



**Prácticas comunicativas del sindicato UTRATICS desde el enfoque de la Comunicación para el Cambio Social**

María Camila Sánchez Delgado

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Rectoría Sede Principal

Sede Bogotá D.C. - Sede Principal

Programa Maestría en Comunicación, Desarrollo y Cambio Social

Mayo de 2024

**Prácticas comunicativas del sindicato UTRATICS desde el enfoque de la Comunicación para el Cambio Social**

María Camila Sánchez Delgado

Tesis de Maestría presentada como requisito para optar al título de  
Magíster en Comunicación, Desarrollo y Cambio Social

Línea de investigación

Asesora

Marisabel García Acelas

Profesora Asociada Facultad de Ciencias de la Comunicación

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Rectoría Sede Principal

Sede Bogotá D.C. - Sede Principal

Programa Maestría en Comunicación, Desarrollo y Cambio Social

Mayo de 2024

## **Dedicatoria**

Por ser testigo de cada uno de mis pasos, por ser mi mayor motivación, por ser mi cómplice de vida, por tu valentía, carisma y amor.

Porque te encargas de pintar nuestro mundo de mil colores, pero sobre todo por ser mi motor para culminar con éxito esta tesis.

*Dedico este trabajo a mi hijo Martín Sánchez Delgado*

## Agradecimientos

A la vida por retarme, por insistir en que vale la pena luchar y seguir adelante, por demostrarme que siempre se puede.

A mi hijo por su infinita paciencia, por entender la importancia de escribir esta tesis y ser una pequeña voz de aliento.

A mi tutora de tesis, Marisabel García, por brindarme la oportunidad de recurrir a su conocimiento, por su paciencia, su confianza, su compromiso y sobre todo por su comprensión en algunos de los momentos de la realización de esta tesis.

A las y los profesores de la Maestría en Comunicación, Desarrollo y Cambio Social de Uniminuto, quienes aportaron su conocimiento en cada una de las clases.

A mis compañeras y compañeros de clases que también enriquecieron cada uno de los espacios académicos con conocimiento, profesionalismo, risas y momentos inolvidables.

A mis amigos y amigas que siempre estuvieron para darme una palabra de aliento y de apoyo, por escucharme, apaciguar mis inseguridades y sobre todo por siempre confiar en mí. Esos amigos y amigas que salvan vidas.

A UTRATICS, por compartir toda su historia conmigo, por permitirme entrar, conocerlos y contribuir con esta investigación

A Marcio Monzane, secretario regional de UniAméricas por permitirme trabajar con el sindicato UTRATICS y confiar en este proceso.

Al sindicalismo colombiano por ser mi espacio de trabajo y aprendizaje diario, demostrándome que la comunicación siempre tiene un lugar importante en la defensa de los derechos de las y los trabajadores.

## Contenido

Lista de figuras .....	7
Lista de anexos .....	8
Resumen .....	9
Abstract.....	10
Introducción.....	11
1. Planteamiento del problema.....	15
2. Pregunta de investigación .....	26
3. Objetivos .....	26
3.1 General .....	26
3.2 Específicos.....	26
4. Estado del Arte .....	27
5. Marco Teórico .....	42
5.1 Sindicalismo .....	42
5.2 Conflicto laboral.....	46
5.3 Prácticas comunicativas .....	49
6. Metodología .....	56
6.1 Enfoque de la investigación .....	57
6.2 Enfoque Comunicación para el cambio social .....	59
6.3 Técnicas e instrumentos .....	66
6.3.1 Observación participante .....	66
6.3.2 Entrevista .....	67
6.3.3 Trabajo de archivo y sistematización .....	68
6.4 Proceso metodológico .....	68
7. Resultados .....	71
7.1 UTRATICS y su proceso de comunicación .....	73
7.2 Productos de comunicación .....	81
7.3 Prácticas comunicativas .....	85
7.3.1 Prácticas comunicativas legitimadoras .....	86
7.3.2 Prácticas comunicativas de resistencia .....	87

7.3.3 Prácticas comunicativas de proyecto .....	110
8. Conclusiones .....	124
9. Recomendaciones .....	129
10. Referencias bibliográficas .....	131
11. Anexos .....	138

## Lista de figuras

Figura 1.....	81
Figura 2.....	85
Figura 3.....	88
Figura 4.....	93
Figura 5.....	95
Figura 6.....	95
Figura 7.....	97
Figura 8.....	98
Figura 9.....	100
Figura 10.....	102
Figura 11.....	105
Figura 12.....	106
Figura 13.....	108
Figura 14.....	110
Figura 15.....	114
Figura 16.....	117
Figura 17.....	120
Figura 18.....	121
Figura 19.....	123

## Lista de anexos

Anexo 1.....	139
Anexo 2.....	142
Anexo 3.....	142

## Resumen

¿Cuáles son y cómo se han desarrollado las prácticas comunicativas del sindicato UTRATICS en Colombia desde un enfoque de comunicación para el cambio social? Es la pregunta que busca responder esta investigación y así identificar las prácticas comunicativas que ha desarrollado el sindicato de UTRATICS y analizarlas desde el enfoque de comunicación para el cambio social.

Los productos comunicacionales analizados son construcciones que han realizado los integrantes del sindicato UTRATICS. Dentro de este trabajo se propone la categorización de estos productos en prácticas comunicativas legitimadoras, de resistencia y de proyecto. Las cuales ayudan a identificar, describir y reflexionar sobre las acciones colectivas que desarrolla el sindicato a partir de sus experiencias, situaciones cotidianas y actividades enfocadas desde lo social y político.

Desde los resultados obtenidos se plantean algunas recomendaciones que sugieren que, mediante la instalación de capacidades, el sindicato logre crear estrategias de comunicación efectivas, que aporten al crecimiento y fortalecimiento de la organización sindical.

### **Palabras clave:**

Prácticas comunicativas, comunicación para el cambio social, sindicato de telecomunicaciones, Call Center

## **Abstract**

What are the communication practices of the UTRATICS union in Colombia and how have they been developed from within a communicational approach for social change? This is the question that this thesis seeks to answer and thereby identify the communicative practices of the UTRATICS union and analyze them from the communicational approach for social change.

The communication products analysed are constructions that have been made by the members of the UTRATICS union. This thesis proposes the categorization of these products into legitimizing, resisting, and project communicative practices. These help to identify, describe, and reflect on the collective actions carried out by the union and its members, based on their experiences, the daily situations and activities they face highlighting social and political issues.

Based on the results obtained, some recommendations are made that suggest that, through the installation of capacities, the union should be able to create effective communication strategies that contribute to its organizational growth and strengthening.

### **Keywords:**

Communicative practices, communication for social change, telecommunications union, Call Center.

## Introducción

Los movimientos sociales en Colombia han facilitado y posibilitado la reivindicación de los derechos desde las acciones colectivas que generan rupturas, para buscar cambios en algunas estructuras sociales.

Aunque con el pasar de los años, el espacio que ocupan los sindicatos se ha ido reduciendo. Es por esto que buscan ser visibles y la comunicación se ha vuelto un elemento importante con el que buscan llegar a más trabajadores y trabajadoras, pero la mayoría de las veces, la forma en que implementan la comunicación no tiene el alcance que esperan.

Por eso es importante que desde las organizaciones sindicales se puedan crear consensos sociales, que faciliten la articulación entre el informar, movilizar y modificar las formas de comunicar, para aumentar su número de afiliados, crear incidencia política y hasta realizar el relevo generacional con los trabajadores y trabajadoras más jóvenes.

Actualmente, muchos sindicatos en Colombia crean sus propios procesos de comunicación, los cuales asumen los mismos integrantes de la organización sindical, son muy pocos los que cuentan con un profesional o equipo de comunicaciones consolidado. Este es el caso de UTRATICS que, desde sus inicios, los procesos de comunicación son liderados y asumidos por sus dirigentes sindicales.

El sindicato UTRATICS, *La Unión de Trabajadoras(es) de Claro y de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones* surge hace 15 años con el objetivo de defender y reivindicar los derechos de las y los trabajadores del sector de las telecomunicaciones en Colombia, más exactamente de las empresas Claro, Atento y Teleperformance que es donde se encuentran sus afiliados, y desde sus inicios han realizado varias acciones colectivas que han visibilizado a través de las comunicaciones.

