

Javier Ponce :

LOS MEDIOS DE COMUNICACION Y EL MOVIMIENTO SINDICAL. VISIONES Y
PREJUICIOS

(Apuntes para un análisis crítico de las políticas informativas de la CEOSL*)

Ecuador

El movimiento sindical y los medios de comunicación pasan por un momento de equívocos, un desencuentro que priva a la información del punto de vista de un sector importante de la sociedad ecuatoriana, e impide al sindicalismo aportar a la agenda pública por medio de los canales formales de comunicación, fundamental además, si se busca un equilibrio social en la vida del país..

¿Es posible desactivar esta incomunicación? ¿Son suficientes los esfuerzos que pueda hacer uno de los dos sectores?

Se trata, sin duda, de un esfuerzo común. Sin embargo ¿están interesados los medios en revisar sus prejuicios hacia el movimiento sindical? Es posible que no, pero aquello no es nuestro objetivo, pues aquí se trata de un conjunto de reflexiones para uso fundamentalmente del movimiento sindical, y particularmente de la CEOSL, en el marco de sus esfuerzos por transformar y modernizar el movimiento de los trabajadores.

Es por esta razón que no nos detenemos lo suficiente en las críticas razonadas y justas que la dirigencia sindical tiene hacia los medios de comunicación y que explican, en gran medida, el silencio que los medios

* Este documento fue revisado y ampliado en un primer encuentro entre dirigentes sindicales y periodistas, auspiciado por el ILDIS, el 21 de diciembre de 1999

provocan alrededor de los pronunciamientos de la dirigencia obrera. Es indudable que los medios responden a sus gremios empresariales, que están cruzados por diversos intereses económicos y que se ajustan a los modelos económicos altamente inequitativos, y que esos intereses y ubicación limitan profundamente cualquier pretendida independencia de los medios. Más aún, eso explica campañas de desprestigio emprendidas por algunos medios contra la dirigencia sindical. Este aspecto de la relación difícilmente puede modificarse, cualquiera sea el esfuerzo que haga el movimiento sindical. Sin embargo, hay otros aspectos, en ocasiones formales, que sí pueden modificarse.

Dejaremos sentada, sin embargo una premisa: el diálogo entre los medios y las organizaciones de los trabajadores debería versar sobre aspectos de fondo de la realidad nacional, ese diálogo, de ser posible, podría establecerse a partir de una agenda de temas fundamentales del país que, a propuesta de dirigentes sindicales y periodistas, debería abordar aspectos como: los límites de la privatización de fragmentos del Estado, la profundización de la democracia, la corrupción a diversos niveles, la situación del sistema financiero, las autonomías y la descentralización, la reactivación productiva ligada al desarrollo científico y tecnológico en el país, el empleo, la globalización, etc.

Insistimos: este documento no pretende establecer las razones de la crítica que los periodistas puedan tener hacia el movimiento sindical; ni analizar, tampoco, las profundas distancias ideológicas y de intereses sociales que expliquen el silencio de los medios con respecto al movimiento y a sus organizaciones. Pretende recoger la visión que los periodistas de los grandes medios tienen sobre las políticas de comunicación y la imagen que

proyectan las dirigencias sindicales, sin justificar estas visiones, sino para efectos de que el movimiento sindical pueda evaluarlas y considerar la pertinencia de tomar algunas de las críticas en lo que sea posible y conveniente. No ahondaremos, en igual medida, la imagen que la dirigencia sindical tiene de los medios y de los periodistas, porque no es a ellos que se dirigen nuestras reflexiones. No tiene tampoco, este documento, pretensiones educativas hacia el movimiento sindical, que exijan un tratamiento sistematizado y profundo de cómo se produce la información como mercancía en manos de empresas de la comunicación.

Nuestro intento es algo más pragmático y está dirigido a señalar las posibilidades de mejorar la imagen pública del sindicalismo que proyectan los grandes medios de comunicación.

