

Anexo III

Plan de Comunicación 2013

Introducción

La comunicación en general ha dejado de ser un elemento secundario en las organizaciones para convertirse en una herramienta estratégica de primer orden, un recurso importante para el funcionamiento de las organizaciones complejas. Si la comunicación externa busca difundir y promocionar los valores institucionales, la comunicación interna cumple la función de integrar y alinear a las personas con las metas y objetivos establecidos. Es una herramienta de gestión que, combinada con otras, ayuda a conseguir resultados y el éxito del proyecto emprendido. Su importancia es tal que, por ejemplo, una de las claves para el éxito pasa hoy por tener una estrategia bien comunicada, tanto a los directivos como a los funcionarios. Sin embargo, siempre es bueno recordar: que en materia de comunicación no hay recetas magistrales.

Este documento es un avance de la planificación para la ejecución de una serie de políticas de comunicación en su fase piloto. Se trata de un insumo base que, puesto a consideración del Consejo Directivo de la Federación de Cooperativas de Producción del Uruguay (FCPU), aspira a poner en marcha una batería de aplicaciones de comunicación con las que se pretende avanzar hacia una etapa cualitativamente más profesional en lo que respecta a las emisiones que realiza la FCPU desde su sede en Montevideo.

Esa nueva etapa deberá estar marcada, necesariamente, por la definición de la identidad institucional; la enunciación de metas y objetivos futuros en base a un escenario presente; un mensaje inequívoco; estrategias de comunicación; un cronograma; presupuesto, y acciones de monitoreo y evaluación.

Contenidos

1. Normativa institucional

Se plantea la elaboración de una normativa institucional adecuada a los fines de la institución, que incluya al conjunto de parámetros normativos generales que hacen al estilo general previsto para la organización. Esta normativa deberá atravesar todas las comunicaciones de la Federación. Este conjunto de parámetros o normas, plasmados en un documento síntesis denominado genéricamente Manual de Comunicación e Imagen Institucional, traducirá en términos de gestión los objetivos estratégicos de la comunicación institucional y los procedimientos en materia de difusión y documentación en todos sus formatos, digitales (web, redes sociales, mail) e impresos (cartelera, folletera, publicaciones, materiales didácticos), de forma de posicionar en el ámbito nacional, regional e internacional la marca FCPU, desarrollando a través de sus canales una amplia oferta de servicios de comunicación e información.

Todas las actividades de la Federación (eventos, actividades, reuniones, festejos) deberán respetar los parámetros establecidos por el manual para el uso de las aplicaciones de comunicación. Los elementos de imagen institucional estarán todos contenidos en el manual, y deberán reflejar la diversidad y el dinamismo característicos de la FCPU. Dichos elementos deberán constituirse en la propia identidad de la Federación, transmitiendo la importancia y jerarquía de la casa. El correcto uso de las aplicaciones hará que la imagen proyectada por la institución sea consistente y coherente, identificando los mensajes que esta genera como provenientes de un mismo emisor. Las normas a establecerse tendrán como objetivo asegurar

que los distintos elementos institucionales sean utilizados de forma adecuada, generando una imagen sólida y característica de la Federación. De ahí que es muy importante que todos quienes produzcan diseños para la FCPU consulten y respeten ese manual.

La normativa a elaborarse deberá tomar como base algunos elementos de comunicación que la Federación puede suministrar a su público objetivo para que puedan tener una opinión concreta sobre la misma:

- a. Historia y evolución de la firma, a través de los años.
- b. Realizaciones.
- c. Prestigio de sus directivos, técnicos y especialistas.
- d. Potencialidad.
- e. Contribuciones sociales y económicas al bienestar de la comunidad.
- f. Prestigio que la empresa proporciona a la comunidad.
- g. Aportes culturales.
- h. Calidad en sus servicios o producción.
- i. Planes de realizaciones futuras.

