra que afecta a la sociedad y que existen propietarios de medios de difusión con tendencia derechista que, además, son racistas. Aseguró que la derecha en Bolivia fue siempre racista y que los medios servían como caballos de batalla para defender los intereses de ésta, utilizando sus canales para mentir y chantajear a los gobiernos de turno a través de la desinformación.

Archondo dijo que los delitos insertados en la Ley Contra el Racismo y Toda Forma de Discriminación referente al trabajo periodístico ya están en Ley de Imprenta y lo único que hizo la Comisión de Derechos Humanos de la Cámara de Diputados fue introducir el término racismo.

Por su parte, Quisberth aclaró entonces que “los medios de comunicación en determinados momentos muestran su verdadera esencia, es decir se constituyen en actores que defienden intereses políticos, económicos y de casta. En el caso de la Ley contra el racismo lo que defendieron fue una forma de vida, caracterizada por la discriminación, el manejo de estereotipos cargados de la ideología dominante”, agregó.

Vacaflares, explicó que “no vamos a solucionar el problema del racismo con una ley. El racismo en nuestro país se ha dado hasta por el aspecto somático de las personas, por eso tenemos que socializar y educarnos para no caer en el delito”.

Por su parte, la presidenta de la Comisión de Derechos Humanos de la Cámara de Diputados, Marianela Paco, del MAS, dijo en esa oportunidad que la Ley contra el racismo y la discriminación en Bolivia fue impulsada por sectores de la sociedad civil con el propósito de promover políticas públicas de prevención y sanción contra el racismo y toda forma de discriminación.



Figura 17. Participantes del seminario “Libertad de expresión, libertad de prensa y la lucha contra el racismo” realizado en coordinación con dirigentes de movimientos sociales y sindicales e invitados especiales. Fue en el auditorio del Palacio de Comunicaciones durante la gestión 2010.



Figura 18. El dirigente Boris Quisberth (izq.) durante un encuentro con sectores de la sociedad civil y con movimientos sociales durante la socialización de la ley contra el racismo y toda forma de discriminación. Fue en 2010.



Figura 19. Una reunión de coordinación institucional entre el entonces comandante de la Policía, Miguel Gemio (centro izq., con uniforme), delegados de sindicatos y dirigentes de la Federación de la prensa de La Paz, en instalaciones de la entidad sindical. El objetivo de la cita fue coordinar acciones para evitar que los periodistas sean agredidos en manifestaciones callejeras. Fue en 2010.

Objetivo Específico (OE) 5:

- ***Impulsar la creación de una sala de computación y capacitación para los afiliados a la FTPLP y para los trabajadores de la prensa en general.***

Uno de los aspectos considerados prioritarios para la gestión de la FTPLP, según los objetivos establecidos en el plan de comunicación para mejorar la imagen institucional de la Federación de Trabajadores de la Prensa de la Paz (FTPLP)-Bolivia durante el periodo 2010-2012, fue la necesidad de capacitar a los afiliados con el fin de dotarles de herramientas prácticas, teóricas y conocimientos para su actividad laboral diaria y para potenciar sus fortalezas profesionales.

En ese sentido los dirigentes Boris Quisberth, Javier Mancilla y la afiliada Martha Zegarrundo, entre otras y otros, impulsaron la donación de computadoras por parte de los representantes de la Iglesia de Jesucristo de los Santos de los Últimos Días (denominados los Mormones), entidad religiosa que suele renovar sus equipos informáticos cada cierto periodo de tiempo.

Esa donación se concretó en la gestión 2010 con la entrega de cuatro equipos de computación a favor de la Federación de La Paz.

Posteriormente con recursos de la FTPLP se adquirieron cinco computadoras – que se sumaron a otra computadora conseguida anteriormente de otra donación– con el propósito de crear un centro de computación y capacitación destinado a impartir cursos a los afiliados, en el marco del mandato del Estatuto de la entidad sindical que establece la necesidad de impulsar, también, actividades académicas.

Luego se vio la necesidad de contar con el servicio de internet para ese centro de computación y capacitación. Para ello Quisberth y Mancilla elaboraron un proyecto que fue presentado ante la empresa de telefonía VIVA la cual, tras una negociación, aceptó dotar gratuitamente de los servicios de internet al centro de capacitación con la condición de que se impulsen proyectos de capacitación e investigación.

Tras ello, comenzó a funcionar en 2011 el Centro de capacitación y Computación de la FTPLP. Con el auspicio académico de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Mayor de San Andrés (UMSA) y el apoyo de la Fundación Estas Vivo, se lanzaron varias convocatorias para los cursos de Ofimática, Microsoft Word, Excel para manejo de correspondencia, Microsoft PowerPoint, Microsoft Excel, Diseño Web, Flash Particle Studio, Ulead Gif Animator (crea animaciones con fotografías), Web Page Maker (Permite crear páginas web insertando objetos creados con otros programas), FreeHand MX, PhotoShop, CS4, etc.

Los horarios de las clases fueron al medio día y en las noches. Por ejemplo, el curso de FreeHand MX se realizaba los días miércoles y viernes de 13:15 a 14:30. Ese curso específico tenía un costo para el afiliado de Bs 130.

Para la elaboración de páginas web, en el mes de octubre, las horas programadas para los afiliados fueron de 20:30 a 21:45 los lunes-miércoles -viernes a un costo de Bs 150.

Las siguientes fotografías muestran algunos instantes de los cursos brindados en el centro de capacitación y computación de la FTPLP:



Figuras 20, 21 y 22. Las imágenes muestran a los afiliados y equipos electrónicos en los cursos brindados en la sala de capacitación y computación que se instaló en dependencias de la biblioteca de la FTPLP. Más de 200 personas fueron capacitadas en diversos cursos desde el 2011.

Objetivo Específico (OE) 6:**■ *Acercar a la FTPLP al Estado y a sus autoridades.***

Una de las conclusiones de la elaboración del Plan de comunicación para mejorar la imagen institucional de la Federación de Trabajadores de la Prensa de La Paz fue la necesidad de dejar el aislamiento institucional, acercarse a organizaciones sociales y a las autoridades de los Órganos Ejecutivo y Legislativo.

En esa línea se procedió a sostener reuniones con autoridades del Gobierno en el marco del cumplimiento de los objetivos estratégicos de la FTPLP.

Por ejemplo, en la gestión 2010, dirigentes y afiliados de la Federación de Trabajadores de la Prensa de La Paz presentaron a la Ministra de Trabajo, Carmen Trujillo, las demandas laborales de los obreros de la información y solicitaron la real vigencia de normas específicas que protegen al sector de la prensa.

En esa oportunidad el secretario ejecutivo de la institución, Boris Quisberth Luna, denunció la violación a la Ley General del Trabajo por parte de empresarios de algunos medios de difusión que no respetan la estabilidad laboral, implantan horarios que van más allá de las 14 horas, no pagan horas extras y obstaculizan la sindicalización de sus trabajadores.

Por su parte la ministra Trujillo expresó su comprensión a las demandas de los trabajadores de la prensa y se comprometió a trabajar de forma coordinada con la FTPLP con el fin de poner un alto a los abusos de los empresarios.

De acuerdo con ello se acordó reuniones continuas con el fin de coordinar acciones que permitan el respeto a los derechos de los trabajadores de la prensa.



Figura 23. Dirigentes y afiliados a la FTPLP como Marcela Mejillones, de la red televisiva Unitel, junto al asesor legal de la entidad sindical, Franz Bustos, (lado izquierdo de la fotografía), en 2010, durante una reunión de coordinación institucional con la entonces ministra de Trabajo y Desarrollo Laboral, Carmen Trujillo (der.).

El 27 de abril de 2011, la Federación de Trabajadores de la Prensa de La Paz realizó un mitin y posterior marcha en la Plaza Murillo de la ciudad de La Paz, con los objetivos de exigir que se esclarezca la muerte del periodista David Niño de Guzmán, del comunicador Carlos Quispe (2008) y para que se apruebe una norma jurídica que otorgue un seguro de vida y contra accidentes para periodistas, fotógrafos, camarógrafos y personal de apoyo de unidades móviles de televisión y radioemisoras que sea enviado a zonas de conflicto y lugares de riesgo.

Entonces dirigentes de la Federación de prensa se reunieron con el entonces ministro de Comunicación, Iván Canelas, y con el entonces viceministro de Gestión Comunicacional, Óscar Silva.

En la cita, dirigentes sindicales de la prensa y Gobierno acordaron trabajar conjuntamente un proyecto de Decreto Supremo para implementar dicho seguro, además de otras normas que beneficiarán al sector de los obreros y obreras de la información.

La marcha fue también una protesta por las agresiones que sufrieron varios trabajadores de la prensa en los conflictos sociales, entre ellos el ocurrido en la zona de La Apacheta, La Paz.



Figura 24. El entonces ministro de Comunicación, Iván Canelas (cent.), el viceministro de gestión comunicacional Oscar Silva (cent. izq.) y dirigentes y afiliados a la Federación de la prensa de La Paz se reunieron para perfilar las bases de un seguro de vida y contra accidentes para los trabajadores de la prensa. Fue en abril de 2011 en instalaciones del Ministerio de Comunicación.



Figura 25. En Noviembre de 2011, autoridades de los ministerios de Gobierno y Comunicación realizaron un seminario informativo con presencia de dirigentes de la FTPLP sobre la problemática de la seguridad ciudadana. En la foto, el titular de Gobierno, Carlos Romero (cent.); a la derecha de la imagen la ministra de Comunicación, Amanda Dávila. En el sector izquierdo del gráfico, el viceministro de Seguridad Ciudadana, Miguel Vásquez.



Figura 26. El ministro de Gobierno, Carlos Romero (der.), la ministra de Comunicación, Amanda Dávila (cent. Der.) la dirigente de los trabajadores de la prensa de la ciudad de El Alto, Fabiola Furuya y el dirigente Boris Quisberth (izq.) tras una marcha sindical de reclamo por el seguro de vida para los periodistas. Fue en el primer trimestre de 2012. Allí se anunció la predisposición del Ejecutivo para aprobar un seguro de vida para los trabajadores de la prensa del país.



Figura 27. Una marcha de los trabajadores de la prensa para exigir la aprobación de un seguro de vida y contra accidentes en su favor. El pedido surgió tras el asesinato de los periodistas de la ciudad de El Alto, Verónica y Víctor Hugo Peñasco Laime, sucedido en 2012 a manos de delincuentes conocidos como ‘cogoteros’.



Figura 28. El 16 de septiembre de 2010, en una reunión con el presidente de la Comisión de Constitución del Senado, Eduardo Maldonado, dirigentes y afiliados a la Federación de Trabajadores de la Prensa de La Paz (FTPLP) respaldaron el proyecto de ley antirracista pero plantearon ajustar los artículos que se refieren a los medios de información masiva para evitar que se vulnere la estabilidad laboral de los trabajadores de la información.