Si hemos hablado de un desencuentro entre el sindicalismo y los grandes medios de información, hemos de comenzar por distinguir dos niveles en el distanciamiento. Mientras el uno hace referencia a ciertos hábitos informativos presentes en uno y otro sector, que bloquean el diálogo; el otro responde a diferencias más profundas de intereses y de pensamiento, de concepciones de la modernización de la sociedad y de equilibrio y justicia sociales. El primero ocurre a nivel del discurso y es, en buena medida, un asunto de formas. El segundo tiene raíces ideológicas, responde a distintas perspectivas desde las cuales mirar la conducción de la economía, la política, las relaciones laborales, la naturaleza del Estado y de la nación, los objetivos de los movimientos sociales, etc.

Si existe en el movimiento sindical y particularmente en la CEOSL, la intención de trabajar sobre la cuestión, si ve necesario romper, en lo que



sea posible, esa distancia con los medios de comunicación, se puede desbloquear el primer nivel. El segundo es necesario manejarlo en sus contradicciones, para efectos de aprovechar las fracturas que presente.

El desencuentro ocurre en un momento, en cierta forma dramático, del movimiento sindical. Las reformas legales que se han dictado desde mediados de la década pasada, que han respondido a intentos por "flexibilizar" las relaciones laborales, han debilitado a las organizaciones de base. Las cámaras de la producción, con el argumento de favorecer las inversiones productivas en el país, han conseguido desmontar en buena medida algunos de los pilares de las relaciones laborales, particularmente la conquista de la estabilidad laboral, y han colocado al trabajador a merced de un mercado de trabajo segmentado y poco propicio a la agremiación. Este discurso empresarial, ha penetrado profundamente en los medios de comunicación, pues viene acompañado de nuevos e "imaginativos" (aunque no muy originales) modos de entender la relación obrero-patronal que aparece menos rígida y más abierta al diálogo y al consenso entre empleado y empleador, en aparente función del rendimiento y la capacidad del trabajador, pero sin que por ello éste tenga acceso a la información sobre la productividad de la empresa.

Paralelamente, la tesis del achicamiento del Estado por la vía de la reducción del empleo público y las privatizaciones, se ha encarnado de tal forma en la conciencia de la "opinión pública", que ésta ha llegado a identificar modernización y eficiencia con reducción del papel del Estado, tanto en la mediación de las relaciones sociales como en el control de los recursos nacionales.

EL MOVIMIENTO SINDICAL VISTO DESDE LOS MEDIOS DE COMUNICACION

En un escenario marcado por estas "verdades" que no se ponen en tela de juicio, los medios han llegado a una falsa percepción de un movimiento sindical que simplemente marcha a contracorriente de esta tendencia. En este modo de mirar al otro desde el pedestal de una verdad absoluta, los medios se perciben a sí mismos como democráticos, amplios, receptivos a todas las tendencias, sin prejuicios hacia el movimiento sindical, siempre que aquellas verdades no sean cuestionadas y no se ponga en tela de juicio la organización misma de la sociedad, altamente injusta.

Veamos, entonces, cómo a partir de estos hechos, perciben los comunicadores al movimiento sindical. Para el efecto, hemos consultado a cinco jefes de información de los grandes medios, tanto escritos como de televisión.

a) Perciben a la dirigencia sindical siempre a la defensiva, sin propuestas, anteponiendo siempre el "No" en todo su discurso. Este es un típico problema de forma de presentación de las propuestas sindicales y de oportunidad de las mismas, pues es indudable que las dirigencias tienen propuestas sobre los más diversos asuntos. Un buen ejemplo de ello es la publicación "Opinión sindical", que tuvo poco eco en la prensa.

b) Lo perciben enclaustrado en sus intereses de clase más inmediatos. Con una agenda estrecha que los limita exclusivamente al escenario gremial. Es percibido como un aparato de dirección que se ha quedado en aquella versión identitaria del reconocimiento de la clase obrera como un sector

social diferenciado, autónomo que, en su pureza no ha sabido encarnar un rol social más amplio, cuando las identidades colectivas parecen conformarse en el entrecruzamiento de otras realidades más diferenciadas . Nuevamente, insistimos, la oportunidad y la forma de la información vuelven a pesar en la evaluación.