2. Archivo documental y fotografía

El resguardo de los materiales de comunicación de cualquier institución requiere de un almacenamiento sistemático –continuado en el tiempo- y profesional. Por eso, se propone la conformación de un archivo documental de elementos de comunicación de la Federación que incorpore: documentos, recortes de prensa, fotografías, materiales audiovisuales y todas las aplicaciones de comunicación surgidas desde la FCPU a lo largo de su historia, incluyendo las ediciones del periódico “Trabajo Cooperativo”.

Se trata de conservar centralizadamente documentos debidamente ordenados y clasificados, pero además de preservar información sobre la identidad institucional. El archivo será eficaz en la medida en que se encuentre rápidamente lo que se busca, y permita relacionar los nuevos documentos con los ya archivados.

Una parte de ese archivo deberá ser, necesariamente, de originales impresos –fotografías en papel, ediciones de “Trabajo Cooperativo”-, adoptando en este caso medidas para asegurar la perdurabilidad material de los documentos. A su vez, fotografías digitales y materiales audiovisuales deberán ser archivados en formato digital, con sus respectivos reaseguros.

El registro cumplirá fundamentalmente con la función de facilitar la localización de un determinado documento, además de dar testimonio de un documento y conocer tanto su destino final como los datos más significativos sin necesidad de consultarlo directamente.

Para ello, se propone reacondicionar un ordenador sencillo, con el soporte tecnológico adecuado. A los efectos de la fotografía, se plantea la necesidad de adquirir, en el corto plazo, una cámara fotográfica del tipo réflex digital de único objetivo. Mientras tanto, se propone utilizar de forma compartida los recursos técnicos de la Red del Sur.

3. Base de datos

Se propone la actualización de la base de datos mediante un relevamiento de todas las cooperativas afiliadas a la Federación, posibilitando la incorporación de nueva información (correo electrónico, redes sociales, etcétera) con miras a la elaboración, en un futuro próximo, de una página web focalizada en la economía social y el comercio justo que podrá ofrecer la posibilidad de realizar transacciones y facilitar la realización de alianzas intercooperativas. Aunque de largo aliento, este objetivo se plantea como fundamental frente al importante desarrollo que ha tenido Internet en el mundo, y en especial, en nuestro país, tras la proliferación de la fibra óptica.

4. Base de medios

Se plantea la producción de una base de medios actualizada, con referentes específicos en cada medio de comunicación, audiovisual o escrito, incluyendo a los medios cooperativos afiliados a la Federación.

Esto permitirá identificar puntos focales en los medios de comunicación capaces de retransmitir positivamente las emisiones de la Federación y, a mediano plazo, lograr sinergias en procura de difundir la actividad de las cooperativas socias.

5. Trabajo Cooperativo

Se propone el relanzamiento del periódico “Trabajo Cooperativo”, uniformizando su diseño con el resto de las aplicaciones de la FCPU, revisando su formato y fortaleciendo su talante informativo, incorporando secciones con el siguiente contenido:

- a. Noticias de la FCPU.
- b. Noticias del movimiento cooperativo uruguayo.
- c. Noticias del movimiento cooperativo regional e internacional.
- d. Historias de vida y perfiles de cooperativistas (jóvenes y adultos, históricos dirigentes y nuevos integrantes del movimiento).
- e. Crónicas, entrevistas y reportajes de nuevos e históricos emprendimientos cooperativos.
- f. Análisis y opinión.
- g. Reflexión académica.
- h. Registro fotográfico.

Se propone, además, la elaboración de una edición digital, a la que tras la distribución de su par impresa, pueda accederse desde el sitio web de la FCPU.

Se propone modificar el sistema de envío del periódico a través del sistema de distribución oficial del Correo Uruguayo mediante un convenio con la Dirección Nacional de Cultura del Ministerio de Educación y Cultura, quedando la Federación librada de los costos derivados de la distribución.

Se plantea la realización de una exposición sobre la historia del “Trabajo Cooperativo” con el archivo conservado en la Federación, aprovechando los inicios de la nueva Mesa de Medios y la adhesión de nuevos medios de comunicación al modelo cooperativo.