Objetivo Específico (OE) 7:

■ *Impulsar la creación y funcionamiento de medios de difusión propios de la FTPLP.*

En la gestión 2010, en instalaciones de la FTPLP se efectuaron seminarios y disertaciones sobre lo que establece la Ley de Telecomunicaciones respecto al manejo, uso y otorgación de licencias de funcionamiento a medios de difusión orales y audiovisuales.

En esas reuniones se conocieron de cerca los requisitos técnicos, legales, logísticos y económicos para la instalación de una radioemisora de propiedad de la Federación paceña.

A finales de la gestión 2010 y en 2011 se consolidaron las primeras experiencias de elaborar y difundir contenidos orales propios emitidos desde la FTPLP.

Por ejemplo se consiguió que radio Qhana (105.3 FM) difunda el programa denominado “Sin Mordaza” que abordó temas propios del sector de los trabajadores de la prensa (derechos laborales, libertad de expresión, propiedad de los medios de

difusión, entre otros aspectos) y se constituyó en un espacio de debate respecto a los temas nacionales desde la perspectiva de los obreros de la información.

El programa fue transmitido los sábados de 18:30 a 19:30 horas y repetido los domingos de 8:00 a 9:00. Contó con espacios destinados a la opinión, información, difusión de derechos de los trabajadores de la prensa y de la sociedad. Dicho espacio radial se difundió de manera regular hasta mediados de 2011, aproximadamente.

Posteriormente, los delegados de la entidad sindical comenzaron la búsqueda de equipos electrónicos propios para fundar una radioemisora. En ese sentido se realizaron reuniones con el afiliado René Fernández, quien ofertó equipos de transmisión y enlace, pero de propiedad de una tercera persona. Esas gestiones fracasaron.

Luego, el dirigente Quisberth realizó otros trámites y consiguió que el Directorio de la FTPLP autorizara la adquisición de equipos de transmisión, enlaces, antenas y se acceda a un terreno en la ciudad de El Alto para colocar una antena de transmisión de la radioemisora de propiedad de la entidad sindical.

Para esos fines se invirtieron aproximadamente \$us 5 mil dólares americanos de recursos propios de la Federación de La Paz, monto que incluye la adecuación física de un ambiente de la FTPLP (construcción de muros, compra de puertas, ventanas, artículos para aislar el sonido, equipos de audio, etc.), según el informe oral presentado por Quisberth al directorio de la entidad sindical.

En ese sentido se hicieron gestiones ante el entonces ministro de Comunicación, Iván Canelas y ante autoridades de la Autoridad de Telecomunicaciones para que se facilite la otorgación de una frecuencia en el espacio radioeléctrico para el funcionamiento de la emisora sindical de los trabajadores de la prensa de La Paz. Esos trámites aún no concluyeron pero la emisora “Aquí La Prensa” difunde sus emisiones de manera experimental desde el primer trimestre de 2012 por la frecuencia 89.9 en Frecuencia Modulada (FM).

Programas de análisis político, deportivos y revistas de variedades son algunas de las ofertas de la emisora sindical que recién da sus primeros pasos pero tiene la perspectiva de ser la voz de los trabajadores de la prensa de La Paz, es decir un espacio donde se difundan y debatan temas referidos a ese sector, según Quisberth.



Figura 29. Instalaciones de la radioemisora de propiedad de la FTPLP que funciona en ambientes de la propia entidad sindical. En el gráfico, el periodista Carlos Sandy conduce un programa en la radio “Aquí La Prensa”. La foto es de abril de 2012.

Boletines de prensa

Si bien antes de la gestión 2010, la Federación de Trabajadores de la Prensa de La Paz solía enviar a sus afiliados reportes de prensa sobre sus actividades, esos informes no se hacían de manera regular y solamente eran efectuados mediante escritos impresos en formato de volantes (papel bond en el formato oficio o carta) informativos denominados “Sin Mordaza”.

Sin embargo a finales de la gestión 2010, toda la gestión 2011 y a comienzos del periodo 2012, esos reportes informativos de las actividades y posiciones de la FTPLP sobre diversos aspectos de la realidad -en el marco de los objetivos estratégicos trazados en el plan de comunicación para mejorar la imagen institucional de la Federación de Trabajadores de la Prensa de La Paz-Bolivia- fueron divulgados de manera regular y constante, es decir, dos reportes al mes y no sólo bajo la modalidad escrita impresa sino mediante boletines digitales enviados a los correos electrónicos de los afiliados y a los correos digitales de los periodistas de distintos medios de información masiva.

Los reportes de prensa, que incluyeron fotografías, también fueron divulgados mediante la página web de la FTPLP que se encuentra en el sitio

<http://www.federacionprensa.org.bo> (si embargo esta página web está actualmente desactualizada)

Un resumen de algunos de los reportes enviados se ofrece a continuación:

Boletín de prensa 1

GOBIERNO ACEPTA DISEÑO DE DECRETO DE SEGURO DE VIDA JUNTO A LA FTPLP

Fecha de publicación: La Paz, 27 de abril de 2011.-

Autor: FTPLP (Figura 30. Una marcha de trabajadores de la prensa)



La Paz, 27 de abril de 2011. Trabajadores de la prensa de La Paz realizaron ayer una marcha en la Plaza Murillo exigiendo que se esclarezca la muerte del periodista David Niño de Guzmán, del reportero Carlos Quispe (2008), en rechazo a las recientes agresiones a algunos obreros de la información en la zona de La Apacheta, La Paz. Además, insistieron al Gobierno que apruebe una norma jurídica que implante el seguro de vida y contra accidentes a favor de los periodistas, camarógrafos, fotógrafos y personal de unidades móviles de televisión y radio desplazado a zonas de conflicto y riesgo.

El informe fue proporcionado por el dirigente de la Federación de Trabajadores de la Prensa de La Paz (FTPLP) Boris Quisberth quien encabezó esa movilización que congregó a varios periodistas, fotógrafos, camarógrafos, trabajadores independientes de la prensa.

Boletín de prensa 2

ASAMBLEA DE TRABAJADORES INSTRUYE A COMITÉ EJECUTIVO AVANZAR CON PLAN DE VIVIENDAS

Fecha de publicación: La Paz, 22 de diciembre

Autor: FTPLP (Figura 31. Una Asamblea de Trabajadores de la prensa. Fue en 2010)



La Paz, 22 de diciembre de 2010.- Ante una masiva concurrencia la comisión de vivienda de la Federación de Trabajadores de la Prensa de La Paz (FTPLP) brindó su informe el pasado 17 de diciembre respecto a las gestiones efectuadas en los meses pasados en el marco de la búsqueda de soluciones habitacionales para sus afiliados de los

distintos medios de comunicación. Los asistentes instruyeron a la dirigencia de la Federación avanzar con el plan de viviendas y consolidarlo a la brevedad posible.

El secretario ejecutivo de la institución, Boris Quisberth Luna, informó que tal como se había expresado en el plan de trabajo de la fórmula que ganó las pasadas elecciones sindicales se procedió a efectuar gestiones ante autoridades departamentales y nacionales para acceder a terrenos y viviendas, además de empresas privadas que oferten lotes.

En ese marco dijo que en primera instancia se tuvo reuniones con el ex alcalde de La Paz Juan del Granado Cossío para localizar terrenos que permitan la construcción de viviendas, sin embargo, debido al cambio de gestión las negociaciones se encuentran pendientes.

Boletín de prensa 3

EXITOSA FIESTA DE SOLIDARIDAD EN LA FEDERACIÓN DE LA PRENSA

Fecha de publicación: La Paz, 20 de diciembre 2010

Autor: FTPLP (Figura 32. Una fiesta en el salón de la FTPLP. Fue en 2010)



La Paz, 20 de diciembre 2010.- La fiesta organizada por la Federación de Trabajadores de la Prensa de La Paz (FTPLP), realizada el pasado viernes 17 de diciembre con motivo de recaudar fondos para agasajar a los hijos de los afiliados del ente matriz, concentró a una considerable cantidad de compañeros de diferentes medios de comunicación que

se solidarizaron con la noble causa.

El secretario ejecutivo de la FTPLP, Boris Quisberth Luna, dijo que los niños y niñas de los afiliados de la institución fueron el motivo para esta cita que, anualmente, se desarrolla para adquirir juguetes y golosinas. El canto romántico del trío Marabú y la música chicha del grupo femenino “Chicas Azules” dieron el marco colorido de la fiesta que duró hasta la madrugada del sábado 18 de diciembre.

Además, los concursos y rifas pusieron un toque de emoción a las personas que adquirieron boletos para participar de los sorteos de un singani tarijeño, un licor de coca y otros durante el espectáculo musical de la noche más alegre de los periodistas.

NUEVOS SINDICATOS

En la oportunidad, en estricto cumplimiento a los artículos del Estatuto Orgánico de la FTPLP, fueron reconocidos y posesionados por el ente matriz de los trabajadores de la prensa de La Paz los sindicatos de Radio Difusoras Populares (RDP), Canal 39 de Periodistas Asociados Televisión (PAT) y del Periódico Página 7.

Boletín de prensa 4

EJECUTIVO DE LA FTPLP POSESIONÓ NUEVO DIRECTORIO DE PAT

Fecha de publicación: La Paz 7 de Diciembre

Autor: FTPLP (Figura 33. Posesión del sindicato de trabajadores del canal televisivo PAT. Fue en 2010)



La Paz, 7 de diciembre de 2010.- El Secretario Ejecutivo de la Federación de Trabajadores de la Prensa de La Paz (FTPLP), Boris Quisberth Luna posesionó el 30 de noviembre al nuevo directorio del Sindicato de Periodistas Asociados de Televisión (PAT), a

quienes exhortó cumplir su trabajo sin descuidar las demandas de los trabajadores.

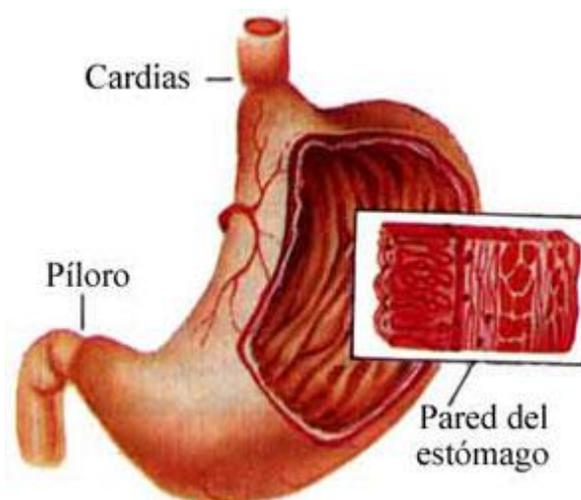
Boletín de prensa 5

CAMPAÑA DE DIAGNÓSTICO Y TRATAMIENTO DE GASTRITIS EN EL CEMEP

Fecha de publicación: La Paz, 26 de noviembre de 2010.