Aunque las tres empresas (Claro, Atento y Teleperformance) pertenecen al sector de las telecomunicaciones, es importante destacar que dentro de los trabajadores afiliados a UTRATICS de las empresas Atento y Teleperformance se centran en los teleoperadores de Call Center. En cambio, entre los trabajadores afiliados de la empresa Claro están teleoperadores, técnicos, asesores de los CAV (Centro de atención y Ventas) y algunos tercerizados.

Dentro de estas empresas de telecomunicaciones han implementado varias acciones que han generado conflictos laborales y la posterior creación de sindicatos, como, por ejemplo, la tercerización laboral, el disminuir los costos de la mano de obra, despidos masivos, metas inalcanzables, conductas antisindicales, pactos colectivos, falta del debido proceso y acoso laboral.

Todas estas conductas negativas han llevado a las y los trabajadores a organizarse en sindicatos, para contrarrestar la vulneración de los derechos a los trabajadores, para este caso UTRATICS, que inició con la empresa Claro (anteriormente Telmex) y que se fue expandiendo a otras empresas como Atento y finalmente a Teleperformance.

Ya constituido UTRATICS como sindicato del sector de las telecomunicaciones en Colombia, empezó a ver la necesidad de evidenciar sus acciones colectivas desde las comunicaciones, por esta razón inician la creación de procesos y de productos de comunicación para el crecimiento y fortalecimiento sindical.

El motivo principal que despertó el interés por identificar las prácticas comunicativas del sindicato de UTRATICS y analizarlas desde el enfoque de comunicación para el cambio social, fue desde mi papel como comunicadora social y periodista de UNI Américas y Centro de Organización y Estrategia (COE) en Colombia, entre los años de 2021 a 2023, donde diseñé y apoyé varias campañas de comunicación que buscaban organizar a las y los trabajadores de la empresa Teleperformance en el

sindicato UTRATICS, ya que para ese momento aumentaron de manera considerable las denuncias por vulneración a los derechos laborales.

Desde ese punto surgen cuestionamientos frente a la manera en que UTRATICS realiza y gestiona sus comunicaciones para lograr acciones como la incidencia política, crecimiento y fortalecimiento sindical. También el reconocimiento de capacidades y límites que se presentan dentro de dichos procesos.

El presente trabajo de investigación se enfoca en identificar las prácticas comunicativas del sindicato de UTRATICS y analizarlas desde el enfoque de comunicación para el cambio social. También categorizar las prácticas comunicativas encontradas desde legitimadoras, de resistencia y de proyecto.

Para esta investigación, como recurso metodológico se escogió un enfoque cualitativo para describir e interpretar el material recolectado a través de observaciones, entrevistas y trabajo de archivo y sistematización, que fue codificado en una matriz de resultados, que más adelante dan cuenta de la descripción de las prácticas comunicativas y la categorización de estas.

El apartado de resultados está dividido en tres partes: una primera parte “UTRATICS y su proceso de comunicación”, donde se explican las formas en que el sindicato realiza sus comunicaciones y la identificación de capacidades, limitaciones y actores que gestionan estos procesos. Se encuentra una segunda parte “productos de comunicación” que habla de la producción de las unidades de análisis codificadas en la matriz de resultados y la relevancia que cobra en el plano sindical. Y una última parte “Construcción y tipos de prácticas comunicativas”, aquí se identifican y se describen las prácticas comunicativas desarrolladas por UTRATICS.

En las conclusiones de este trabajo de investigación, se propone un cierre que plantea también una discusión frente a la articulación que tienen las prácticas comunicativas identificadas desde el enfoque de la comunicación para el cambio social, donde se muestran

las acciones colectivas que ha emprendido UTRATICS durante estos años a partir de los procesos de comunicación, que son netamente empíricos, pero que tienen un aporte fundamental al proceso transformador e innovador para el movimiento sindical en Colombia.

Y finalmente se plantea un apartado de recomendaciones, que pretenden ser un aporte para el fortalecimiento de los procesos de comunicación que tiene el sindicato y que estos sean el centro y la articulación de las acciones colectivas y el uso de las tecnologías para visibilizar los objetivos de la organización sindical.

## 1. Planteamiento del problema

Los cambios en el mundo de trabajo se han visto reflejados por el tipo de capitalismo actual, ya que exige de alguna u otra manera que las empresas siempre estén en la búsqueda de nuevas maneras de obtener ganancias, pero sin mejorar las condiciones de los trabajadores.

Dentro de este capitalismo actual también se empieza a hablar de la “economía digital”, donde aparecen empresas que dependen más de la tecnología y de internet para implementar los modelos de negocio. Lo que de cierta manera obliga que los trabajos empiecen a ser flexibles y de paso empiecen a crear una mayor demanda con el constante cambio tecnológico. Esto implica tener más controlados a los trabajadores, reducción en los tiempos muertos y mayor presencia ante la competencia.

Esta “economía digital” también está presente en el sector de las telecomunicaciones. Ya que se ha convertido en una de las opciones más amplias para que el capital financiero obtuviera más ganancias. Pero a su vez aparecen nuevos modos de explotación, nuevos tipos de trabajo y mercado. Lo que ha permitido que se creen plataformas digitales que faciliten el manejo de datos y que se posicionen como el modelo económico actual que incorporan muchas empresas. A partir de internet buscan bajar los costos de producción para la transformación de los bienes en servicios, y así aumentar las ganancias, pero basado en la explotación laboral.

Desde este punto es importante tener en cuenta como la expansión de las empresas del sector de las telecomunicaciones y los monopolios que han construido, se vuelven una problemática fundamental para la creación de puestos de empleo que proporcionen buenas condiciones laborales. Ya que llegan a un punto que la competencia no se centra en el servicio o bien que puedan ofrecer, sino en la recolección y análisis de datos. Es por esto, que las ofertas laborales van en crecimiento, pero sin garantías de derechos laborales.

En el libro *Capitalismo de plataformas* se referencia que, en los últimos años las empresas pueden ahorrar hasta un 30% en los costos laborales, para recortar el pago de las prestaciones de ley, de las horas extras y demás considerados por la empresa. (Srnicek, 2018).

La creación de este tipo de empresas posibilita nuevos puestos de trabajo, pero a su vez aumentan la tendencia de la tercerización donde existen políticas de flexibilidad que facilitan el tener trabajadores poco calificados y mal pagos, diferentes a los que ya se encuentran de planta. Sin dejar de lado que estas empresas de plataformas tienen en constante control y vigilancia a sus trabajadores.

Dentro de su publicidad para reclutar nuevos trabajadores, las empresas de telecomunicaciones muestran estos puestos de trabajo como “liberadores”, con espacios visualmente llamativos y con condiciones laborales que se “ajustan” a las necesidades básicas de los trabajadores.

Con el pasar de los años el mundo laboral se ha volcado a tener trabajadores de masas. Los cuales desarrollan una identidad colectiva que les permite ser parte o empezar a sentirse representados por sindicatos (Srnicek, 2018). Estos llegan a acuerdos entre la empresa y los empleados, lo que posibilita el cambio de esas iniciativas que se proponen y que de alguna u otra manera eliminan ciertas iniciativas radicales. Es decir, que no solo se vuelve importante el estar encontrando maneras para aumentar el capital.

Anteriormente, las negociaciones colectivas aseguraban mejores condiciones laborales para los trabajadores de las industrias manufactureras (Srnicek, 2018). Pero con los cambios que ha presentado el mundo del trabajo y el capitalismo actual, los trabajos ofertados para el sector de las telecomunicaciones cambian el panorama para que estas negociaciones estén en pro a los trabajadores. Ya que estos puestos de trabajo son pensados para ser tercerizados, con salarios bajos y donde la explotación laboral es evidente.

Estos lugares no están diseñados para que un trabajador considere estar bastantes años ahí, y mucho menos en pensar este como un sitio para pensionarse. Son lugares que no dan estabilidad laboral al trabajador, porque están en constante rotación de personal, lo que dificulta que los procesos de sindicalización sean notorios y resultan siendo bajos o nulos.