6. Newsletter

Creación de un boletín de noticias semanal de la Federación a través de una plantilla digital, con un compendio de noticias publicadas en la web y surgidas del trabajo de la FCPU. Este resumen podrá llegar a las empresas cooperativas a través de la incorporación de nuestra base de datos al sitio web, para lo cual se han iniciado gestiones exploratorias.

El envío de este material profundizaría el vínculo de la FCPU con las cooperativas asociadas y aumentaría sustancialmente el tráfico hacia nuestra página web, mejorando el posicionamiento institucional de la Federación.

Para ser exitoso, el boletín deberá ofrecer información de interés, ser breve y claro, con una variedad de artículos en cada número. La diversidad aumenta las probabilidades de que al menos un artículo sea de interés para los lectores. El boletín deberá, además, proporcionar la información precisa para animar a las cooperativas afiliadas a ponerse en contacto con la FCPU a fin de obtener mayor información.

A diferencia del “Trabajo Cooperativo”, el boletín llevará a las cooperativas afiliadas información semanal de actualidad, con énfasis en reuniones de mesas sectoriales, convocatorias, cursos, invitaciones y actividades específicas.

7. Biblioteca virtual

Se propone la creación de una biblioteca virtual con materiales didácticos, cuadernos de trabajo y demás publicaciones vinculadas a la temática del cooperativismo, incorporando libros electrónicos (e-books) a medida que se vayan generando nuevas publicaciones.

Esta propuesta podrá mejorar la formación de los cooperativistas, así como contribuir a posicionar a la FCPU como un centro de referencia en materia de capacitación en cooperativismo, integrando enciclopedias, libros, revistas, periódicos, materiales didácticos, entre otros.

Se trata de un nuevo concepto de biblioteca en tanto espacio y proceso, ayudada por el dinamismo que le impulsa Internet. Lo digital tiene que ver con el propósito y la flexibilidad del sistema de medios de la biblioteca para lograr articularse con flexibilidad y responder a diversas demandas de los usuarios. Lo digital -en este contexto- se relaciona con el hecho que la biblioteca es relativa en espacio y tiempo, porque sus límites funcionales no los marca la geografía y su disponibilidad temporal es instancia de la demanda de quien la consulta.

Una eventual biblioteca digital debe permitir que los documentos estén disponibles cuando el usuario requiera consultarlos, y para ello debe responder dinámicamente apoyada en sus redes de información. Se trata de un espacio compartido que preserva las funciones específicas de una colección sistematizada de documentos, pero que las incrementa a través de la flexibilidad que ofrece el uso de las tecnologías de la información y la comunicación.

8. Video institucional

Con el objetivo de explicar sintéticamente qué es la FCPU y proporcionar un rápido recorrido a nuevas cooperativas socias, representantes de la cooperación internacional o simples visitantes,

se propone la producción de un video institucional de una duración máxima de cinco minutos que exprese qué es la Federación, dónde está, qué servicios brinda, cuáles son sus línea de acción y su filosofía (misión, visión, valores institucionales). Normalmente no se recomienda que sean de mayor duración debido a que la atención de alguien que no necesariamente está tan interesado como quisiéramos, va disminuyendo a partir de los 10 minutos.

El video institucional podrá ser utilizado en presentaciones presenciales y campañas de difusión en redes sociales e Internet.

9. Agenda de actividades culturales

Se sugiere la generación de una agenda de actividades culturales (exposiciones, muestras) y formativas (mesas redondas, diálogos) con eje en la conmemoración del aniversario de la Federación y el seminario a desarrollarse en el mes de octubre, a través de un eventual convenio con la Dirección Nacional de Cultura del Ministerio de Educación y Cultura (MEC).

Esta agenda será auxiliar al resto de las actividades de la Federación, y plantea poner en foco la identidad institucional de la FCPU a través de un elemento que, como ninguno, genera sentimiento de pertenencia y de unión: la cultura, atravesada esta vez por el mensaje cooperativo. Se trata de potenciar las dos actividades de mayor relevancia de la agenda anual, y de posicionar a la Federación como motor expresivo de la cultura cooperativa. Las exposiciones, mesas redondas u otras actividades que se generen buscarán poner de relieve los ejes trazados por la FCPU tanto para su aniversario como para la organización del seminario.