Autor: FTPLP (Figura 34. Un gráfico del estómago)

La Paz, 26 de noviembre de 2010.- El Centro Médico de la Prensa (CEMEP) invita a los afiliados y al público en general a participar en la campaña de lucha contra la Gastritis, causada por infección de *Helicobacter Pylori*, que se realizará del 1 al 10 de diciembre de 2010 en el dispensario de la Federación de Trabajadores de la Prensa de La Paz,



ubicado en la calle Campero No. 52 a pocos pasos del Prado.

“Las acciones que emprende el CEMEP buscan coadyuvar en la salud de nuestros compañeros porque se realizan a precios bajos, además conocemos que muchos compañeros no gozan del beneficio del seguro de salud en sus fuentes laborales”

SÍNTOMAS DE GASTRITIS PRODUCIDA POR H. PYLORI

Los síntomas de Gastritis causada por la bacteria son similares a los de las Gastritis producidas por otros factores, la diferencia radica en que los tratamientos no presentarán resultados positivos aún después de varias semanas, en ese caso el médico sospechará la presencia de la bacteria e indicará los estudios correspondientes. Y los síntomas más frecuentes son:

- * Dolor abdominal
- * Acidez
- * Inflamación
- * Eructos

PARTE III
RESULTADOS

3.1 Resultados obtenidos

Los diferentes acápite esbozados en el presente trabajo contextualizan y clarifican la importancia del diseño y aplicación de un plan estratégico de comunicación para mejorar la Imagen Institucional de una organización, en este caso la Federación de Trabajadores de la Prensa de La Paz (FTPLP)-Bolivia durante el periodo 2010 a mayo de 2012.

Es relevante mencionar que lo sucedido antes y después del periodo específicamente señalado, no fue motivo de estudio del presente trabajo.

Los resultados del presente informe se relacionan directamente con el objetivo general y con los objetivos específicos.

La descripción y análisis de los resultados presentados a continuación se basan en entrevistas clave sostenidas, a modo de evaluación, con el máximo dirigente (Secretario Ejecutivo) de la Federación de Trabajadores de la Prensa de La Paz, Boris Quisberth Luna, hasta junio de 2012; con el Secretario Ejecutivo interino (desde junio de 2012), miembro vitalicio de la FTPLP y fotoperiodista Jorge Landaeta Tamayo y con José Flores, dirigente sindical del canal televisivo Bolivisión ante la Federación de Trabajadores de la Prensa de La Paz.

Todos ellos estuvieron presentes en las reuniones para el diseño conjunto del plan estratégico para mejorar la Imagen Institucional de la Federación paceña durante la gestión 2010, observaron y participaron en distintos grados en su aplicación hasta mayo de 2012.

Adicionalmente se hizo una entrevista breve con la periodista del periódico La Prensa Alejandra Cuevas, de la sección dedicada a las Culturas, de ese medio impreso de la ciudad de La Paz.

También se recurrió a algunos documentos –cartas y libros- emitidos por el Gobierno durante los años 2011 y 2012, en los cuales se menciona a la Federación de Trabajadores de la Prensa de La Paz o a sus dirigentes en el periodo delimitado en el presente estudio.

Finalmente se recurrió a la técnica de observación participante. Se entiende por observación al “registro sistemático, válido y confiable de comportamientos o conducta manifiesta”, según indica Hernández R. y otros (1991).

En ese sentido se concibe a la observación participante (en este caso del autor del presente plan, Javier Mancilla Luna), de acuerdo a Denzin N.K. (1970), como la “estrategia de campo que combina simultáneamente el análisis de documentos, la entrevista a sujetos e informantes, la participación y observación directa, y la introspección”.

Es necesario recordar que los objetivos específicos fueron elaborados en función de lograr el objetivo general que fue “Aplicar un plan estratégico de comunicación para mejorar la imagen institucional de la Federación de Trabajadores de la Prensa de La Paz (FTPLP)-Bolivia durante el periodo 2010 a mayo de 2012”.

A continuación se describen los resultados:

Objetivos Específicos (OE) 1 y 2:

■ *Conceptualizar la comunicación estratégica, la Imagen Institucional e identidad institucional.*

■ *Sensibilizar a los dirigentes de la Federación de Trabajadores de la Prensa de La Paz sobre la importancia de la planificación estratégica en comunicación en la dirección sindical de la FTPLP.*

Resultados:

En relación con estos dos objetivos específicos se logró que parte de la directiva y dirigentes de la Federación de Trabajadores de la Prensa de La Paz (FTPLP), durante la gestión 2010, tengan conocimiento, es decir se sensibilicen de la importancia y la necesidad de aplicar las técnicas del diseño de estrategias de comunicación para forjar objetivos estratégicos de corto y mediano plazo (y el camino para lograrlos) para esa entidad sindical.

“Bueno, creo no teníamos esa tradición (de planificar estrategias de comunicación) aquí en la institución (FTPLP), de tener un plan de trabajo, en realidad un orden lógico de cómo analizar la situación presente y pasada proyectarnos hacia el futuro; creo que ha sido un buen planteamiento en ese momento”, indica Boris Quisberth, secretario ejecutivo de la Federación de la Prensa de La Paz (fue entrevistado dos veces, el 25 de abril de 2012 y el 6 de junio del mismo año).

Los integrantes de la directiva y dirigentes de varios sindicatos supieron que se aplicó el paradigma funcionalista en el campo de la comunicación ya que se buscó resultados con un fin específico mediante la formulación y aplicación del plan estratégico para mejorar la Imagen Institucional de la FTPLP en el periodo de tiempo indicado.

En esa línea, los asistentes a las reuniones de planificación efectuadas en la gestión 2010 fueron: Quisberth, Javier Mancilla Luna, secretario General y Relaciones de la FTPLP; César Ajpi, delegado del sindicato de Trabajadores del canal de televisión RTP; David García, delegado del periódico La Prensa; Jorge Landaeta, representante del sector de los Fotoperiodistas (Fotógrafos) ante la Federación de Trabajadores de la prensa; José Flores, delegado del canal de televisión Bolivisión; Jorge Fernández, del canal 7 (Bolivia Tv), entre otros.

Ellos supieron, durante las reuniones en las que expuso Mancilla, de la trascendencia de concebir a la comunicación estratégica – según Paz R. (2012)- como el uso de la comunicación para lograr objetivos específicos, intencionalmente dirigida, y sistemáticamente planificada. En este caso con el objetivo de mejorar la Imagen Institucional de la FTPLP.

Conocieron también que la comunicación estratégica parte de la realidad actual y se fija un futuro posible; que se requiere formular objetivos, principios y planes. Esto sólo es posible en los seres humanos, de acuerdo a Paz R. (2012), ya que ellos están conscientes de que un día van a morir y por ello tienen la capacidad de anticipación, la cualidad estratégica de prever lo que va a suceder y actuar en consecuencia: Imaginarse el futuro, diseñar escenarios probables.

“...definimos objetivos, trazamos un camino que lleve a la consecución de los mismos, nos dotamos de las herramientas y de los insumos necesarios y, finalmente, organizamos todos estos factores y nos lanzamos a la empresa. Eso es la estrategia”, explica Paz R. (2012).

Es en este contexto que dirigentes como Jorge Landaeta Tamayo -fotoperiodista, miembro vitalicio de la FTPLP y entonces secretario ejecutivo interino de la Federación- afirman que tuvieron “la oportunidad de participar en esas reuniones (de planificación, en 2010) y creo que ha sido un gran objetivo, un gran logro el poder ver como se puede ampliar el trabajo de esta Federación”. (Fue entrevistado el 6 de junio de 2012)

Ese “logro” destacado por Landaeta incluyó también el mejor conocimiento e importancia de lo que es la Imagen Institucional, entendida esta como un concepto de recepción es decir, según Tironi y Cavallo (2004) como la forma en que una organización es percibida por su entorno o por sus audiencias. Se trata de una representación mental, una imagen de una organización (en este caso la FTPLP) que está en la cabeza de la gente, en el imaginario colectivo respecto a un conjunto de atributos y valores que funcionan como un estereotipo y determinan la conducta y opiniones de esa colectividad.

La imagen de una empresa (y de una organización, en este caso), de acuerdo a Costa J. (2006) “es un efecto de causas diversas: percepciones, inducciones y deducciones, proyecciones, experiencias, sensaciones, emociones y vivencias de los individuos que de un modo u otro –directa o indirectamente- son asociadas entre sí (lo que genera el significado de la imagen) y con la empresa, que es su elemento inductor y capitalizador”.

Una de esas percepciones sobre las reuniones para el diseño y aplicación del plan estratégico de comunicación para mejorar la imagen institucional de la FTPLP fue expresada por José Flores, dirigente sindical del canal televisivo Bolivisión ante la Federación de Trabajadores de la Prensa de La Paz, quien fue entrevistado por el autor del presente trabajo el 6 de junio de 2012.

“Han sido sesiones –sostiene Flores- que se han tenido después de mucho tiempo donde, realmente en reuniones, en seminarios que se han hecho con todos los que representan a sindicatos afiliados a la Federación, se dejó en claro y se sacó buenas conclusiones con la participación y se tomaron determinaciones en beneficio de todos los trabajadores afiliados a la FTPLP”.

Respecto a la Identidad Institucional ésta es comprendida como el soporte final de la Imagen Institucional. Se refiere a cómo una empresa (u organización como la FTPLP) se ve a sí misma. La Identidad es un concepto de emisión o transmisión, explican Tironi y Cavallo (2004), que refleja la constitución de una organización y “la manera en la que ella se concibe y se ve a sí misma, incluyendo la manera en que desea ser percibida por sus audiencias relevantes”.

Según la analogía de Ventura J. (2000) la Identidad de una institución es como un autorretrato que esa organización tiene de sí misma y la Imagen (institucional) es la interpretación del retrato por parte del público.

Al respecto, la Identidad Institucional de la FTPLP está plasmada en su Estatuto Orgánico el cual describe, entre otros aspectos, como se observa a sí misma, es decir se ve como un organismo sindical, social, laboral, cultural, académico sin fines de lucro que tiene su domicilio en la ciudad de La Paz y que está constituido por sindicatos de trabajadores asalariados de impresos, medios audiovisuales, digitales, comunicadores populares, periodistas autogestionarios.

Objetivo Específico 3:

■ *Elaborar el Pronóstico, la Prospectiva y el Plan estratégico de comunicación para contribuir a mejorar la imagen institucional de la Federación de Trabajadores de la Prensa de La Paz (FTPLP)-Bolivia durante el periodo 2010 a mayo de 2012.*

Resultados:

En el año 2010, una vez cada 15 días por espacio de tres meses en ambientes de la biblioteca de la Federación de Trabajadores de la Prensa de La Paz se reunieron Boris Quisberth Luna, secretario ejecutivo de la FTPLP; Javier Mancilla Luna, secretario General y Relaciones de esa entidad; César Ajpi, delegado del sindicato de Trabajadores del canal de televisión RTP; David García, delegado del periódico La Prensa; Jorge Landaeta, entonces representante del sector de los Fotoperiodistas (Fotógrafos) ante la Federación de Trabajadores de la prensa; José Flores, delegado del canal de televisión Bolivisión; Jorge Fernández, delegado del Canal 7 (Bolivia Tv), entre otros.