En los últimos años, se ha empezado a evidenciar una reacción por parte de los trabajadores contra estas empresas. Por ejemplo, la creación de sindicatos y huelgas de trabajadores de Amazon, Uber y Rappi. Algunas de estas tercerizan su parte de telecomunicaciones y Contact Center, por ejemplo, con Teleperformance, otra empresa que ya cuenta con sindicato en Colombia y un acuerdo global para monitorear las prácticas laborales.

El sindicalismo es uno de los movimientos sociales más antiguos y en su momento considerados fuertes en Colombia. Donde un grupo de personas conforman asociaciones que pretenden defender varios intereses en común; en los que sobresalen los laborales, económicos, sociales y políticos.

En el texto “Afiliación sindical y satisfacción laboral: Análisis del caso colombiano” se realiza un recorrido socio-político de la historia sindical en Colombia. Iniciando en 1847, con la creación de la primera organización sindical por parte de los artesanos. (Morales y Moreno, 2022)

Unos años más adelante, en 1917 se empezaron a realizar acciones que buscaban reivindicar los derechos de los trabajadores. Mediante las huelgas que eran respaldadas por partidos políticos y que en ese momento se manifestaban contra los salarios bajos de los trabajadores. Más adelante, en 1928 ocurre la masacre de las bananeras, suceso conocido como el genocidio más grande de trabajadores en Colombia. (Morales y Moreno, 2022). Luego los debates y el discurso de los sindicatos se centraron en la equidad laboral y social, lo que permitió que muchas más personas fueran parte de estas organizaciones.

En el texto “El sindicalismo colombiano: actor social en medio de la guerra, y el temor a la libertad”, también se hace un recorrido histórico del sindicalismo en Colombia. Entre los años de 1959 y 1965, la tasa de sindicalización llegó al 13,4 % de la población económicamente activa y el liderazgo de algunas organizaciones sindicales pasó a manos de profesionales de clase media, donde se destacaban los maestros. (Rosado, 2005). Aunque el movimiento sindical, se empezó a ver amenazado con la aparición del paramilitarismo, lo que aumentó los casos de violencia contra dirigentes y afiliados.

Varios factores sociales, políticos, culturales y económicos han cambiado las relaciones laborales, afectando el derecho individual y colectivo en los espacios de trabajo. Lo que ha reflejado que la tasa de sindicalización haya disminuido considerablemente. Así lo afirma el Informe de Coyuntura Económica, Laboral y Sindical realizado por la Escuela Nacional Sindical, donde dice que para el año 2022, el total de la membresía sindical está por el 4,6% de la clase trabajadora, en la que el 38,6% son mujeres y el 61,4% son hombres (“Informe de Coyuntura”, 2023).

Con los años, el sector de las telecomunicaciones ha generado más puestos de trabajo en Colombia. Desde la década de los 80’s se consolidaron las empresas prestadoras de servicios públicos y de telecomunicaciones del país. Luego el gobierno colombiano, mediante leyes estableció un monopolio de las telecomunicaciones, ya que se unificaron diferentes servicios y se concedió la facultad para la compra de estas empresas. Por lo que La Empresa Nacional de Telecomunicaciones (TELECOM), por más de cuatro décadas asumió el control y la dirección total de los servicios de telecomunicaciones de la época. Ya para la década de los 90’s empieza a desaparecer este monopolio estatal y se inicia el proceso de liberación de las normas que protegían al sector. Lo que permitió que empezaran a llegar a Colombia los inversionistas extranjeros, la concertación de poderes y las condiciones laborales precarizadas. (El Sector de las Telecomunicaciones Entramado de las relaciones laborales con los gigantes colombianos, 2015).

La eliminación del monopolio estatal de las telecomunicaciones finaliza con la creación de la Ley 72 de 1989, la cual determinó que todos los servicios de telecomunicaciones podrían ser por parte del Estado o por empresas privadas. A esto se sumó el Decreto Nacional 1900, que “definió los nuevos conceptos y principios sobre la organización de las telecomunicaciones, además de las potestades del Estado en relación con la planeación, regulación y control” (El Sector de las Telecomunicaciones Entramado de las relaciones laborales con los gigantes colombianos, 2015). Aunque con la Constitución de 1991, se eliminó por completo el monopolio del Estado dando paso a la creación, compra o venta de empresas privadas y el ingreso de operadores extranjeros.

Para el año 2006, TELECOM deja de ser una empresa del Estado, vendiendo el 52% de las acciones a la empresa Telefónica (El Sector de las Telecomunicaciones Entramado de las relaciones laborales con los gigantes colombianos, 2015). Cabe resaltar que la venta de TELECOM significó despidos masivos de trabajadores estatales y al vincular nuevos trabajadores a la empresa privada, se les desconoció lo que habían logrado los trabajadores sindicalizados para la mejora de condiciones laborales de la liquidada TELECOM.

El monopolio de las telecomunicaciones pasó a ser de las empresas privadas, en las cuales sobresalen Claro, Movistar, DIRECTV, Tigo, ETB, entre otras; donde la mayoría no son empresas nacionales. Más adelante, las empresas de telecomunicaciones del país fueron cambiando, hasta categorizarlas en: servicios básicos, de difusión, telemáticos, de valor agregado, auxiliares de ayuda y servicios especiales. Lo que da entrada a las empresas de Call Center, que son centros y canales de atención de llamadas que se dedican al telemarketing, servicio al cliente, soporte técnico y gestión de cartera.

Aunque estas empresas de Call Center contratan a algunos de sus trabajadores a través de otras empresas que tercerizan el servicio. Como se menciona en el texto “Calidad del empleo y condiciones de

trabajo en los call center de la ciudad de Manizales”, los tipos de vinculación varían. Pero se ha evidenciado que los Call Center contratan en un primer momento por medio de empresas de servicios temporales y luego de un tiempo, vinculan los empleados de forma directa (Castro y Serna, 2016). Esto aumenta el grado de rotación de dichos trabajadores y la inestabilidad laboral. Estos contratos son de tres meses y son renovables hasta cumplir un año dentro de la empresa, para cambiarlo a término indefinido. Pero realmente no sucede así, siguen siendo renovables por la cantidad de tiempo que se mantenga el contrato de manera unilateral.

Según el medio de comunicación, La Silla Vacía afirma que Colombia es el cuarto mercado en América Latina en contratar servicios tercerizados, ya que es un país donde se considera que la obra de mano es barata. Se ha evidenciado que la mayoría de los trabajadores de los Call Center son jóvenes, el 80% tienen menos de 30 años y de todos los niveles educativos. Son bachilleres, técnicos, tecnólogos o universitarios. El 12% son profesionales y el 8% cuentan con un posgrado. (La Silla Vacía, 2022)

Aun así, el sector de las telecomunicaciones puede generar muchos puestos de trabajo. Ya que proporcionan al trabajador prestaciones sociales, salarios fijos, acceso a servicios de salud, pensión y flexibilidad en los horarios; tanto para estudiar, como para tener un segundo trabajo.

En los Call Center, la mayoría de las veces no exigen una experiencia previa, y los salarios que se ofertan varían dependiendo de las campañas, las bonificaciones por productividad, referidos y periodos de prueba.

Estas empresas pueden recaer en lo que ha pasado con otras anteriormente. Y es tener a sus trabajadores en la precariedad laboral, ya que no existe un control en los horarios de trabajo, ni posibilita que el trabajador pueda realizar pausas. Entre las que están ir al baño, porque puede incurrir para el empleador en un abandono de su puesto de trabajo, afectar las métricas y así verse reducido el salario.

Los trabajadores aceptan este tipo de condiciones laborales precarias, porque buscan una fuente de ingresos que solvete sus necesidades, es decir un trabajo remunerado formal. Aunque sus derechos laborales sean vulnerados, ya que trabajan en turnos de ocho horas diarias o más, con un descanso de 15 minutos y una hora de almuerzo, que muchas veces se convierte en 30 minutos o 15 minutos nada más. Que, si no son respetados por el trabajador, el empleador decide descontarlos del salario mensual.