Hay la impresión de que la dirigencia sindical se detiene en la reivindicación del sector y no reflexiona sobre el amplio espectro de problemas de la sociedad, desde las cuestiones de política económica hasta los problemas más cotidianos (uno de los entrevistados evoca la apertura vivida por la CFDT francesa, en los años ochenta, organizando congresos sobre los aspectos éticos de la revolución genética).

En virtud de esa percepción y del carácter segmentado del mercado de trabajo y del salario, la versión de un sindicalismo como resultado de la suma de solidaridades diversas en una plataforma de lucha única, aparece como rezagado, al margen de los cambios.

c) Para los comunicadores consultados, el sindicalismo en el Ecuador parece no entender su papel como un mediador social privilegiado. "Se comportan solo como sindicalistas, no como ciudadanos" se afirma. Se hace referencia a las reformas últimas al código penal que fueron rechazadas por el movimiento de mujeres y por el movimiento indígena, y que encarnaron graves complicaciones políticas (por ejemplo facilitar el retorno de Abdalá Bucaram) y frente a las cuales el sindicalismo no se habría pronunciado públicamente.

d) Hay un cuestionamiento, a nivel del lenguaje, de los pronunciamientos sindicales. A partir del lenguaje, existe la creencia de que en el movimiento sindical no hay un pensamiento elaborado, que el discurso se asemeja al de

los viejos partidos políticos y que, cuando se busca una opinión sobre un tema, el periodista se encuentra con una caricatura de la realidad, con un punto de vista antiguo. "Se espera de ellos visiones nuevas, pero lo que ocurre es un desencanto" opinan. No hay muestras de una evolución del sindicalismo en el país. Esto responde también, a los esfuerzos del periodismo profesional por renovar lenguajes y modos de aproximarse a los hechos.

e) Las críticas coyunturales que provienen del sindicalismo, adquieren, según los medios de comunicación, el carácter de estigmas. Fácilmente se proyectan las críticas coyunturales como si fuese una cosmovisión, por más allá del carácter puntual de la coyuntura. Las críticas coyunturales parecerían desembocar siempre en condenas generales al sistema, la globalización, el neoliberalismo, etc. No se quedan en el desmontaje mismo de la coyuntura.

f) En el caso particular de los sindicatos públicos, la imagen que los medios tienen es de que ese sector sindical establece consensos con otros sectores, exclusivamente para viabilizar sus demandas, sectarizando y funcionalizando la acción de los movimientos sociales.

g) En cuanto a cómo corregir, según los comunicadores, este escenario negativo, ellos ratifican que no tienen prejuicios con respecto al movimiento sindical (lo cual aparte de no ser totalmente cierto, encarna la típica arrogancia del periodista frente a quien necesita del medio para difundir su pensamiento), pero encuentran que los instrumentos utilizados por las centrales para establecer contacto con la prensa, no ayudan.

Consideran que los boletines son un instrumento de muy relativa significación, sirven muy poco dentro del periodismo actual, responden a lo que en épocas pasadas se conoció como el "periodismo boletinesco" que hoy es menospreciado.

El periodista prefiere el contacto personal (incluso por fuera de la necesidad inmediata de difundir una información o pronunciamiento), el espacio abierto para la investigación, de modo que el dirigente sindical pueda familiarizarse en el diálogo con los periodistas claves y pueda, en cualquier momento, ser percibido como un actor social al que se le consulta sobre diversas coyunturas. El periodista esperaría del sindicalismo, información antes que juicios de valor.