Ellos identificaron los objetivos estratégicos de la FTPLP para las siguientes gestiones, delinearon ideas sobre quiénes y que sectores podían apoyar en el cumplimiento de esos objetivos, cómo podían convencer a quienes estaban indiferentes frente a sus propósitos y quienes (personas e instituciones) podían ser considerados como adversarios a los metas trazadas.

Para realizar esas actividades se recurrió a las herramientas teóricas y metodológicas proporcionadas en la materia de Diseño de Estrategias de Comunicación, dictada por el profesor Adalid Contreras Baspineiro, en el marco de la Maestría en Comunicación Estratégica de la Universidad Andina Simón Bolívar (UASB), sede La Paz, realizada en las gestiones 2006-2007.

Una de esas herramientas es el Pronóstico, es decir se identificó un sueño, ideal, perspectiva de los dirigentes sindicales asistentes a esas citas respecto a la FTPLP; utopía, aspiración en relación a la Realidad Actual (RA) de la entidad sindical. Se visualizó entonces el objetivo, el futuro deseado, la Realidad Esperada (RE) para esa institución.

Después se realizó un mapa de actores a favor, neutrales y negativos respecto a los objetivos definidos por la Federación. Posteriormente se elaboró una matriz FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) para sintetizar los elementos del diagnóstico.

El procedimiento que se siguió para la elaboración del Pronóstico, la Prospectiva y el Plan de Acción fue organizar reuniones (indicadas líneas arriba) con los dirigentes y un facilitador (Javier Mancilla) quien anotó en una pizarra las ideas expresadas

verbalmente por los representantes acerca de los objetivos estratégicos que debería tener la FTPLP, su situación actual, el mapa de actores a favor, en contra o neutros, y la Realidad Esperada (RE) o futuro deseado para esa organización sindical.

Uno de los participantes de esas reuniones, Jorge Landaeta Tamayo, asegura al respecto: “Se pudo ver, recuerdo, los actores que podían facilitar nuestro trabajo en función de Federación; los actores que podían estar indecisos y los actores que iban a estar en contra nuestra”.

Para ese dirigente, actual Secretario Ejecutivo interino de la FTPLP (en junio de 2012), esos objetivos se cumplieron, pero solamente en parte: “Yo diría a medias – sostiene– la visión la teníamos era muy clara pero creo que no se ha logrado acercarse a estos actores para seguir trabajando de la manera que habíamos planificado. Creo que posiblemente fue falta de tiempo el no haber podido trabajar de esa manera, es decir el poder acercarse a la gente indecisa y decirle ¿por qué estaba indecisa? o acercarse a la persona que estaba en contra y decirle ¿por qué estaba en contra? Creo que ha faltado un poco esa profundización en estos dos temas”.

Entre los resultados de la aplicación de esas herramientas para el diseño de las estrategias de comunicación se detectó que la FTPLP se encontraba aislada respecto a otros actores institucionales, sociales y académicos.

En otras palabras, de 13 actores institucionales identificados a través de un mapa, sólo uno apoyaba los objetivos estratégicos de la Federación de trabajadores de la prensa mientras ocho fueron clasificados como neutros respecto a los fines trazados y cuatro fueron registrados como contrarios a los objetivos.

Esta conclusión preliminar tras la aplicación de las herramientas –es decir la certeza del aislamiento institucional de la FTPLP– fue interpretada por Boris Quisberth como un insumo necesario para emprender el proceso de diseño del plan estratégico de comunicación para mejorar la Imagen Institucional de la Federación de trabajadores de la Prensa paceña.

“(La Planificación) sirvió para identificar a nuestros enemigos –sostuvo– hay que repetir esa planificación. Ayudó para ver los objetivos y nos hizo ver que estábamos aislados del resto de la sociedad”.

Respecto a la Prospectiva es decir, según Contreras A. (2007), al proceso de construcción conceptual de las alternativas de solución o potenciamiento de las alternativas pronosticadas, en las reuniones de 2010 de los dirigentes citados líneas arriba, se ratificó el futuro esperado, es decir la Realidad Esperada (RE) construida con la participación e intervención de los asistentes a la cita de acuerdo a las siguientes ideas:

-Preservar y mejorar los derechos y la estabilidad laboral de los trabajadores de la prensa de La Paz y del país.

-Los planteamientos y accionar de la FTPLP deben ser un referente a nivel nacional.

-El oficio de periodista y trabajador de la prensa es una actividad de alto riesgo y por ello necesita un seguro de vida y contra accidentes.

-Las nuevas normativas jurídicas respecto al campo del periodismo y la comunicación deben respetar la autorregulación, la estabilidad laboral e incluir en la legislación a propietarios de medios de información masiva.

-Los dirigentes de la Federación deben tener mayor presencia mediática.

En el marco de la Prospectiva también se dio las bases para que, en sujeción a lo establecido en el Estatuto Orgánico de la Federación de Trabajadores de la Prensa de La Paz, se delinee, posteriormente, las bases genéricas de la Misión y Visión de esa entidad sindical.

En esa línea, la FTPLP (es decir su Misión) es un organismo sindical, social, laboral, cultural y académico que defiende los derechos de los trabajadores asalariados de medios impresos, televisivos, radiales, comunicadores populares y comunicadores sociales afiliados del departamento de La Paz en el marco de la defensa del sistema democrático, la soberanía, la independencia, los recursos naturales, los Derechos Humanos y en rechazo a cualquier injerencia externa en asuntos internos de Bolivia.

La Visión fue perfilada (en base al estatuto de la Federación paceña) con los siguientes términos: “Nos esforzamos (la FTPLP) para conseguir una sociedad donde se garanticen la libertad de expresión, información, el derecho a la comunicación en el

marco de una política revolucionaria y anticolonial para consolidar la liberación nacional, la justicia social y el derecho al trabajo”.

En las reuniones efectuadas en 2010 en instalaciones de la FTPLP, en base a la síntesis del Pronóstico expresada en el FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas), también se aprobó una estrategia ofensiva, es decir se buscó aprovechar y potenciar mejor las Fortalezas (capacidad de movilización, acceso relativo a los medios masivos de información mediante comunicados de prensa; acceso a un banco de correos electrónicos de trabajadores de la prensa para llegar a ellos con contenidos; capacidad de tener contactos institucionales con autoridades del Estado y uso eficiente de los ambientes físicos de la FTPLP) sumadas a las Oportunidades (la llegada al poder político del MAS, los relativos contactos y cercanía entre los dirigentes de la FTPLP con el gobierno; la fuerza de contar en 2010 con un nuevo directorio sindical de trabajadores la prensa). En otras palabras, se optó por la estrategia FO.

Al respecto, José Flores, dirigente sindical del canal televisivo Bolivisión ante la Federación de Trabajadores de la Prensa de La Paz, quien participó de las reuniones de planificación, la formulación del Pronóstico, la Prospectiva y el Plan de acción, afirma que estas actividades fueron útiles para la entidad sindical gremial. “Si –sostiene– es una cosa que prácticamente la hemos comprendido y hemos entendido los que hemos participado. Ha sido en su momento una aclaración y ha sido útil para todos nosotros”.

Respecto al Plan de las acciones de comunicación, es decir al proceso de programación operativa de las acciones de comunicación y de los mensajes, en las reuniones con los dirigentes y representantes sindicales se elaboraron las bases de las acciones y los mensajes a emitirse en base al Pronóstico y la Perspectiva.

Se priorizó los campos de acción referidos a la Información, Organización y Educación (que incluye Formación y Capacitación).

En lo referido a la Información, se identificó a los afiliados a la FTPLP, periodistas, medios de información masiva, dirigentes de instituciones y organizaciones sociales como públicos objetivos del plan. La hipótesis de cambio fue que esos públicos conocen las actividades de la Federación mediante la difusión y divulgación de contenidos informativos.

En el campo de la educación, la hipótesis fue que los públicos objetivos (trabajadores de la prensa) conocen de los derechos laborales y normas referidas al sector a través de la capacitación sistemática (seminarios, talleres, foros, centro de capacitación, etc.)

Sobre la Organización, se identificó como sujetos a los afiliados y dirigentes de la FTPLP; el supuesto fue que ellos se comprometen a participar de movilizaciones y marchas para exigir el cumplimiento de derechos.

Respecto a las acciones de comunicación propiamente dichas, en materia de Información, se perfilaron seminarios, talleres, boletines de prensa y reuniones con autoridades, un programa radiofónico semanal y se impulso el funcionamiento de una radioemisora de propiedad de la FTPLP.

En las acciones de comunicación en el campo de la Educación, se proyectaron seminarios sobre derechos laborales, sobre la comunicación, la instalación de un centro de capacitación computarizado para impartir cursos de diversa naturaleza.

En las acciones relativas a la Organización, los asistentes a los encuentros de planificación proyectaron reuniones de coordinación una vez a la semana en el marco de las citas del Directorio de la FTPLP, la emisión de panfletos para convocar a mítines y marchas; boletines impresos y digitales de prensa; y la asistencia a movilizaciones de los afiliados en la Plaza Murillo de la ciudad de La Paz, de acuerdo a las circunstancias.

Estas actividades fueron plasmadas en un cronograma para las gestiones 2010 (segundo semestre), 2011 hasta el mes de mayo de 2012

Posteriormente, a las acciones del Plan de Comunicación, se procedió a dar ideas generales sobre las características, estilo, oportunidad, medio y beneficio de los elementos centrales de los mensajes que se pretendían emitir.

Una fase referida a los elementos del mensaje tuvo que ver con la necesidad de destacar, entre los dirigentes sindicales, la importancia de planificar las futuras gestiones en la FTPLP Determinar los objetivos estratégicos, la Realidad Actual (RA) y la Realidad Esperada (RE) para esa institución gremial.

Luego se sentaron los pilares para elaborar mensajes sobre acciones referidas a la capacitación de los afiliados en distintos campos, conocer mejor el marco legal de la

prensa y temas de coyuntura política, económica y social. También se perfiló la divulgación de ideas sobre la necesidad de contar con medios de difusión propios de la FTPLP. Con esas bases se delineó caminos para acercarse a autoridades del Estado con el fin de ampliar los derechos de los trabajadores de la prensa o lograr mejoras socioeconómicas para ese sector.

Objetivo específico 4:

■ *Realizar seminarios sobre derechos laborales, medios masivos de información, ley contra el racismo, situación de la prensa, conflictividad y otros.*

Resultados:

Para el cumplimiento de ese objetivo específico se aprovechó una de las Fortalezas de la FTPLP que es contar con un salón grande propio ubicado en el centro de la ciudad de La Paz (Calle Campero número 52 a media cuadra del paseo de El Prado).