Sin dejar de lado, como se mencionaba anteriormente las métricas que tienen que cumplir para alcanzar las metas y poder acceder a dicha bonificación mensual. Para lograr esto deben atender un número de llamadas, en el menor tiempo posible y resolviendo todas las situaciones que pueda presentar el cliente. Pero al ser tan altas estas metas, muchos de estos trabajadores no pueden acceder a ese rubro extra. Hasta han llegado a desarrollar enfermedades y problemas mentales. En el caso del documento de los Call Center en la ciudad de Manizales, se afirma que el 27% de los operarios tuvieron alguna enfermedad y el 64% tuvieron problemas de estrés y psicológicos por el trabajo bajo presión. (Castro y Serna, 2016).

Cabe resaltar que los trabajadores deben de tener derecho de asociación y derecho de negociación colectiva, pero no sucede entre los Call Center. Un ejemplo claro es Teleperformance<sup>1</sup> que desde el año 2018 han ido en aumento las quejas por no cumplir con las obligaciones laborales que tiene como empleador, por las constantes conductas antisindicales y realizar despidos masivos.

Según el medio de comunicación, El Universal en los tres primeros meses del 2023, el Ministerio de Trabajo recibió más de 200 denuncias de trabajadores y extrabajadores de Teleperformance por inconvenientes y violaciones a los derechos laborales (El Universal, 2023).

---

<sup>1</sup> Multinacional francesa con sede en Colombia desde el año 2010, cuando compra la empresa Teledatos. Es un Call Center que ofrece servicios de atención al cliente, cobranzas, traducción, servicios de contratación, compraventa y servicios consulares.

En medio de algunas situaciones por las que ha venido atravesando el sector de las telecomunicaciones y sus trabajadores, nace el sindicato UTRATICS, “La Unión de Trabajadoras(es) de Claro y de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones” una organización sindical colombiana que está conformada hace más de 14 años por trabajadoras y trabajadores del sector de tecnologías de la información, las comunicaciones y afines, bajo diversas formas de relación laboral o modalidades de trabajo y de contratación, en empresas cuyo objeto sea realizar la comercialización, distribución y/o cualquier actividad relacionada con las tecnologías de la información y las comunicaciones. (Estatutos UTRATICS, 2014).

El sindicato se crea cuando Telmex compra las empresas TV Cable, Cable Centro y Super View y empieza un proceso de tercerización para algunos cargos y a cambiar las condiciones laborales que tenían con anterioridad los trabajadores. Para ese momento inician los despidos masivos de más de 100 trabajadores, sobre todo los trabajadores sindicalizados.

UTRATICS inicia los acercamientos con la Central Unitaria de Trabajadores- CUT y con la Federación sindical UNI Américas, para el crecimiento de afiliados, la creación de subdirectivas y asesoramiento para ser sindicato de industria. En el 2012, Comcel y Telmex se fusionan para dar paso a la llegada de la empresa mexicana Claro.

En los últimos años UTRATICS empezó a sindicalizar trabajadores de empresas que han ido creciendo cada día más en Colombia, que son los Call Center (Teleperformance y Atento). Como se mencionaba con anterioridad, se han realizado varias denuncias de violaciones a los derechos laborales.

Para 2021, UTRATICS con apoyo de UNI Américas, decide empezar a sindicalizar a los trabajadores de Teleperformance, a través de organizadores sindicales con el fin de minimizar la precariedad laboral a la que están expuestos y a su vez iniciar la negociación de un pliego de peticiones

que logre brindar garantías laborales a más de 39.000 trabajadores que están contratados por esta empresa. (Agencia de Información Laboral, 2021)

UTRATICS junto con el Ministerio de Trabajo ha documentado varios casos donde se han cometido conductas antisindicales por parte de la empresa, como por ejemplo despidos sin el debido proceso o pasando por encima del fuero sindical, persecución sindical, acoso laboral, impedimento del desarrollo de las actividades sindicales, inconvenientes con las liquidaciones de retiro, no pago de incapacidades, entre otros. (Forbes Colombia, 2023)

Entre el Ministerio de Trabajo, el sindicato UTRATICS y la Federación Sindical UNI Américas logran llegar a un acuerdo con la multinacional de Call Center, Teleperformance, para monitorear y mejorar las prácticas laborales y los derechos de los trabajadores. (Forbes Colombia, 2023)

Por eso la acción colectiva ha sido un elemento muy importante para UTRATICS, ya que genera interacciones estratégicas frente a las tensiones que son evidenciadas por los trabajadores sindicalizados y que motivan a la movilización que en su mayoría de veces es realizada desde las calles.

La acción colectiva se hace necesaria para facilitar el desarrollo para que las causas sean justas y que sean incluyentes para sus afiliadas y afiliados. Se ha podido evidenciar que la acción colectiva se ha desplazado hacia las tecnologías y nuevas formas de comunicar. Esto ha dado cabida a que miles de personas que quizá no sean solo del sindicato, sino externos puedan dar opiniones sobre las situaciones que se puedan visibilizar, que generan descontento en un sector de la población mayoritario y que en algún momento puedan sumarse a dicha acción. Lo que hace que internet tome un papel fundamental para la organización, la configuración de las estrategias y la identidad de estos.

En el texto Tecnopolítica, recientes movimientos sociales globales e internet. Una década de protestas ciudadanas de Salomé Sola-Morales y Jesús Sabariego Gómez, se afirma la importancia de los

nuevos medios de comunicación y como estos han llevado a un debate sobre la potencialidad de Internet, que es un medio que incentiva la participación política juvenil. (Sola y Sabariego, 2020)

De cierta manera las empresas del sector de las telecomunicaciones tratan de monopolizar un discurso contrario al que tiene UTRATICS en sus comunicaciones. Ya que estas empresas venden la idea del “trabajo perfecto” donde pueden tener “estabilidad” y “formalidad”. Cuando realmente dentro de estos espacios de trabajo hay malas condiciones laborales. Por eso resultan engañando y manipulando la información y el discurso para que las filas de trabajadores se incrementen.

UTRATICS también tiene una labor constante en seguir creando y fortaleciendo esa acción colectiva con sus afiliados y afiliadas desde la comunicación para el cambio social. Por eso es importante para el sindicato, no solamente aumentar su número de afiliados, si no llevar estas acciones a una siguiente etapa que permita el fortalecimiento de la organización.

Al tener la posibilidad de que se de esa relación entre la acción colectiva, la política y la tecnología hace que cambie completamente el lugar que tienen las comunicaciones dentro de UTRATICS y puedan usarse como una herramienta estratégica tanto en identidad, como en una propuesta transformadora. Y que esta pueda crear espacios y visibilidad en los medios de comunicación, en los procesos de incidencia política, en el aumento de sus afiliados y que pueda existir la posibilidad de que sean los mismos trabajadores quienes gestionen la información y puedan generar una comunicación para el cambio social.

El posibilitar una comunicación para el cambio social dentro de la acción colectiva hace que sea más asertiva, ya que hace que las luchas que se pretendan hacer tengan un objetivo de fortalecimiento. Por eso el generar este tipo de comunicación y la participación constante de las y los afiliados, se vuelve fundamental en el proceso y más cuando estas empresas se consideran que hacen parte de la “economía digital” ya que dependen de las TIC o de internet.

La comunicación para el cambio social sería una apuesta participativa, organizativa y de empoderamiento que de cierta manera sería un complemento importante a las acciones colectivas tradicionales que tiene el sindicato. En este caso las que UTRATICS acostumbra a hacer como movilizaciones, mítines o campañas de afiliación. Por eso se pensaría desde la comunicación para el cambio social que las organizaciones sindicales, en este caso UTRATICS potencien su acción colectiva y posibiliten que la movilización digital se haga a través de la tecnopolítica.

Para que UTRATICS empiece a potenciar la acción, es necesario que use la comunicación para el cambio social por medio de las redes sociales, construcción de contenido y la formación de “comunicadores empíricos”. Que sea a través de esas redes (Facebook, Instagram y Twitter) que convoquen a los trabajadores de este sector para que conozcan sus apuestas políticas como sindicato, denunciar la precarización laboral y exigir sus derechos laborales.