10. Sala de prensa remota

Se plantea la creación, en la página web de la Federación, de una sala de prensa focalizada en la construcción de la agenda noticiosa de las cooperativas, con información disponible para periodistas y medios de comunicación.

Se pretende contribuir así al fortalecimiento del movimiento cooperativo a través la generación de más y mejor información sobre el desarrollo del mismo y sobre las iniciativas que realiza en clave nacional y regional. Así, se buscará una mejor interrelación entre agendas, áreas y actores del día a día del cooperativismo.

La puesta en marcha de una sala de prensa potenciaría el trabajo periodístico en temas cooperativos mediante el desarrollo y mantenimiento de una sala de prensa remota. Desde allí se procuraría desarrollar y mantener una plataforma para facilitar el acceso a la información por parte de jóvenes comunicadores y analistas; apoyando la investigación periodística y posibilitando la divulgación de los resultados del proceso cooperativo.

Frente a la creciente concentración y falta de la pluralidad informativa de los grandes medios de comunicación –un fenómeno conocido a escala mundial, en el marco de un acelerado proceso de globalización- se vuelve imprescindible la puesta en marcha de un nuevo canal informativo que refleje los desafíos del cooperativismo. Se trata de una forma innovadora para poner de relieve las iniciativas que surgen desde el movimiento cooperativo en tiempos donde aún suenan las voces que se amparan en la excusa de que “el cooperativismo es inviable”.

11. Día del Futuro

Se propone la participación de la FCPU en el Día del Futuro (mes de noviembre), organizado por la cooperativa “La Diaria”, mediante la disposición de un “Bus Cooperativo” de alguna o varias de las empresas cooperativas de transporte afiliadas a la Federación que, ese día, recorrería emprendimientos cooperativos de la capital, atendiendo especialmente a aquellos que, por historia, tradición e innovación, se constituyan como emblemas del futuro.

El Día del Futuro es una iniciativa de “La Diaria” que se propone reunir a amplios sectores de la sociedad civil, la academia y la política del país y la región, para generar una instancia al año dedicada a la reflexión sobre el acontecer a mediano y largo plazo.

En 2011 se llevó a cabo la primera edición, que convocó a 46 organizaciones en torno a una agenda que incluyó 67 variadas actividades que tuvieron lugar en Montevideo y en algunos departamentos del interior del país.

12. Mesa de Medios

Junto a la puesta en marcha de la **Mesa de Medios**, se propone trabajar durante 2012 en un diagnóstico inicial sobre la situación de los medios cooperativos en Uruguay y la generación de un plan de trabajo 2013 en línea con la puesta en marcha de una agenda de acciones conjuntas entre los medios de comunicación cooperativos.

En la actual coyuntura, cobra particular relevancia la apuesta por fomentar el intercooperativismo a todos los niveles de la actividad, incluso en lo que refiere a la publicidad. Al mismo tiempo, se plantea la posibilidad de que la Federación encamine gestiones para apoyar la generación de nuevos medios cooperativos, especialmente en lo que hace al llamado de televisión digital terrestre.

13. Redes sociales

Se propone la inserción a la brevedad de la FCPU en las redes sociales (Twitter, Facebook y Flickr), donde pondría al servicio de todos sus afiliados y visitantes su archivo fotográfico. La actividad, tono y tipos de publicaciones en las redes sociales deberá estar específicamente pautada en la normativa institucional.

14. Folletería

Se plantea la necesidad de diseño e imprimir, en el menor tiempo posible, un folleto, tarjetas institucionales y autoadhesivo institucional que sirva como carta de presentación de la FCPU frente a terceros, detallando la oferta de servicios y las ventajas de asociarse a la Federación, así como la propia identidad de la FCPU.

A su vez, se plantea para una segunda instancia, la impresión de material de papelería, una nueva carpeta institucional y un back de prensa acorde a la nueva normativa.