Además de ello esa entidad sindical cuenta con sillas, equipo básico de sonido y proyección de imágenes (micrófonos, altavoces, computadoras, data show, mezcladora de sonido) y la atención de un servicio de comedor (que incluye la preparación de desayunos) mediante el restaurant llamado La Prensa (al cual se accede, sin embargo pagando los precios establecidos por ese negocio).

La FTPLP también tiene un ambiente destinado a una biblioteca (que no está abierta al público) donde está colocada una mesa grande, varias sillas, sillones, una pizarra y otros objetos útiles para sostener una reunión.

Con esas fortalezas es que desde 2010 a mayo de 2012 en esos ambientes se realizaron más de 40 seminarios, talleres, desayunos trabajo, reuniones de directorio, debates, fiestas para recaudar fondos económicos para algún afiliado o afiliada que tenía alguna enfermedad o requería medicamentos.

Varios de estos seminarios tuvieron que ver con la divulgación de conocimientos de autoridades del Ministerio de Trabajo y expertos en el área de los derechos laborales de los trabajadores en general y de los trabajadores de la prensa en particular.

La importancia de esta temática (derechos laborales) se basa en que la FTPLP recibe constantemente denuncias sobre violaciones a las leyes laborales por parte de los empresarios de medios de difusión, como la no transferencia de aportes a las Administradoras de Fondos de Pensiones (AFPs), a la Caja Nacional de Salud, la no existencia de seguro de vida, el retraso en el pago de sueldos, irregularidades en la otorgación de vacaciones, despidos injustificados, entre otros aspectos.

En los seminarios realizados por la Federación de la prensa, los afiliados y asistentes supieron mejor sobre sus derechos, cómo reclamarlos y ejercerlos, por ejemplo, en lo referido a las vacaciones.

Por ello esos encuentros son calificados como “útiles” por Jorge Landaeta, quien participó en varios de esos seminarios en su condición de miembro del directorio de la FTPLP:

“Creo que (los seminarios) han sido bastante útiles. Uno de los seminarios que me acuerdo muy bien fue sobre los derechos laborales en el cual mucha gente, más que todo camarógrafos, gente de talleres, no conocía mucho de las leyes que nos favorecían. Me acuerdo también que mucha gente preguntaba en el tema de vacaciones; preguntaba: ¿cuándo sacaban vacaciones de 15 días les computaban inclusive los sábados? cuando la ley indica que el día sábado es día laborable pero para vacaciones no se computa. Entonces ellos recién se dieron cuenta que muchas empresas les habían tomado el pelo”.

Al respecto, José Flores, del sindicato de trabajadores del canal televisivo Bolivisión, agrega: “Han sido demasiado importantes, creo que a raíz de esos seminarios que lastimosamente no se han podido continuar por falta de tiempo o por muchas situaciones, se han sacado buenas conclusiones, se ha visto la participación de muchas personas que nos hemos interesado en saber, en conocer y después tomar determinaciones (...) hemos logrado objetivos a través de la FTPLP y se ha logrado muchas perspectivas que no se hacían anteriormente y que van siempre en beneficio de todos los trabajadores”.

Uno de esos seminarios sobre “Derechos laborales en los medios de comunicación” se efectuó el viernes 21 de enero de 2010 a partir de las 07:30 horas. En el desayuno – trabajo, un representante del Ministerio de Trabajo explicó los aspectos

generales de la Ley General del Trabajo, los horarios laborales, la terciarización, tipos de contrato y el marco legal para los funcionarios públicos.

El asesor legal de la FTPLP Franz Bustos, por su parte, disertó sobre la labor de los sindicatos y las normas que protegen la labor de los obreros de la información.

Entre las fiestas realizadas en la FTPLP está una efectuada el 17 de diciembre de 2010 con el fin de recaudar fondos para agasajar a los hijos de los trabajadores de la prensa de La Paz por la Navidad (día que se recuerda el nacimiento de Jesucristo como Salvador, según los católicos).

También fueron reconocidos y posesionados por la FTPLP los sindicatos de Radio Difusoras Populares (RDP), Canal 39 de Periodistas Asociados Televisión (PAT) y del periódico Página 7, según indica un boletín de esa Federación.

En diciembre de 2010, periodistas y representantes de organizaciones sociales se reunieron en el seminario “Libertad de expresión, libertad de prensa y la lucha contra el racismo” el cual contó con la participación de dirigentes de la FTPLP.

Para Quisberth, si bien los seminarios y talleres tuvieron su utilidad, este tipo de actividades fueron programadas en un número excesivo por lo que algunas de ellas no se pudieron llevar a cabo. “Bueno tuvieron resultados; lamentablemente una debilidad fue plantearnos demasiadas actividades dado que la Federación abarca distintos campos (y) se han decidido acciones en distintas ramas. Sin embargo hemos visto que también (la Federación) tenía debilidades en ese momento y esas debilidades eran de organización y alcance precisamente para estas metas. Entonces nos hemos planteado distintas metas, las hemos logrado; algunas de ellas han sido importantes, (otras) estamos en proceso de lograrlas en un trabajo constante, algunas otras en el camino han sido dejadas por las mismas limitaciones que tenía la institución”.

Objetivo Específico (OE) 5:

- *Impulsar la creación de una sala de computación y capacitación para los afiliados a la FTPLP y para los trabajadores de la prensa en general.*

Resultados:

Tomando en cuenta el Estatuto Orgánico de la Federación de Trabajadores de la Prensa paceña que establece la misión de esa organización como una entidad sindical, pero también con características académicas, es que los dirigentes sindicales participantes de las reuniones efectuadas la FTPLP (en 2010), sentaron las bases para la creación de un centro de capacitación con la ayuda de computadoras y de acceso a la red internet.

Ese centro de formación fue pensado como un pilar de lo que podría ser un Instituto de capacitación reconocido por el sistema educativo con el propósito de dotar a los afiliados a la FTPLP de herramientas prácticas y teóricas para su trabajo diario.

En ese contexto, Boris Quisberth asegura que la creación de un centro de capacitación “ha sido uno de los planteamientos, es la base en realidad de lo que debemos hacer más adelante, tener las instalaciones es una parte y sobre eso habría que (...) ampliarlo con convenios con el Ministerio de Educación. Se ha trabajado en ese sentido (para) otras (modalidades como) diplomados. Entonces creo que es el germen de algo más grande que se podría crear a mediano plazo”.

En ese sentido, la Federación paceña adquirió con recursos propios cinco computadoras las que se sumaron a otras conseguidas de donación (de la Iglesia de Jesucristo de los Últimos Días y de otra entidad) haciendo un total de 10 equipos de computación que fueron instalados, junto a mesas de trabajo y sillas, en un ambiente de la FTPLP.

Tras ello, Quisberth y Mancilla elaboraron un proyecto que fue presentado ante la empresa de comunicación VIVA la cual aceptó otorgar gratuitamente el servicio de internet a los equipos de computación.

Paso seguido comenzó a funcionar en 2011 el Centro de capacitación y Computación de la FTPLP donde se impartieron unos 20 cursos de computación, ofimática, Microsoft Word, Excel para manejo de correspondencia, Microsoft PowerPoint, Microsoft Excel, Diseño Web, Flash Particle Studio, Ulead Gif Animator,

Web Page Maker, FreeHand MX, PhotoShop, CS4, Indesign, Quark xpress, sound forge (edición de sonido) y otros programas útiles en medios audiovisuales y escritos.

Los costos oscilaban entre los Bs 50 a las Bs 150 dependiendo la complejidad del curso brindado. Los horarios de preferencia fueron al medio día y en la noche. Los precios y la oferta hizo que varios afiliados y periodistas no afiliados se inscriban en dichos cursos, según recuerda José Flores, de Bolivisión.

“Si –asegura– realmente ha sido otro de los beneficios que tenemos los afiliados de poder capacitarnos, de poder actualizarnos y en muchos casos de muchos compañeros que no tenían acceso a poder asistir a algunos institutos o algunas instancias donde (enseñan) la computación ha hecho que nuestros cursos que se han llevado a cabo, toditos hayan tenido su éxito necesario porque finalmente han sido por etapas y épocas donde se han hecho. Ahí hemos visto que en todos los cursos ha habido siempre la participación y el interés de todos los que han participado y les ha servido de mucho”.

Varios de los cursos ofrecidos contaron con el auspicio académico de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Mayor de San Andrés (UMSA) y el apoyo de la Fundación Estas Vivo.

Casi la totalidad de las personas que se registraron para esas capacitaciones se vieron favorecidas, según evalúa el dirigente Jorge Landaeta: “Yo diría que hasta en un 99% se ha favorecido a la gente que ha venido a participar. Tal vez el 1% no ha terminado (los cursos de capacitación) por falta de tiempo pero creo que el 99% que ha culminado con todos estos cursos ha sido favorecido; les ha servido precisamente para su trabajo diario”.

Objetivo Específico (OE) 6:**■ *Acercar a la FTPLP al Estado y a sus autoridades.*****Resultados:**

El Pronóstico, que incluye la elaboración de un mapa de actores, permitió evidenciar que en 2010 la Federación de Trabajadores de la Prensa de La Paz se encontraba en ese momento aislada respecto a instituciones, organizaciones sociales y al Gobierno.

De 13 actores institucionales identificados a través de un mapa, sólo uno apoyaba los objetivos estratégicos de la Federación de trabajadores de la prensa mientras ocho fueron clasificados como neutros y cuatro fueron registrados como contrarios a los objetivos.

Entre los actores considerados neutros se encontraba entonces el Gobierno y sus autoridades. “El gobierno nos mira con desconfianza”, dijo entonces el dirigente Quisberth.

En el diagnóstico realizado mediante la herramienta FODA, se vio la Oportunidad de que el MAS había llegado al Gobierno con más del 50% de apoyo electoral, que ese partido consideraba a los movimientos sociales y sindicales como sus pilares y que la directiva de la FTPLP (en 2010) recién comenzaba sus dos años de gestión.

A esa situación se sumaron hechos coyunturales trágicos como la falta de sanciones a los asesinos del reportero rural Carlos Quispe (sucedido en 2008), la muerte del periodista de la Agencia de Noticias Fides (ANF) David Niño de Guzmán (sucedida en 2011) y las agresiones y heridas causadas a trabajadores de la prensa que fueron enviados a cubrir noticias en situaciones de conflicto.

Ante ello, la FTPLP decidió impulsar con más fuerza la necesidad de la aprobación de una norma jurídica que implante el seguro de vida y contra accidentes a favor de los periodistas, camarógrafos, fotógrafos y personal de unidades móviles de televisión y radio desplazado a zonas de conflicto y riesgo. Con ese fin realizó marchas de protestas en la Plaza Murillo de la ciudad de La Paz (como la ocurrida en abril de 2011) para ser escuchada por autoridades de Gobierno.