Así que desde la comunicación para el cambio social se pueden crear prácticas comunicativas que sean colectivas y espacios que ayuden a generar identificación, desde su lucha por el trabajo decente, los derechos humanos y los cambios políticos y sociales.

Dentro de esa comunicación para el cambio social que puede llegar a realizar UTRATICS, es importante destacar que las acciones colectivas han empezado a desarrollarse desde otros espacios. Por eso se hace necesario realizar una identificación y sistematización de las prácticas comunicativas para empezar a visibilizar la importancia y relevancia de que sea desde un enfoque de cambio social y que la misma sea un eje central y parte integral de la actividad sindical.

En el desarrollo de este ejercicio investigativo, el sindicato decide cambiar su nombre, pasando de UTRACLARO a UTRATICS, con el argumento de que buscan que las y los trabajadores de cualquier empresa del sector de las telecomunicaciones que están afiliados o se quieran afiliar, se identifiquen con

un nombre que agrupa a todo el sector y no solo a las y los trabajadores de la empresa Claro en Colombia.

A partir del planteamiento del problema, surge la posibilidad de indagar más sobre estos procesos de comunicación en los sindicatos, más exactamente en UTRATICS. Por esta razón se planten como centro de este trabajo, la siguiente pregunta de investigación y objetivos.

## **2. Pregunta de investigación**

¿Cuáles son y cómo se han desarrollado las prácticas comunicativas del sindicato UTRATICS en Colombia desde el enfoque de comunicación para el cambio social?

## **3. Objetivos**

### **3.1 General**

- Identificar las prácticas comunicativas del sindicato de UTRATICS y analizarlas desde el enfoque de comunicación para el cambio social.

### **3.2 Específicos**

- Diagnosticar como y quienes gestionan la comunicación en el sindicato UTRATICS en Colombia.
- Describir las prácticas comunicativas del sindicato de UTRATICS.
- Identificar las capacidades y límites que tiene la comunicación del sindicato UTRATICS para fortalecer la acción colectiva.

#### 4. Estado del arte

En este estado del arte se pretende observar y recolectar información que aporte al planteamiento del problema que se quiere investigar.

Esta revisión documental se hizo desde los antecedentes del problema de investigación, en donde se encontró una serie de textos que abarcan estudios sobre sindicalismo y el sector de las telecomunicaciones, más exactamente en los Call Center.

Se revisaron 27 textos, en lo que se tuvo en cuenta que se abordaran temas de sindicalismo, Call Center, precarización laboral, explotación laboral, experiencias laborales, empleos en telecomunicaciones, prácticas comunicativas en el sindicalismo y sindicatos en Colombia. De los cuales fueron pertinentes para esta tesis 15 documentos. Estos textos se han sistematizado a través de una matriz bibliográfica (Anexo 1) y se relacionan en el resultado del análisis de los documentos.

Al delimitar la búsqueda, se ha seleccionado información que en su mayoría oscila entre los años 2004 a 2019, y en el contexto Latinoamericano. Los temas que predominan dentro de los textos encontrados hacen referencia a la explotación laboral de los trabajadores en los Call Center, la calidad de empleo que pueden llegar a tener los trabajadores del sector de las telecomunicaciones, las experiencias que han tenido los trabajadores en estas empresas, las oportunidades de empleo, nuevas formas de inserción laboral, el papel de los sindicatos en el sector de las telecomunicaciones y empresas de Call Center y las prácticas comunicativas que se pueden desarrollar desde los espacios sindicales.

Se ha podido evidenciar que esta problemática ha sido escasamente investigada en Colombia, tiene una mayor connotación en países como Argentina donde sobresalen la relación entre el sindicalismo, la precarización laboral en los Call Center, empresas que pertenecen al sector de las

telecomunicaciones y procesos de comunicación. Hasta ahora se han encontrado dos documentos que hablan de la precarización laboral a nivel Colombia, y estudios de caso para la ciudad de Manizales.

Se inició la búsqueda pensando primero en lograr situar la relación que puede existir entre sindicalismo, trabajadores y Call Center. El libro *Las nuevas generaciones del sindicalismo* de Sandra Wolanski, permite evidenciar la relación existente entre los jóvenes argentinos con el movimiento sindical, y que empezó a tomar fuerza a mediados de 2009, cuando los jóvenes empezaron a crear espacios de participación política más fuertes, y así ser sujetos relevantes en el movimiento sindical. También se destaca que el fortalecimiento de los sindicatos de empresas como los Call Center fue reconocido como iniciativas, donde se pretendía entender y abordar los vínculos que tenían los jóvenes con las organizaciones sindicales, con sus compañeros y con los activistas mayores. Otro tema que sobresale dentro de este libro es la apuesta que pone frente a los procesos de cambio social, los cuales están focalizados en la transformación y generación de iniciativas sindicales de los trabajadores de Call Center, así como la afirma la autora “Esto me permitirá dar cuenta de los distintos sentidos que construyen para aquellas, así como enmarcar esas diferencias en las políticas desarrolladas por las empresas y organizaciones sindicales respectivas hacia estos trabajadores” (Wolanski, 2017, p. 19)

Dentro de las experiencias que se cuentan en el libro, se habla de la empresa Teleperformance. “Al mismo tiempo, en otro gran call center tercerizado, de la empresa Teleperformance, comenzó a gestarse otra organización, Teleperforados, a través de una página web en que los trabajadores contaban sus experiencias de precarización” (Wolanski, 2017, p. 20)

Dentro de este libro también se abordan experiencias de organización sindical lideradas por grupos de jóvenes, una de estas, es la creación de una organización en un call center tercerizado, donde instauraron el proceso de tener espacios de jóvenes en los sindicatos, donde se analizan los sentidos

que estos otorgan para que los jóvenes sean considerados sujetos transformadores y que aportan al relevo generacional dentro de las organizaciones sindicales.

El texto *Los claroscuros de la revitalización sindical en contextos de tercerización: un apunte regional sobre el sector de call centers en Argentina*, de Andrea Del Bono y María Noel Bulloni. Propone un análisis de la dinámica sindical que está en torno a la expansión de los call centers tercerizados en Argentina, más exactamente en Córdoba. Las autoras evidencian que las prácticas tradicionales que tienen los sindicatos resultan ser poco efectivas para contrarrestar las dinámicas de subcontratación y de precarización laboral que hay en los Call Center.

En este texto también se documenta cómo están pensadas las estrategias, como se visibilizan y las limitaciones en el accionar. Dentro de las conclusiones hablan sobre el “carácter clásico de la dinámica sindical desplegada en torno a la expansión de los call centers cordobeses (reactivación de viejas prácticas sindicales), pero también enfatizan sobre la existencia de un conjunto de acciones ciertamente renovadas que podrían ser interpretadas en el marco de un proceso de revitalización sindical” (Del Bono y Bulloni, 2013, p. 123)

Andrea Del Bono, en otro texto titulado *Organización y representación de los trabajadores: un terreno en disputa La cuestión sindical frente a la heterogeneización del sector de telecomunicaciones*, hace un acercamiento y un recorrido de cómo ha sido el sector de las telecomunicaciones desde los años 90’s en Argentina, y el proceso de privatización de las empresas pertenecientes al sector. En este texto se tuvieron en cuenta “las transformaciones que viene experimentando el sector de las telecomunicaciones y a su impacto sobre la actividad sindical” (Del Bono, 2011, p. 137), ya que los nuevos puestos de trabajo que emergen desde los Call Center han generado reclamos, conflictos laborales e instancias de negociación colectiva para los sindicatos, por las limitaciones que quedan en evidencia.

Otro texto, *El rol de la Juventud en los sindicatos surgidos en el siglo XXI. Los casos de Peajes y Call Centers* de Florencia Gala Aubain, Bárbara Bravo, Matías Ferro, Diego Ostroff, María Cielo Pintar, una investigación también realizada en Argentina, donde se denota la relación entre juventud y sindicalismo a partir de

“la reactivación económica, el crecimiento del mercado interno y una política activa de salarios en el marco de la recuperación del empleo, asistimos al retorno de la actividad sindical y su regreso al espacio de interlocutor válido en las negociaciones paritarias junto con los empresarios y el Estado.” (Aubain et al., 2013, p. 3).