Los consultados creen que la estrategia de la dirigencia sindical no es la más acertada. Por ejemplo, dos jefes de información de noticieros de televisión opinaron que los dirigentes no utilizan los espacios de debate de las mañanas, cuando la información es escasa; y mientras tanto convocan ruedas de prensa en medio del vértigo informativo del día, cuando con frecuencia hay otros hechos más emergentes o espectaculares, que obligan, al momento de editar los noticieros, a desechar el material de esas ruedas de prensa (siempre dentro de la lógica de la competencia en un mercado de información muy concurrido).

h) Finalmente, es posible percibir en los comunicadores un cierto resentimiento con respecto a lo que ellos llaman críticas prejuiciadas por parte de la dirigencia laboral, ubicando a los medios como instrumentos sumisos del poder político y económico, sin apertura para las causas populares. Creen que esas críticas pecan de generales, poniendo a todos en

un mismo saco, no toman en cuenta los matices que existen entre los medios y dentro de un mismo medio.

Alguno de los entrevistados encuentra en la dirigencia de la CIGOSL una gran apertura a un diálogo sincero y crítico, pero únicamente en el marco de las conversaciones privadas. Reconocen que sectores de los medios han estigmatizado sin pruebas a la dirigencia sindical, pero la siguen considerando como un interlocutor importante. Sin embargo, no encuentran forma de romper la distancia que existe con ellos y que les lleva a no consultarlos al momento de elaborar las informaciones. "Si yo quiero conocer un punto de vista de los movimientos sociales, acudo a la CONAIE y no a las centrales sindicales" afirma uno de ellos. Y no encuentran forma de quebrar el silencio, porque tampoco los periodistas reconocen la falta total de esfuerzos por aproximarse al pensamiento sindical, sujetos a un periodismo fácil. El periodismo en el Ecuador, con pretender ya no ser boletinesco, sigue siendo pasivo, receptivo, no se plantea otros temas que los que le impone día a día la agenda pública estructurada por los partidos y el poder político

Todos estos aspectos evocados, tienen relación tanto con la percepción del estilo de comunicación del movimiento sindical, como con la visión ideológica de los comunicadores con respecto a los movimientos sociales populares.

La realidad no necesariamente responde a estas visiones. Basta mirar los documentos preparados por la CEOSL para las asambleas regionales y su próximo congreso, para encontrar una actitud propositiva, una

comprensión de la diversidad de la sociedad con apertura hacia los sectores informales y campesinos, y una preocupación con aspectos tan diversos como el medio ambiente, la salud y la cultura.

Sin embargo ¿por qué no están estas preocupaciones sindicales en la opinión pública? ¿Por qué los medios tienen estos prejuicios? ¿Son los medios espacios en los que se puede incidir? ¿Vale la pena hacer el esfuerzo y reconstruir la imagen de la dirigencia sindical entre los periodistas? Son preguntas que el movimiento sindical puede o no plantearse. Nosotros creemos que vale la pena plantearse. Lo que no quiere decir que se deja de tener en cuenta el origen y la condición empresarial de los medios, lo que hace imposible que la relación se modifique totalmente.

Es evidente que, en último término, los medios se harán eco de las luchas sindicales en todas las ocasiones en que éstas se impongan en el escenario social y político y no puedan ser soslayadas.

Sin embargo, mientras tanto, es posible mejorar la relación.

El eje del asunto, tiene que ver con cómo se comunica el movimiento sindical y con qué estrategia cuenta para llegar a la sociedad a través de los grandes medios de comunicación.

ALGUNAS PROPUESTAS PARA COMUNICARSE MEJOR

a) Comenzaremos con una reflexión que hace referencia a las condiciones y los contextos en los que trabajan los medios, y que pueden ser aprovechados por un sector popular como el sindical. Para abordar el asunto, me parece que se puede partir de dos hechos claves a ser tomados en cuenta: las evidencias de una sociedad plural cuya diversidad no puede ser soslayada por los medios; y la necesidad de los medios de alimentar su credibilidad, que se encuentra, este momento, según las encuestas de opinión, en su punto más bajo desde hace muchos años.