Además de lo indicado, persistía la necesidad de que los trabajadores de la información cuenten con una vivienda propia y otros beneficios socio laborales.

En ese contexto, dirigentes de la entidad sindical consiguieron reunirse con el presidente Evo Morales en Palacio de Gobierno, con el ministro de Comunicación Iván Canelas y otras autoridades del Órgano Ejecutivo.

Con el Jefe de Estado, se consiguió el compromiso de que el Gobierno, a través del Ministerio de Obras Públicas, construya viviendas para los trabajadores de la prensa de La Paz con el requisito previo de que estos consigan previamente un terreno propio donde construir las edificaciones. “El Estado –afirmó el presidente Morales– financiará un 70% del costo de las casas y el beneficiario un 30%, a pagos; pero consíganse terrenos”.

A la cita con el Primer Mandatario, efectuada en 2010, asistieron los dirigentes Quisberth, Mancilla, Ajpi, entre otros. Allí se fortaleció la construcción de lazos de confianza entre la FTPLP y el Gobierno.

Luego, en reuniones con el ministro Canelas y el viceministro de gestión comunicacional Óscar Silva, se perfilaron ideas sobre la aprobación de un seguro de vida y contra accidentes a favor de los trabajadores de la prensa.

En ese contexto la FTPLP y el Gobierno coincidieron en apoyar la aprobación de la ley contra el racismo y toda forma de discriminación (Ley número 045 del 8 de octubre de 2010) pese a la oposición de actores empresariales como la Asociación Nacional de la Prensa (ANP) y sectores de algunas asociaciones de periodistas.

Tanto la Federación de la prensa de La Paz como el Órgano Ejecutivo -tras el asesinato de dos periodistas (los hermanos Verónica y Víctor Hugo Peñasco Laime) que se dirigían a su fuente laboral en horas de la madrugada en la ciudad de El Alto- impulsaron la aprobación del Decreto Supremo número 1151 del 29 de febrero de 2012 referido al Transporte Nocturno Para Trabajadores de Medios de Comunicación.

Para presionar en la aprobación de normas jurídicas destinadas a garantizar la seguridad de los trabajadores de la prensa, la FTPLP impulsó marchas de protesta como la que se muestra en la siguiente fotografía:



Figura 35. Trabajadores de la prensa de La Paz durante una marcha realizada en Plaza Murillo de la ciudad de La Paz, en febrero de 2012, pidieron sanciones para los culpables del asesinato de los periodistas Verónica y Víctor Hugo Peñasco Laime y que el Gobierno apruebe normas jurídicas -como el seguro de vida y contra accidentes- para garantizar la seguridad de los obreros de la información.

Respecto al seguro de vida y contra accidentes para los trabajadores y trabajadoras de la prensa, si bien las gestiones de la FTPLP comenzaron durante la gestión del entonces ministro Iván Canelas, estas se concretaron durante la gestión de la ministra de Comunicación, Amanda Dávila quien impulsó decididamente la confección y presentación de un proyecto de ley al respecto.

Tras varias reuniones a las que asistieron Quisberth, la dirigente Carla Cardozo Cuenca (del sector denominado Independientes) y otros representantes gremiales con autoridades del Ministerio de Comunicación, el 10 de mayo de 2012, en una cita entre el presidente Evo Morales, la dirigencia de la FTPLP y otras organizaciones sindicales y populares vinculadas a la actividad de los trabajadores/as de la prensa, se presentó formalmente el Proyecto de Ley del Seguro de Vida denominado Verónica y Víctor Hugo Peñasco Laime (en honor a los periodistas asesinados mientras se dirigían a su fuente laboral en horas de la madrugada).

La propuesta de norma jurídica fue firmada por el presidente Morales y entregada al dirigente Boris Quisberth para luego ser enviada a la Asamblea Legislativa Plurinacional para su tratamiento correspondiente.

El proyecto de ley del seguro de vida para las y los trabajadores de prensa del país, entre otros aspectos, establece que las empresas de medios de difusión del país deben destinar hasta el 1% de sus ingresos brutos por concepto de publicidad para el seguro de vida de los obreros y obreras de la información.

El dinero recaudado por ese concepto, según indica la propuesta legal, servirá también para otros fines sociales. Al respecto, la FTPLP propuso que si hubiese remanentes de esa recaudación, se destine el mismo para la construcción de viviendas para las y los trabajadores de la prensa del país.

“Este es uno de los logros más importantes de la Federación”, sostuvo en mayo de 2012 el periodista René Quenallata, ex jefe de Redacción del diario estatal Cambio y actual corresponsal en Bolivia de la agencia de noticias china, Xinhua.

José Flores agrega al respecto: “El acercamiento que se ha hecho (con autoridades de Estado) ha servido de mucho y hemos visto ya algunas leyes que han salido y esperamos que salgan siempre en beneficio (de los trabajadores) gracias a la representación de los dirigentes o de la Federación”.

Para Quisberth, ese acercamiento al Gobierno si bien tuvo resultados como el Decreto del Transporte Nocturno, el proyecto de ley del seguro de vida, también generó reacciones contrarias de sectores empresariales y algunos grupos de trabajadores de la prensa.

“Hemos logrado expandir nuestro alcance –indica– posicionarnos a nivel nacional, creo que nos hemos posicionado muy bien con el tema de las organizaciones sociales, gobierno. Sin embargo también ha tenido un costo (que) ha sido alejarnos un poquito de un sector de los trabajadores de la prensa que no deseaban aquello (...) También nos hemos buscado enemigos que no compartían este planteamiento, se podría decir, como la parte empresarial de los medios de comunicación y como te decía de ciertos sectores de trabajadores de la prensa que tienen una visión distinta. Tuvo su costo pero creo que ha tenido un avance positivo en ese sentido”.

La relación entre la FTPLP y autoridades de Gobierno en el impulso de normas jurídicas en beneficio de las y los trabajadores de la prensa se verificó en el libro “Por los derechos a la comunicación e información. Leyes y normas a favor de los trabajadores/as de la prensa”.

En la parte de la Presentación de ese texto, entregado al público el 10 de mayo de 2012 en Palacio de Gobierno, la ministra de Comunicación Amanda Dávila escribió: “Se han sumado a esta iniciativa (a la compilación de la normativa referida a la prensa) las organizaciones del gremio como la Federación de Trabajadores de la Prensa de La Paz y la Cámara de Diputados de la Asamblea Legislativa Plurinacional”.

Por otra parte, la FTPLP realizó diversas reuniones con autoridades del Ministerio de Trabajo, del Viceministerio de Coordinación con los Movimientos Sociales (gracias a ello se logró asistir a la Cumbre Plurinacional realizada en la ciudad de Cochabamba, a finales de 2011 e inicios de 2012, en la cual se perfiló una agenda de más de 60 proyectos de ley, entre ellos la propuesta jurídica para el seguro de vida).

También los dirigentes de la Federación sindical mantuvieron varias reuniones, gracias a la intermediación del Ministerio de Comunicación, con la Autoridad de Telecomunicaciones con el fin de regularizar el funcionamiento de la radioemisora de propiedad de la FTPLP. Gracias a esas gestiones, las emisiones de esa radioemisora comenzaron a concretarse en forma experimental mientras se tramita su licencia formal.

Objetivo Específico (OE) 7:

- *Impulsar la creación y funcionamiento de medios de difusión propios de la FTPLP.*

Resultados:

La puesta en marcha de medios de difusión propios de los trabajadores de la prensa de La Paz, fue uno de los objetivos estratégicos visualizados en las reuniones de planificación efectuadas en la gestión 2010.

Entonces, dirigentes como Quisberth, César Ajpi, Jorge Landaeta y García, perfilaron ideas como abrir una radioemisora, un canal de televisión y un periódico mensual de la Federación de Trabajadores de la Prensa de La Paz.

Con esa Realidad Esperada (RE), en las gestiones 2010 y 2011 se procedió a explorar la compra de equipos electrónicos necesarios para el funcionamiento de una radioemisora. En 2011 se adquirieron esos equipos con recursos propios de la FTPLP (Transmisores, enlaces, micrófonos, grabadoras, una computadora, el alquiler de un sitio para la antena transmisora, entre otros).

A finales de 2011 comenzaron las emisiones de prueba de la radio. Para ello se habilitó una oficina destinada inicialmente para la pulpería (despensa de alimentos) de la Federación, y allí se colocaron paredes aislantes del sonido, vidrios y toda la instalación material para el funcionamiento de la radio que difunde su programación preliminar en 89,9 de Frecuencia Modulada (FM).

En 2012 se efectuaron transmisiones experimentales y, en mayo de ese año algunos programas ya se emitieron por ese medio aunque el proceso de implementación de la radioemisora recién comienza ya que el trámite para la licencia de funcionamiento está en curso.

Ese proceso está inconcluso, admite Quisberth, impulsor del funcionamiento de la radioemisora: “Sí, ha sido positivo, ha sido un planteamiento de una radio, estamos en proceso de la radio, estamos trabajando, es muy importante ese brazo operativo para todo lo que deseamos hacer: potenciarnos económicamente, posicionarnos en la sociedad es muy importante, el siguiente paso es (contar con) un canal de televisión (con) las nuevas tecnologías de la información. Hay que avanzar en todo eso”.

Para José Flores, del sindicato de trabajadores del canal televisivo Bolivisión, la instalación de la radio de la FTPLP es un hecho histórico ya que los afiliados al ente sindical podrán expresar sus ideas, necesidades y reclamar sus derechos; sin embargo todo eso está en proceso.

“Es otra de las metas que tenía la Federación para poder trabajar, y qué bueno. Se ve en esta gestión y este año –indica Flores- como un dato histórico, que este directorio haya logrado un medio de comunicación para sus propios trabajadores para que través de ese medio (se) puedan expresar libremente sus necesidades. Me parece

que la radio está tomando cuerpo, no tiene de momento una programación correspondiente y definitiva. Y la participación de los trabajadores no está todavía en su totalidad en nuestra radio por que todavía faltan algunos detalles y sobre todo es necesario que los trabajadores tengamos un medio propio donde podamos expresar nuestras necesidades y a través de ella la gente se vaya educando, que la gente vaya aprendiendo y que vea en realidad el trabajo de una persona como comunicador o trabajador de un canal o una radio”.

La instalación de medios de difusión propios de la Federación de Trabajadores de la Prensa fue vista también como una opción para contrarrestar, de alguna forma, la imposición de la ideología del empresariado mediático a través de sus organizaciones, como la Asociación Nacional de la Prensa (ANP).

“Es demasiado imperiosa la necesidad de tener medios de comunicación –afirma el dirigente Jorge Landaeta– como Federación tenemos que tener medios alternativos para poder responder al empresariado porque si bien algunos de nosotros trabajan en un medio, ese medio no puede transmitir los objetivos que tiene un trabajador, (los cuales) son rechazados y nunca ha salido una información a favor del trabajador (pese a que él trabaja allí). Entonces el medio alternativo, tener un medio propio -ya sea una radio, televisión- creo que va a favorecer de gran manera a la Federación”.