Deja en evidencia la posibilidad que se puedan crear nuevas organizaciones sindicales, porque se tiene la percepción de que son precarias las condiciones laborales que tienen en sus lugares de trabajo, así que toman la decisión de reapropiarse de sus derechos laborales y así poderlos exigir. También se realiza un posible perfil de esos trabajadores que deciden iniciar su proceso de sindicalización, los cuales tienen poca o nula experiencia laboral, con estudios secundarios completos o cursando estudios universitarios, que muchas veces buscan ingresar a los Call Center, como la posibilidad de un empleo formal y que su relación con los sindicatos no existe.

Aquí los autores plantean algo importante, y es la dificultad que llegaron a identificar desde la comunicación entre los sindicales tradicionales y los jóvenes no sindicalizados, pues existían barreras generacionales y discursivas, para generar espacios de comunicación con las empresas.

Aunque en algunas ocasiones, también se puede evidenciar el por qué la afiliación sindical no es tan fuerte en este sector poblacional, y eso porque

“La mayoría de los trabajadores que realizan este tipo de tareas son generalmente jóvenes sin experiencia laboral. De hecho, las empresas de call center tienen una política clara de reclutar a este tipo de potenciales empleados. Esto genera que comúnmente

pueda observarse la decisión de los trabajadores de no afiliarse al sindicato, ni llevar adelante la acción gremial por temor a la pérdida del puesto” (Aubain et al., 2013, p. 10).

En este documento también se hace una recopilación de otros textos en los que se logra evidenciar que tienen el mismo objetivo de analizar, contar y documentar las experiencias de estos trabajadores, las luchas por mejores condiciones laborales y el reencuadramiento dentro de los sindicatos que pertenecen al sector de las telecomunicaciones.

El texto *Organización empresarial y organización sindical en los Call Centers* de Bárbara Mabel Rodríguez Ayala y Santiago Iglesias, realiza un análisis de las formas de trabajo en los Call Center en Argentina y los efectos que tiene ser parte de las organizaciones sindicales. Los autores afirman que de alguna u otra manera

“hay experiencias novedosas de organización sindical, donde los operadores, en contra del trabajo precarizado (reencuadramiento, recambio constante de personal, bajos salarios, ausencia de una representación gremial, entre otras cosas) se han organizado por sus reivindicaciones. Estos son los casos de Atento y Teleperformance” (Rodríguez e Iglesias, 2015, p.3).

Se realizaron cuatro entrevistas individuales con trabajadores de Call Center, donde se concluye que estas empresas venden la idea de estos puestos de trabajo como espacios para desarrollar creatividad y crecimiento laboral. Pero que realmente resultan siendo trabajos precarizados, con ritmos de trabajo muy altos y con mucho control sobre el trabajador.

En esta investigación también se pretende observar la inserción y precarización laboral a la que se enfrentan los trabajadores en los Call Center en Colombia. Sobre esta temática se ha encontrado varios textos, en los que se han investigado este tipo de situaciones en Argentina y Colombia, más

exactamente en las ciudades como Manizales y Bogotá. En el texto *Calidad del Empleo en Organizaciones de Servicios de Contact-Center en Manizales, Colombia* de Edison Stiven Castro Escobar y Héctor Mauricio Serna Gómez, analizan la calidad del empleo en algunas organizaciones de Contact-Center (se entiende que el Call Center y Contac Center tienen la misma finalidad, solo que este segundo atiende al cliente desde la omnicanalidad) en Manizales, con el propósito de conocer la valoración de los trabajadores sobre las condiciones de su trabajo. En este texto se hace alusión y evidencia del desempleo como “una de las grandes problemáticas sociales y económicas de las regiones, porque genera pérdida de la producción privada y aumento de la carga en el erario público” (Escobar y Serna, 2016 p. 3).

Y para disminuir estos índices de desempleo, se da la posibilidad de crear esta clase de empresas y de empleos que no representa ni un oficio, ni una profesión; pero los trabajadores acceden a estos puestos de trabajo para obtener experiencia laboral y solventar algunas necesidades económicas que llegan a tener. Así que se tiene la concepción que al ser un “trabajo pasajero”, en muchos países es un trabajo poco reconocido, mal remunerado, estresante y desgastante, aunque represente una oportunidad de empleo, consideran que no deja de ser algo transitorio, con escenarios de inestabilidad laboral y algunas condiciones de precariedad e incertidumbre.

También se han encontrado documentos en los que se hablan de los significados que dan los jóvenes al mundo del trabajo y al movimiento sindical, más exactamente, un estudio de caso de la ciudad de Bogotá. En el texto *Sindicalismo y trabajo: la experiencia de los jóvenes bogotanos desde sus repertorios interpretativos* de Oscar Andrés López Cortés, Liliana Vargas Monroy, Carolina Covelli Reyes, María Angélica Pérez Aldana, Laura Patricia Santamaría Martínez; tiene varios objetivos: el primero, analizar la construcción social del término “joven”; el segundo, entender las transformaciones contemporáneas del mundo del trabajo y la relación con las condiciones sociolaborales y socioeconómicas a las que se enfrentan los jóvenes.

En este texto también se tienen en cuenta la concepción que pueden tener los jóvenes sobre el mundo laboral, como se empieza a considerar un medio de progreso, ascenso social y una forma de subsistencia. Otro concepto que se propone y toma fuerza es la educación y como esta se vuelve importante para poder acceder a mejores condiciones laborales.

Y, por último, el análisis de la relación entre los trabajadores jóvenes y el sindicalismo. Los sindicatos son asociados como organizaciones que buscan reivindicar los derechos mínimos que tienen los trabajadores, pero así mismo está estigmatizado, porque la mayoría de los jóvenes tienen la concepción de que si entran a trabajar a una empresa y deciden asociarse a un sindicato serán despedidos o perseguidos, pero muchos de ellos, también aseguran que es por desconocimiento de este tipo de movimiento social.

Referente a las concepciones que tiene los jóvenes que trabajan en los Call Center, se encontró el documento *El trabajo: concepciones de jóvenes que laboran en Call Centers en una ciudad intermedia colombiana* de Mariana Castaño-Ravagli y Claudia Milena Álvarez-Giraldo, en el que se analiza, se comprenden los imaginarios y las subjetividades del concepto de “trabajo” que tienen los trabajadores jóvenes en los Call Center de la ciudad de Manizales, trabajo que se caracteriza por ser considerado flexible y que da la posibilidad de aprender el manejo de tecnologías de información y comunicación.

Estos aspectos hacen que sean los jóvenes quienes se sientan atraídos por ocupar uno de estos puestos, pero ya estando vinculados, los jóvenes tienen la concepción de que empiezan a perder su identidad social dentro del espacio de trabajo, baja esperanza de obtener algo mejor y llegan a un lugar de conformismo, ya que manifiestan que es a lo que pueden aspirar por su falta de experiencia laboral. Entre esas nociones poco favorables están que estos trabajos se vuelven rutinarios, pocos espacios de descanso y poco reconocimiento salarial.

Como resultado de esta investigación, es importante señalar que

“los individuos construyen el significado del trabajo en su proceso de socialización, cuando se apropian de contenidos referentes a las concepciones formales del trabajo, a la estructura social de las organizaciones y a los aspectos socioeconómicos de las ocupaciones y del ramo de actividad” (Castaño y Álvarez, 2017 p.7).

Se encontraron otros documentos que hablan netamente de las experiencias que han tenido los trabajadores en los Call Center, en la mayoría de estos textos se realizaron entrevistas para conocer las percepciones de estos. En un estudio de caso realizado en la ciudad de Manizales, *Condiciones de desarrollo humano y exclusión social laboral en jóvenes de Manizales* de Sandra Londoño Montoya y Claudia Milena Álvarez Giraldo, se manifiesta que hay mucha precariedad, porque no hay estabilidad laboral y siempre está el miedo latente de perder el trabajo, además que eso sean factores que afecten su salud y su bienestar.