En cuanto a lo primero, la aparente homogeneidad de una sociedad ecuatoriana bastante simple y férreamente controlada por sus élites económicas, se ha resquebrajado. Ya no es posible construir una información seria, ignorando una multiplicidad de voces. Algunos medios, y dentro de ellos numerosos periodistas, no necesariamente los empresarios de la comunicación, han entendido la complejidad social revelada en los últimos años y están buscando la opinión de nuevos actores, al menos nuevos para ellos. De allí que manifiesten que no tienen prejuicios con respecto al movimiento sindical, no porque no los tengan en verdad, sino porque no pueden ya prescindir de la opinión de un sector importante. Este momento, temáticas como la reforma del Estado, la nueva Constitución, la seguridad social, la educación, las privatizaciones, la corrupción, pasan por la consulta a dirigentes de diversos sectores, de indígenas, de ONG, de mujeres, de derechos humanos, aunque las visiones dominantes sigan siendo las de los partidos políticos, los gobiernos o los gremios empresariales. Esto establece un matiz que hay que tener en cuenta, una

"fractura" en los medios que puede ser aprovechada. En el modo como se impone la diversidad en los medios, hay una brecha por la que podría filtrarse la visión fresca, propositiva y concreta del movimiento sindical, en su condición de sector organizado y precedido de una larga historia de luchas y diálogos políticos y sociales.

Aunque parezca una exageración, me atrevería a afirmar que los medios se han democratizado en estas dos últimas décadas, más que por iniciativa de ellos, por la fuerza de un inocultable enriquecimiento del tejido social, cuya presión ya no puede soslayarse, y que se hizo evidente durante la redacción de la última Constitución.

El otro elemento, el de la credibilidad, está en el centro del conflicto interno que constantemente viven los medios, a horcajadas entre su dependencia de intereses empresariales y políticos, y la necesidad, impuesta por el propio mercado de la comunicación, de contar con la credibilidad pública para el propio crecimiento dentro de ese mercado muy competitivo. De la credibilidad depende la lectoría y las agencias de publicidad hacen una suma simple de lectores o de telespectadores al momento de definir los pautajes de publicidad.

En torno a la credibilidad, los medios viven flujos y reflujos, y asumen, en ocasiones, formatos peligrosamente sensacionalistas para aparecer más descarnadamente realistas y transparentes y atraer más público.

Los medios contaron, hasta hace poco, con una alta credibilidad, según las encuestas. Pero hoy, son las propias encuestas las que no pueden ocultar la

caída de esa credibilidad, en el marco de una crisis general y profunda de la institucionalidad en el Ecuador. Los niveles de desencanto popular son tan dramáticos este momento, que un medio, apenas adquiere un tono complaciente con un régimen político o intenta soslayar el descontento popular, vive una caída en picada de su circulación o sintonía. La credibilidad se ha vuelto, para los medios, un bien frágil e ingrato.

Allí está una segunda "fractura" de los medios, una contradicción que puede ser utilizada para forzarle a atender la información originada en los sectores sociales populares. Es una contradicción sobre la que los periodistas más democráticos y honestos que trabajan en grandes medios, fundan sus estrategias informativas y mediatizan -evidentemente en forma relativa- las pretensiones de los dueños de los medios por ocultar un hecho de corrupción, desvirtuar una realidad o menospreciar una lucha popular.

Al momento de trazar una estrategia informativa, nos parece que el movimiento social debe tener en cuenta estos dos factores y utilizarlos en su beneficio. Allí hay intersticios, fracturas, matices que deben ser detenidamente analizados para su aprovechamiento.

b) En cuanto a la estrategia misma de aproximación a los medios, el movimiento sindical y en nuestro caso la CEOSL, podemos constatar que se han manejado unidas y confundidas la información con la propaganda. De hecho comunicación y propaganda hacen parte de una misma responsabilidad dentro de la organización. Esto es, la información ha sido vista únicamente hacia el interior de la organización. Incluso los dos instrumentos de información con los que cuenta -Antorcha Popular y Radio Libertad- trabajan en la perspectiva de fortalecer la unidad interior del movimiento, y fundamentalmente difundir las actividades y los pronunciamientos del movimiento hacia afuera.