Respecto a los boletines de prensa, si bien en gestiones anteriores al 2010 dirigentes de la FTPLP divulgaron ese tipo de textos, estos tenían la estructura de manifiestos sindicales, es decir se regían por un formato propio de la Central Obrera Boliviana (es decir, con varios considerandos en la primera parte, después las conclusiones al final y enumeradas sin jerarquizar necesariamente su importancia noticiosa).

Esos boletines eran divulgados en hojas fotocopiadas y llevadas por funcionarios de la FTPLP, físicamente, hasta los medios de difusión. En muchas ocasiones, los boletines impresos eran entregados a sus destinatarios con varios días de retraso, lo que afectaba a su actualidad y oportunidad.

Sin embargo desde la planificación efectuada por la FTPLP en 2010 se intensificó la divulgación de boletines escritos bajo una estructura noticiosa (entrada o

lead corto e impactante y coyuntural, cuerpo breve y fundamentado, citas textuales de fuentes y esencialmente, brevedad).

Además de ello, a la entrega de boletines de prensa escritos, se sumó el envío de esos reportes mediante vías electrónicas (correos digitales, e mails; mediante una página creada en el Facebook u otras redes sociales) para llegar de manera más inmediata a los afiliados al ente sindical, según recuerda Quisberth.

“Se ha roto la lógica anterior que se tenía del comunicado frío al estilo de la COB (donde decía) ‘que el proletariado’ (...) Bueno –sostiene– se varió la lógica. Se han enviado boletines de prensa incluso vía (electrónica)”.

José Flores, por su lado, afirma que la modalidad de entrega de boletines mediante vías electrónicas y la forma noticiosa de redactarlos, permite informar a más afiliados ya que “a través de estos boletines mucha gente se ha informado, mucha gente ha entendido de otra manera que la Federación, en primera instancia, siempre va a estar reclamando los derechos que corresponden por ley, (es decir) en beneficio de todos los trabajadores”.

Con esa misma lógica, Jorge Landaeta destaca el uso del correo electrónico para “contactarse más con la gente, con el trabajador porque a través de la tecnología, de los e-mails y todo esto, creo que podemos lograr captar más gente y concientizar al trabajador de la prensa”.

Varios de los boletines de prensa elaborados por la FTPLP fueron publicados en medios escritos de La Paz mediante la aplicación de Decreto Supremo número 0136 de la Columna Sindical aprobado el 20 de mayo de 2011.

Esa norma jurídica, además de abrir las puertas a los periodistas afiliados a sindicatos para difundir sus opiniones sin ninguna restricción en el propio medio en el que trabajan, obliga a los medios a publicar avisos de las federaciones bajo sanción penal a los infractores.

“Hemos avanzado con el tema de la columna sindical –afirma Quisberth al respecto– es decir publicar nuestros comunicados en medios de comunicación escritos (...) es una buena idea hacer que la columna sindical se ejerza realmente vía radio, prensa televisión; es un trabajo grande que se tendría que hacer”.

Sobre los cuadernillos, estos fueron elaborados en base a la temática de los derechos laborales de los trabajadores de la prensa y entregados a los afiliados de forma escrita en la gestión 2011.

Respecto a la página web de la FTPLP <http://www.federacionprensa.org.bo>, esta funcionó divulgando información oficial y convocatorias de diversas naturaleza de la entidad sindical hasta 2011 pero no fue actualizada en 2012.

Por todo lo expresado, es posible expresar que la aplicación de un plan estratégico de comunicación en la Federación de Trabajadores de la Prensa de La Paz (FTPLP)-Bolivia durante el periodo 2010 a mayo de 2012 permitió mejorar parcialmente la imagen institucional de esa organización.

Para sustentar la anterior afirmación se recurrieron a las entrevistas clave realizadas a José Flores, del sindicato de trabajadores del canal televisivo Bolivisión; al afiliado vitalicio Jorge Landaeta; al dirigente Boris Quisberth; a Clayton Benavides, del periódico estatal Cambio; a Ivonne Juárez, periodista especializada en relacionamiento interinstitucional; Policarpio Toledo Arce, periodista y ex trabajador del periódico El Diario de la ciudad de La Paz; Eva Guadalupe Tapia, periodista del periódico La Razón, de La Paz, y Veiska Soto, relacionista pública.

Por ejemplo, Flores indica que “ha sido más bien una gestión donde se ha trabajado como se debe trabajar, de poder hacer entender al representante, al afiliado, al trabajador, qué a través de estos seminarios, estos cursos, del centro de computación que tenemos, los boletines, la pagina web; ha sido un logro grande para todos los comunicadores, para todos los trabajadores (...) esta gestión que se ha hecho, con todo lo mencionado, sirve de mucho y esperemos que se continúen con todo este tipo de planteamientos”.

Para Benavides, la Federación de Trabajadores de la Prensa es conocida por que cuenta con servicios de capacitación para los afiliados, realiza campeonatos deportivos, promueve el seguro de vida y contra accidentes y ayuda a los periodistas que requieren alguna representación legal en temas laborales. “Además –afirma– la Federación es conocida a nivel nacional”.

Jorge Landaeta, por su parte, considera que la opinión que los trabajadores de la prensa tienen sobre la FTPLP “ha mejorado en gran parte; creo que ha sido un trabajo muy loable (...) creo que la imagen de la Federación ha subido bastante aunque mucha gente, el público en general no sabe, pero internamente he visto los resultados”.

En ese mismo sentido, Quisberth destaca que la entidad sindical paceña, ya es considerada para asistir a reuniones sobre temas coyunturales con autoridades del Estado, movimientos sociales y otras entidades.

Por su lado Juárez, si bien anticipa que ella no tiene un conocimiento detallado de las actividades de la entidad sindical de los trabajadores de la prensa, recuerda que los anuncios de dotación de vivienda mediante planes del gobierno y la defensa sindical de los periodistas que sufrieron algunas agresiones, son dos temas que conoció mediante conversaciones con reporteros de algunos medios de difusión. “Veo una actitud más pragmática, especialmente en el tema de las viviendas”, asegura la entrevistada.

Para la periodista del periódico La Razón, Eva Guadalupe Tapia, la Federación de Trabajadores de La Prensa de La Paz participó en varias actividades “que ha realizado el partido en función de gobierno (MAS), tienen actividades deportivas, regularmente, promueve actividades de festejo de todo tipo” pero en esa entidad sindical son pocos quienes toman decisiones, esto debido a la inasistencia de algunos afiliados a las citas. Sin embargo Tapia afirma que “muchas veces (los dirigentes de la FTPLP) se han pronunciado en contra de agresiones a periodistas y a favor de la libertad de expresión”.

Sobre la imagen institucional de la Federación de Trabajadores de la prensa paceña, Toledo Arce está seguro que está cambio en los últimos tres años ya que “hubo más presencia en la defensa de los trabajadores, se hizo esfuerzos por su bienestar y se abrió la Federación” a públicos externos, con más transparencia.

Toledo Arce destaca en ese sentido las actividades de la FTPLP en procura de lograr un seguro de vida para los periodistas y normas para garantizar el transporte nocturno para los trabajadores de la prensa del país.

3.2. CONCLUSIONES

La aplicación de un plan estratégico de comunicación para mejorar la imagen institucional de la Federación de Trabajadores de la Prensa de La Paz (FTPLP)-Bolivia durante el periodo 2010 a mayo de 2012 mostró, entre otros aspectos, que la planificación estratégica de la comunicación no sólo se puede aplicar en el campo militar, en las empresas privadas, el marketing, la política, etc., sino también en las actividades de una organización sindical, en este caso la Federación paceña.

La planificación es concebida, según Contreras A. (2007) como un proceso dinámico y flexible de toma de decisiones correctas, lo que puede implicar: solucionar problemas o consolidar potencialidades

La planificación de la comunicación –agrega Contreras– tiene que ver con el modo de intervención en las prácticas sociales desde las enunciaciones de los sujetos, con las instituciones y la sociedad. En este caso, la intervención se realizó a una entidad sindical como es la FTPLP.

En ese sentido, la planificación de la comunicación estratégica es entendida como el uso de la comunicación para lograr objetivos específicos, intencionalmente dirigida, y sistemáticamente planificada. La comunicación estratégica parte de la Realidad Actual (RA) y se fija un futuro posible (Realidad Esperada).

Esos conceptos fueron el marco de la aplicación del Plan estratégico de comunicación para mejorar la imagen institucional de la Federación de Trabajadores de la Prensa de La Paz (FTPLP)-Bolivia durante el periodo 2010 a mayo de 2012.

Ese plan se basó en el uso de las herramientas proporcionadas en la materia de Diseño de estrategias de comunicación, asignatura dictada en el marco de la Maestría en Comunicación Estratégica de la Universidad Andina Simón Bolívar (UASB). La Paz-Bolivia entre los años 2006-2007.

Entre esas herramientas se encuentran el Pronóstico (proceso de identificación de las tendencias que se construyen en los factores de la realidad relacionados con el caso); la Prospectiva (Proceso de construcción conceptual de las alternativas de solución

o potenciamiento de las alternativas pronosticadas) y el Plan (proceso de programación operativa de las acciones de comunicación y de los mensajes).

En la pesquisa realizada, las herramientas de las estrategias en comunicación permitieron a los dirigentes de la FTPLP ordenar, sistematizar y jerarquizar sus conocimientos previos sobre la actividad sindical, identificar las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas a esa organización gremial en una coyuntura dada (2010 y la proyección a mayo de 2012), entre otras actividades. Todo eso como parte del Pronóstico.

Además de ello, los dirigentes conocieron y aplicaron instrumentos del diseño de estrategias de comunicación (mapa de actores, proyección de escenarios, etc.) y la forma de optimizar sus esfuerzos y recursos con el propósito de llevar a cabo sus objetivos estratégicos previamente identificados.

La importancia de contar con esas herramientas hizo que en la gestión 2011, el dirigente del canal televisivo RTP, canal 4, César Ajpi –por ejemplo– pidiera y consiguiera una copia de la metodología usada en la FTPLP para diseñar y aplicar un plan estratégico de comunicación.

El propio dirigente Quisbert, en 2012, propuso al autor del presente informe diseñar y aplicar un nuevo plan estratégico en comunicación para la FTPLP para la gestión 2012-2014.

La aplicación de herramientas de planificación en comunicación minimizó el uso de procedimientos empíricos para la definición de actividades en la Federación de la prensa, procedimientos que, en gestiones sindicales pasadas, era monopolio de uno o dos dirigentes que presidían la entidad gremial.