Otros factores que resaltan esta investigación son la disminución de la autoestima, lo que

“influye en la formación del carácter, que es un factor clave para soportar la toma de decisiones racionales por los trabajadores. Esto indica que la autonomía y la toma de decisiones pueden ser influidas por factores externos como, en este caso, las condiciones laborales” (Londoño y Álvarez, 2018 p.7).

Con esto, también se evidencia los niveles de discontinuidad laboral, que son todo lo que está relacionado con los empleos a corto plazo o con los contratos que no ofrecen estabilidad laboral; y lo que se considera degradación y vulnerabilidad, referente a su jornada laboral, salud y seguridad en el trabajo, la carga laboral y el deterioro de las condiciones de trabajo.

Otro documento que tiene como prioridad los relatos de los trabajadores en los Call Center es, *Experiencias laborales juveniles Los agentes telefónicos de call centers offshore en Argentina* de Andrea Del Bono y María Noel Bulloni. Se toma como referente a los trabajadores jóvenes de la Multinacional

francesa Teleperformance, con sede en Argentina. Dentro de las entrevistas que realizaron a profundidad, se consideraron: gerentes de recursos humanos, representantes sindicales, supervisores y agentes de varias campañas.

En este hallazgo, también se explica de manera muy detallada la forma en que funciona el trabajo en un Call Center para sus trabajadores, su salario base, como este puede ser variable dependiendo de las horas que dure conectado el agente dentro de la plataforma, las comisiones que pueden llegar por alcanzar los objetivos, la modalidad de contrato que tienen, el tiempo y el proceso que tienen que llevar para atender a un cliente. Pero también se explican las inconformidades que se presentan en el lugar de trabajo, el desconocimiento que tienen los trabajadores jóvenes de la existencia de un sindicato dentro de la empresa y de las labores que este tiene.

En este texto se habla de algo que no se había pensado hasta el momento, ya que se considera que los sindicatos son esa organización establecida para la reivindicación de los derechos laborales. Pero los trabajadores del Call Center de Teleperformance en Argentina, abrieron la posibilidad de pensar y de crear otras iniciativas que buscan tener un espacio para representar los intereses de los trabajadores, más exactamente de los agentes.

“Este es el caso de Teleperforados, un colectivo que surgió a partir de un grupo de trabajadores de Teleperformance que se plantearon como objetivo dar a conocer los problemas en sus lugares de trabajo e informar a sus compañeros sobre sus derechos”  
(Del Bono y Bulloni, 2008 p.16).

Este colectivo ha creado e intensificado sus comunicaciones a través de una página web, en la que publican boletines y foros para informar y para generar solidaridad entre los compañeros. Pero termina pasando lo mismo que con el sindicato, existen trabajadores que no conocen este colectivo, o simplemente no están de acuerdo.

Existe un número importante de investigaciones sobre sindicatos y Call Center, pero en su mayoría están situados en Argentina, en las que se han explicado, como se mencionaba anteriormente, las problemáticas, causas y situaciones que generan las condiciones precarias en estas empresas. También el desconocimiento por parte de los trabajadores sobre los objetivos que tienen los sindicatos y las circunstancias que los hacen permanecer en estos puestos de trabajo.

El texto *Del otro lado del teléfono: identidad y acción colectiva en Call Centers de la ciudad de México* de Inés Montarcé, analiza la situación laboral de los Call Center de Ciudad de México, donde se evidencian los aspectos que han construido identidades de manera colectiva para mejorar las condiciones laborales. También propone “una breve caracterización del contexto y la consolidación de los Call Center a nivel mundial y la descripción de las tendencias de estas empresas en México” (Montarcé, 2011, p. 69).

Dentro de este texto también se destaca los procesos de sindicalización, que de alguna u otra manera han permitido la mejora de condiciones laborales. Ya que para los Call Center, México es un “paraíso laboral”, porque pueden ofertar “salarios bajos, flexibilidad, unilateralidad empresarial, contratación de protección patronal y fuerza de trabajo calificada” (Montarcé, 2011, p. 69).

En Colombia se encontraron pocos casos, pero para 2021, han empezado a tomar fuerza muchos artículos de prensa de varios medios de comunicación, en los que se denuncia la realidad de los trabajadores de los Call Center en Colombia, sobresaliendo las denuncias de los trabajadores de Teleperformance.

También se realizó la búsqueda de prácticas comunicativas y sindicalismo. Aquí se encontraron textos que denotan una relación muy estrecha donde se habla de comunicación y sindicalismo.

En el texto *Nuevas reglas de juego en la Argentina, competitividad y actores sindicales* de Marta Novick, analiza las estrategias sindicales en un periodo de diez años, donde se destaca que existen

“comportamientos y situaciones que mantienen una lógica de carácter “tradicional”, inscriptos en las tradiciones del sindicalismo argentino al mismo tiempo que se está en presencia de nuevas institucionalidades, nuevos temas y nuevos actores” (Novick, 2016, p. 25). Como por ejemplo la introducción de nuevas tecnologías, la descentralización de acuerdos colectivos y la reorganización del trabajo.

En este texto se destaca esos cambios en los escenarios sociales y productivos, que van de la mano a “funciones históricas, en el tipo de vínculo y formas de interacción que establece con sus representados y en las formas de poder que -como proceso de comunicación de nuevo tipo- debe construir con los trabajadores y con la sociedad” (Novick, 2016, p. 42). Es decir que se empieza a ver relevante el control sobre los conocimientos productivos y los procesos de comunicación. Tanto de las fuentes de información, como de los mecanismos de interpretación, creación y procesos de formación.

En el texto *La Crisis de la representación en los sindicatos. Del esencialismo de clase a la función comunicativa* de Ana María Catalano, se habla de la posibilidad de reconstruir la legitimidad social de la representatividad sindical, desde el control de los conocimientos productivos y los procesos comunicativos para lograr una reconstrucción de una interacción social solidaria y autónoma, que facilite mecanismos eficaces de reflexión de la comunicación en el sindicalismo, mediante la acción comunicativa, lo que permite un proceso de cooperación y coordinación. La autora afirma que

“La racionalidad inmanente a la práctica comunicativa cotidiana remite, pues, a la práctica de la argumentación, a la crítica, a la posibilidad de identificar, de corregir errores, a la de examinar la verdad de los enunciados, la rectitud de las acciones y normas y la autenticidad de las manifestaciones expresivas” (Catalano, 1993, p. 132).

En este documento se plantea que la acción comunicativa busca lograr una interacción social más efectiva, a partir de la solidaridad orgánica y que “sólo podrá ser construida a partir de la capacidad

de los sindicatos de comunicar representaciones colectivas, interpretaciones de mundo, unidades de sentido, procesos de interacción social” (Catalano, 1993, p. 132). Y que a su vez estos logren que unifiquen a los sectores involucrados para disminuir la exclusión o división de este.

En el texto *Cambios en las formas de comunicación y movilización: el sindicalismo en red* de José Antonio Cañizares Márquez se habla sobre la importancia que tiene internet y las redes sociales para generar cambios en las formas de comunicarse y movilizarse en el movimiento sindical para dinamizar la acción colectiva en España.

También pone sobre el debate la crisis que vive el sindicalismo en muchos países, exaltando el de España, frente al crecimiento y fortalecimiento de las organizaciones sindicales, pero a su vez “los trabajadores son conscientes de la necesidad de añadir una dimensión de organización en red que permita modernizar a los sindicatos a través de campañas en la red, protesta virtual, video sindicalismo y ciberactivismo” (Cañizares, 2011, p. 2).

Los sindicatos se caracterizan por tener el poder de movilizar a sus bases, pero en esta ponencia se plantea que la comunicación y las redes posibilita que los debates se den de una manera más abierta y descentralizada. Es decir que “los sindicatos entienden que es necesario contrarrestar con las redes sociales digitales para aumentar la movilización ya que éstas proporcionan un canal de comunicación horizontal, no controlado y relativamente económico. (Cañizares, 2011, p. 3).