No hay una estrategia de comunicación que protagonice la vía contraria, esto es, que gire en torno a las preocupaciones básicas de la gente en su vida diaria, no para efectos de definirse como organización frente a esas preocupaciones y pronunciarse sobre ellas, sino para enriquecerlas con información y con el trazado de perspectivas.

En las regionales de la CEOSL, es posible constatar, por ejemplo, que es alguno de los miembros que permanece a tiempo completo en la sede regional y hace múltiples tareas, el que se ocupa de preparar boletines de prensa, sin más recursos ni conocimientos que su voluntad y entrega a la organización. Una preocupación que no va más allá de la simple distribución de los boletines, asumiendo que su recepción y difusión viene por añadidura. Cuando eso no ocurre, cuando el boletín no es publicado o lo es fragmentariamente y con distorsiones producto de su incompleta difusión, la dirigencia sindical lo adjudica a la intervención de los propietarios sobre los medios, cuando puede muy bien tratarse de un equívoco originado en el modo de relacionarse con los medios..

En la sede central de la confederación existe una unidad mínima de comunicación, pero que desarrolla un trabajo más o menos rutinario de envío de boletines y convocatorias generales a ruedas de prensa. El tema ha ocupado muy poco la atención de las dirigencias y se ha resuelto, más bien, por la vía de explicar el silencio de los medios como un efecto mecánico del carácter empresarial y neoliberal de éstos.

Con toda razón, la dirigencia reclama de los medios que éstos sepan hacer una mínima desagregación al interior del movimiento sindical, de modo de percibir cada central y cada sector en sus características específicas, pero los esfuerzos han sido mínimos, por parte de la organización sindical, para

subrayar y hacer evidentes esas particularidades. El mismo proceso de descentralización, con la estructuración de las regionales, es un ejemplo dentro de la CEOSL, de que es posible trasladar responsabilidades y autonomía a las regiones, sin perder la unidad del movimiento. Sin embargo, la CEOSL no ha buscado participar propositivamente en el debate nacional de la descentralización y las autonomías a partir de su propia experiencia. Esta ausencia, sumada al silencio de todos los movimientos sociales sobre el tema, ha hecho que éste se ventile exclusivamente a la luz de ciertos intereses económicos y políticos.

En cierta medida es explicable que la población ajena a la vida sindical, se pregunte qué pasa con la dirigencia del movimiento más allá de los periodos de huelga. No encuentra información sobre toda la acción que cumplen las dirigencias.

En ese sentido, hay que observar con algún detenimiento la estrategia de los gremios empresariales. Constantemente disfrazan sus intereses como si fuesen desinteresadas propuestas a la sociedad, de modo de crear la imagen de que están ocupados en encontrar salidas a las crisis por más allá de las suyas propias. Las cámaras están constantemente apropiándose de las problemáticas, están repetidamente informando sobre lo que ocurre en las relaciones obrero-patronales, con lo que crean la sensación de estar abiertas a consensos en ese campo.

Las dirigencias sindicales, cuando tienen oportunidad, expresan sus propuestas y algunas de ellas, rechazadas en primera instancia, acaban siendo acogidas por otros sectores e incluso por el Gobierno, como ocurrió



en el caso de la moratoria de la deuda externa. Pero no hay en el sindicalismo, nadie que esté ocupado en organizar una agresiva irrupción en la opinión pública, con esas propuestas. No hay acciones de impacto, convocatorias amplias a eventos innovadores y audaces en ese sentido. Parecería que al movimiento sindical le basta con dejar constancia de su actitud propositiva y nada más, lo cual parecería dar la razón a la percepción de los medios, de que el sindicalismo sigue ocupado exclusivamente de los intereses inmediatos de sus gremios. La dirigencia está presente en muy diversos foros pero no los organiza.