Otro aspecto relevante fue la presencia y participación voluntaria y enriquecedora de dirigentes y representantes sindicales de los trabajadores de la prensa de La Paz en la serie de reuniones de planificación realizadas en la sede de esa entidad sindical en 2010. Entre los asistentes a esas citas estuvieron Boris Quisberth Luna, secretario ejecutivo de la FTPLP; Javier Mancilla Luna, secretario General y Relaciones de esa entidad; César Ajpi, delegado del sindicato de Trabajadores del canal de

televisión RTP; David García, delegado del periódico La Prensa; Jorge Landaeta, representante del sector de los Fotoperiodistas (Fotógrafos) ante la Federación de Trabajadores de la prensa; José Flores, delegado del canal de televisión Bolivisión; Jorge Fernández, del Canal 7 (Bolivia Tv), entre otros.

La aplicación de un plan estratégico de comunicación para conseguir objetivos determinados para la FTPLP se tradujo luego en la realización, proyectada previamente, de más de 30 seminarios, talleres, debates, desayunos-trabajo sobre temáticas relativas a la prensa, actividades sociales (fiestas); en el funcionamiento de una radioemisora propia de la FTPLP; de un centro de capacitación computarizada, servicios que se sumaron al ya existente Centro Médico para atender a los afiliados de la entidad sindical.

La evidencia de que la FTPLP estaba aislada del resto de las instituciones organizaciones y del Estado -uno de los resultados del Pronóstico- (de 13 organizaciones sólo una apoyaba los postulados y objetivos; ocho estaban neutras y cuatro eran contrarias) permitió ver a los dirigentes sindicales la utilidad de aplicar el Mapa de Actores y la necesidad de acercarse a los actores neutros, especialmente al Gobierno.

El acercamiento de la FTPLP al Gobierno posibilitó la coincidencia de ambas organizaciones en el impulso a la Ley contra el racismo y toda forma de discriminación, a su reglamentación; en la aprobación (por parte del Órgano Ejecutivo) de un Decreto a favor de los trabajadores de la prensa (transporte nocturno obligatorio) y en la aprobación, por parte del presidente Evo Morales, del proyecto de ley de seguro de vida y contra accidentes para los obreros y obreras de la información.

“Somos interlocutores válidos en muchos aspectos”, evalúa Quisberth quien asegura que cobró importancia el concepto de Imagen para la Federación de la prensa. “Hemos logrado posicionar en la mente de las personas (las) demandas de nuestro sector, con demandas de la misma sociedad (...) hemos logrado salir a la luz pública, no sé si más que otras organizaciones pero creo que tenemos aún bastante relevancia”.

Sin embargo el dirigente considera que la imagen institucional de la FTPLP para algunos afiliados es positiva por los logros conseguidos, pero para algunos grupos la Imagen puede ser distinta.

Precisamente Quisberth fue entrevistado, en varias oportunidades en diversos medios de difusión mientras que dirigentes de la FTPLP fueron invitados a la Cumbre Plurinacional (realizada en Cochabamba) de sectores sociales, empresariales y académicos que, a finales de 2011 e inicios de 2012, perfiló una agenda de más de 50 proyectos de ley para el país.

Otra visión tiene la periodista del periódico La Prensa Alejandra Cuevas, de la sección dedicadas a las Culturas, de ese medio impreso de la ciudad de La Paz, quien considera que la Imagen Institucional de la FTPLP es mala a pesar de los cursos de capacitación, la radio, las normas jurídicas a favor de las y los trabajadores de la prensa y a pesar de las gestiones de la Federación para lograr un seguro de vida y contra accidentes.

Por el contrario, para Jorge Landaeta, afiliado vitalicio y secretario ejecutivo interino de la FTPLP en junio de 2012, la Imagen de la FTPLP –tras la aplicación del plan estratégico de comunicación– “ha mejorado en gran parte, creo que ha sido un trabajo muy loable, creo que se debe mantener esta situación porque va -como te decía- en beneficio del trabajador. Creo que la Imagen de la Federación ha subido bastante aunque mucha gente, el público en general no sabe pero internamente he visto los resultados. Hay gente que nunca se acercó a la Federación y ahora se acerca precisamente para pedir consejos para seguir trabajando para pedir ayuda y hemos visto que la Federación no ha negado la participación en ningún momento a ningún trabajador sea o no sea afiliado a esta Federación. Si ha sido miembro de algún medio de comunicación, ha sido apoyado en esta situación”.

Por lo expresado, la aplicación del plan estratégico de comunicación en la Federación de Trabajadores de la Prensa de La Paz (FTPLP)-Bolivia durante el periodo 2010 a mayo de 2012, permitió mejorar de manera parcial la imagen institucional de esa organización sindical.

3.3. RECOMENDACIONES

Respecto a las recomendaciones tras la aplicación de un plan estratégico de comunicación para mejorar la imagen institucional de la Federación de Trabajadores de la Prensa de La Paz (FTPLP)-Bolivia durante el periodo 2010 a mayo de 2012 se pueden indicar las siguientes:

-Las crisis de diversa naturaleza son una constante y un plan estratégico de comunicación debe actualizarse periódicamente para evitar ser sorprendido por imponderables, esto debido a que la planificación es un proceso dinámico y flexible de toma de decisiones correctas, lo que puede implicar: solucionar problemas o consolidar potencialidades.

Para ello, los responsables y actores tendrían que estar atentos a los cambios de la coyuntura sectorial, local, nacional en los campos político, económico, sindical, etc.

-En la formulación y aplicación del plan estratégico de comunicación resulta importante la socialización y la participación de la mayor cantidad de personas (no sólo de dirigentes) para garantizar mejores resultados (y su permanencia en el tiempo) respecto a los objetivos trazados.

-Si bien el diseño y aplicación del plan contó con la participación activa de dirigentes de las y los trabajadores de la prensa, es recomendable que el uso de esas herramientas sistemáticamente aplicadas cuente con el respaldo de resoluciones del Directorio (u otro nivel relevante de decisión) para que todo el proceso quede formalmente en la memoria institucional de una determinada organización.

-Las herramientas de las estrategias de comunicación son de uso común en empresas, el Gobierno y otras entidades, pero no son muy frecuentes en organizaciones sindicales. El uso de esas herramientas podría ayudar a las entidades sindicales a lograr sus objetivos con mejores niveles de eficacia.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CONTRERAS, Baspineiro Adalid. Diseño de estrategias de comunicación. Clases dictadas el año 2007 en la Maestría en Comunicación Estratégica. Universidad Andina Simón Bolívar (UASB). La Paz- Bolivia. 2006-2007.

COSTA, Joan. (2006) Imagen Corporativa en el siglo XXI. Edit. La Crujía. Edición Buenos Aires, Argentina. Pág. 51,52 y 53.

DENZIN, N.K. The Research act.1970 en VALLES, Miguel. Técnicas cualitativas de Investigación Social. Edit. Síntesis SA.Madrid, España. 2000.

DEFINICIÓN DE. Recuperado el 28 de junio de 2012 de <http://definicion.de/metodo-deductivo>.

HERNÁNDEZ SAMPIERI, Roberto, FERNÁNDEZ, Carlos y BAPTISTA, Pilar. Metodología de la Investigación. Edit. MacGraw-Hill Interamericana. Primera Edición 1991. México.

MINISTERIO DE COMUNICACIÓN (2012). Por los derechos a la comunicación e información. Leyes y normas a favor de los trabajadores/as de la prensa. Edit. Presencia. 2012.

PAZ, Ballivian Ricardo. (2012) Estrategia política. Artículo publicado en el periódico La Razón. La Paz- Bolivia. Disponible en http://www.la-razon.com/opinion/columnistas/Estrategia-politica_0_1567643265.html (27/2/2012).

RODRÍGUEZ, María José. Conflictología. Crisis comunicacional. Clases dictadas el año 2007 en la Maestría en Comunicación Estratégica. Universidad Andina Simón Bolívar (UASB). La Paz- Bolivia. 2006- 2007.

RODRÍGUEZ, J. Francisco y otros. Introducción a la metodología de las ciencias sociales. Edit. Política. La Habana. 1995. Pág. 120.

TORRICO, Erick. LA TESIS EN COMUNICACIÓN. Elementos para elaborarla. Artes Gráficas Latinas. La Paz, Bolivia, 1993. Págs. 19 y 20.

TIRONI, Eugenio y CAVALLO, Ascanio. COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA. Vivir en un mundo de señales. Edit. Taurus. Pensamiento. Chile. 2004.

VENTURA, Jordi. Comunicación Corporativa, en BENAVIDEZ, COSTA, FAJULA, FURST, LIRIA, MORALES, PERDIGUER, RICARTE, ROCA, RODRÍGUEZ, SOLER, VENTURA. Dirección de Comunicación empresarial e institucional, 2000-2001.

ENTREVISTAS REALIZADAS

BENAVIDES, Clayton. Periodista del periódico estatal Cambio. Fue entrevistado el 22 de junio de 2012.

CUEVAS, Alejandra. Periodista del periódico La Prensa de la ciudad de La Paz. Se conversó con ella en varias oportunidades en junio de 2012.

FERNÁNDEZ, Marco. Periodista y corrector de estilo. Fue entrevistado el 27 de junio de 2012.

JUÁREZ, Ivonne. Periodista especializada en relacionamiento institucional. Fue entrevistada el 22 de junio de 2012.

FLORES, José. Dirigente sindical del canal televisivo Bolivisión ante la Federación de Trabajadores de la Prensa de La Paz. Fue entrevistado el 6 de junio de 2012.

LANDAETA, Jorge. Secretario Ejecutivo interino (en junio de 2012), miembro vitalicio de la FTPLP y parte de los fotoperiodistas (fotógrafos). Fue entrevistado el 6 de junio de 2012.

TAPIA, Eva Guadalupe. Periodista del periódico La Razón, de La Paz. Fue entrevistada mediante el Facebook el 27 de junio de 2012

QUENALLATA, René. Corresponsal en Bolivia de la agencia de noticias china Xinhua. Se conversó el 10 de mayo de 2012.

QUISBERT, Boris. (2010) Secretario Ejecutivo de la Federación de Trabajadores de la Prensa de La Paz (FTPLP) en el periodo 2010-2012. Fue entrevistado el 25 de abril de 2012 y el 6 de junio del mismo año.

SOTO, Veiska. Periodista. Fue entrevistada mediante el Facebook el 27 de junio de 2012

TOLEDO, Policarpio. Trabajador de la prensa y ex periodista del matutino El Diario de la ciudad de La Paz. Fue entrevistado el 27 de junio de 2012.

REVISIÓN HEMEROGRÁFICA

LA RAZÓN. La Paz. Publicaciones referidas a la Federación de Trabajadores de la Prensa de La Paz (FTPLP) difundidas entre 2010 a mayo de 2012.

CAMBIO. La Paz. Publicaciones referidas a la Federación de Trabajadores de la Prensa de La Paz (FTPLP) difundidas en 2012.

LA PRENSA. Publicaciones referidas a la Federación de Trabajadores de la Prensa de La Paz (FTPLP) difundidas en 2012.