Parecería que a la estrategia de comunicación de una central como la CIGOSL, le falta, en su información, impulsar con oportunidad las demandas y las propuestas de otros sectores sociales. Los respalda desde su ubicación en el escenario social, pero la imagen que se proyecta es la de que hace frente común con ellos solo en momentos de una movilización o una convocatoria a un paro general.

Si existe una percepción de que el movimiento sindical vive un reflujo, ha sido golpeado por la estrategia patronal, está en cierta forma aislado, es indispensable tender puentes frente a la opinión pública, reconstruir una imagen, del mismo modo como, al interior, el movimiento se robustece acogiendo a organizaciones de trabajadores informales, de mujeres, de jóvenes. Hace falta una estrategia de comunicación que evidencie a la sociedad que la defensa de la fuente de trabajo no está en contradicción, ni mucho menos, con la modernización del Estado, con la defensa del medio ambiente, con la propuesta de una sociedad que no haga exclusiones por el

origen étnico o el sexo, aspectos que sí están presentes en el debate interno de la CEOSL.

Se hace necesario propiciar escenarios constantes de encuentro entre periodistas y dirigentes, a nivel individual o a nivel colectivo. En un primer momento esto aparece difícil porque el periodista es instintivamente desconfiado y cómodo. Pero hay que persistir, a partir de la organización de grupos de trabajo que no solamente mantengan el contacto con los medios, sino que estén asesorando a la dirigencia para que se exprese con propuestas en muy diversos campos.

c) En síntesis, podríamos hacer algunas propuestas generales sobre las que sería posible trabajar una estrategia de comunicación:

- Desechar una política comunicacional que se sustente en boletines coyunturales y ruedas de prensa poco concurridas por los medios.
- Crear, en caso de que sea físicamente posible, un equipo de comunicación que actúe, a la vez, como asesor de la dirigencia, para efectos de concretar con frecuencia acciones de impacto en la opinión pública (documentos de información reveladores, denuncias con marcada riqueza informativa más que discursiva, eventos, debates públicos, etc); y para aprovechar las coyunturas y los temas que están en la discusión de modo de intervenir propositivamente en esos espacios.
- Mantener un diálogo constante y abierto con sectores de los medios, los más democráticos, por más allá de las plataformas de lucha que la central se

trace, de modo que los dirigentes puedan desenvolverse con frescura en medio del debate público.

- Actuar con oportunidad, a partir de esos diálogos permanentes, aprovechando los matices y los intersticios que la propia realidad contradictoria de los medios deja al descubierto.

- Hacer una revisión crítica del lenguaje comunicativo que se utiliza.

- Tener en cuenta en detalle, los hábitos de los periodistas, sus rutinas, los formatos más apropiados en los cuales verter la información, los procesos de circulación de la información al interior de los medios, de modo de llegar con más eficacia con la información sindical.

- Darle a la comunicación hacia la sociedad mayor atención que la que se le está dando. En ese sentido, levantar una campaña de educación y debate en las regionales para modificar los hábitos de relacionamiento con los medios.

- Algunas de estas observaciones pueden parecer una concesión frente a un periodismo fácil. Es posible. Pero lo que interesa no es corregir la mediocridad del periodismo profesional ecuatoriano, sino ser eficaces en la relación con los medios. Es evidente, también, que ésta no puede ser tarea de los dirigentes sindicales, sino de apoyos especializados. Los dirigentes, por lo general, son apremiados por los periodistas muchas veces para que se pronuncien fuera de la oportunidad y precipitadamente sobre aquello que interesa al periodista. Esta es una característica, difícil de corregir, en un periodismo superficial, acostumbrado a apremiar y forzar la información y muchas veces distorcionarla. Aquello se puede contrarrestar, en buena

medida, con un trabajo de comunicación más estable, eficiente y que conserve, en lo posible, la iniciativa en la información.