Es por esto, que pensar la movilización de los sindicatos desde las redes abre la oportunidad de un nuevo modelo comunicativo que facilite acciones como

“informar a tiempo real sin intermediarios, recibir información, facilitar el diálogo, fomentar la participación, crear grupos y sentimiento de pertenencia a una comunidad,

llegar a cientos de miles de personas y sobre todo puede ayudar a los sindicatos a movilizar y a luchar contra la ofensiva antisindical” (Cañizares, 2011, p. 4).

Estas acciones facilitan que surjan nuevos actores y nuevas formas de comunicar sobre sindicalismo, porque empieza a visibilizarse la necesidad de cambiar algunas estructuras internas, ganar espacios de toma de decisiones en el ámbito político, aumentar las alianzas con otros sindicatos y aumentar la tasa de sindicalización a partir de una interacción real, que permita que estos logren la reactivación sindical. Cañizares aclara y es enfático es decir que “las redes sociales no van a sustituir, por ahora, los métodos tradicionales de comunicación para el trabajo sindical, pero si suponen un importante valor añadido” (Cañizares, 2011, p. 10).

Es importante destacar que se vuelve primordial para estos sindicatos construir nuevas formas de comunicación, que de alguna u otra manera les permita seguir vigentes, como en algún momento ocurrió realizando el voz a voz. Así que pensarse el sindicalismo desde las redes sociales, posibilita que se puedan recuperar las estructuras y bases estables que existieron décadas atrás.

Cañizares habla que es necesario e importante que los sindicatos se modernicen, y que esto lo pueden facilitar las redes, porque fortalecen la acción colectiva que se caracteriza por ser “sin límites organizativos y fuera del control empresarial”. Hay que considerar que la comunicación posibilita dichos cambios y permite crear una “cultura sindical más reflexiva y dialogante”.

En el trabajo de grado, *Estrategias comunicativas del Sindicato Mexicano de Electricistas como mecanismo de resistencia ante el decreto de extinción de Luz y Fuerza del Centro, 2009- 2014*, de Elizabeth García Rizo, plantea como objetivo principal el analizar las prácticas comunicativas que ha usado el SME (Sindicato Mexicano de Electricistas) para mantener su resistencia frente al conflicto con el Gobierno Federal de 2009 a 2014.

En este texto habla sobre la importancia que tienen las prácticas comunicativas que desarrollaron en el SME antes y después de la campaña que lanzaron algunos medios de comunicación para desprestigiar a los trabajadores, y así justificar el decreto de extinción de la paraestatal. Las prácticas comunicativas descritas en este documento son de resistencia.

Algunas de las prácticas comunicativas de resistencia documentadas con el uso de las nuevas tecnologías, es decir internet, fueron:

“la creación de periódico para los trabajadores y la sociedad en general “La Resistencia”; la creación de TV. Lux por internet, canal dedicado a transmitir las asambleas y eventos importantes del sindicato; múltiples blogs en internet que mantiene informados a los trabajadores; la instalación de cientos de mesas de información para la ciudadanía, donde se reparten volantes, se expone el conflicto real del sindicato y se les explica acerca de la queja ante la PROFECO del “No pago de luz”; el fortalecimiento de su radio por internet y el uso del Facebook y Twitter. Las cuales han generado a lo interior una comunicación eficaz al lograr mantener enterados a los trabajadores de lo que acótense en su organización, éstos pueden ser vistos y pueden informar de una forma eficaz y verdadera a la sociedad. (García, 2017, p. 21).

Aunque la autora también reconoce las prácticas comunicativas de resistencia que existieron antes del uso de internet, que siguen siendo vigentes, o algunas que no cambian, son “la preservación de su Revista Lux que tiene 85 años; la estructura y el sistema que usan para comunicarse a través del celular; asambleas, conferencias de prensa y marchas” (García, 2017, p. 21). También reconoce que las prácticas comunicativas de resistencia son consideradas un proyecto de comunicación, en el que se pueden desarrollar varios productos de comunicación como programas radiales, revistas, volantes, boletines, redes sociales o páginas web.

“El SME ha realizado prácticas de información no sólo a través de las redes sociales sino a través de otras prácticas comunicativas, como el volanteo, las asambleas vecinales y las mesas de quejas de inconformidad que se envían a PROFECO entre otros” (García, 2017, p. 125).

La autora destaca que estas prácticas comunicativas de resistencia que tiene el sindicato han servido para unir y fortalecer la organización, ya que logran mantener a sus afiliados informados, crear espacios de lo público y poder tomar acciones más acertadas frente a los conflictos laborales. Así es como las áreas de comunicación y las estrategias toman un papel principal junto con las prácticas comunicativas de resistencia para mantener la lucha y solidaridad que tiene el SME.

Con la información recolectada, se da la posibilidad de indagar, investigar, situar y actualizar la problemática en Colombia, sobre la precarización laboral de los trabajadores en del sector de las telecomunicaciones, y el papel que tienen los sindicatos frente a estas situaciones y así empezar a identificar como la comunicación para el cambio social y las prácticas comunicativas que desarrollan se vuelven un papel fundamental dentro del proceso de UTRATICS.

Los textos consultados ayudan a identificar posibles categorías y ejemplos importantes para la investigación y que serán abordados durante el proceso.

Se han encontrado un número importante de investigaciones sobre precarización laboral en el sector de las telecomunicaciones, tanto en Colombia como en otros países de América Latina, donde se explican a grandes rasgos las causas que generan estas situaciones dentro de los espacios de trabajo. También es importante resaltar que, en algunas de estas investigaciones, se narran las experiencias que han tenido los trabajadores de este sector. Los resultados de estas investigaciones ponen en evidencia las condiciones laborales en las que se encuentra los trabajadores del sector de las telecomunicaciones y en algunas otras como el sindicalismo se vuelve una herramienta para mejorar los espacios de trabajo.

También se encontró información sobre investigaciones donde se evidencia la clara la relación que existe entre las prácticas comunicativas y sindicalismo, y a su vez como se pueden identificar estas prácticas dentro del ejercicio sindical para generar acciones de resistencia.

## **5. Marco Teórico**

Dentro de este marco teórico se exponen las categorías que se consideran indispensables para el desarrollo de esta investigación, las cuales buscan establecer relaciones con el ejercicio de la problemática expuesta.

Esta investigación busca identificar las formas de hacer comunicación del sindicato UTRATICS en Colombia y situarlas desde el enfoque de comunicación para el cambio social.

Las categorías consideradas centrales son: Sindicalismo, Conflicto Laboral y Prácticas Comunicativas.

### **5.1 Sindicalismo**

Para la categoría de sindicalismo, es necesario entrar a definir lo que es, sus características y un contexto corto que ayude a situar la problemática de la investigación. Pero también se hace necesario hablar de conflicto laboral y entender su papel transformador.

Dentro de los movimientos sociales, se encuentran los sindicatos, que pueden ser considerados como acciones sociales colectivas, donde priman las dinámicas de construcción de consenso y no de imposición de las situaciones. Esta categoría de "Sindicalismo", es entendida como parte del movimiento social, ya que representa a los trabajadores, que, por medio de los sindicatos, busca

mejorar las condiciones laborales, como, por ejemplo, el aumento de salarios, estabilidad laboral, democratización de las relaciones laborales, entre otras.

Para acercarse a este concepto, es preciso ponerlo en el contexto colombiano, donde el sindicalismo ha tenido una historia constante desde el siglo XIX, pero para ese entonces, solo eran relevantes los trabajadores calificados, ya que contaban con el respaldo del Estado para mejorar las condiciones económicas de los trabajadores. Miguel Urrutia Montoya, autor del libro *“Historia del sindicalismo en Colombia, 1850-2013”*, afirma que para esa época

“Como la mayoría de la fuerza de trabajo la componían los trabajadores no calificados, el sindicalismo no podía volverse una fuerza importante para mejorar las condiciones económicas de los trabajadores mientras el Estado no protegiera a los huelguistas de la competencia de los esquiroleros” (Urrutia, 2016, p.7)

La estructura del sindicalismo ha ido cambiando, ya que algunos años atrás, las relaciones entre los sindicatos y el gobierno no eran eficaces, porque en su mayoría las huelgas que se realizaban se hacían de forma ilegal, y por eso solían ser tan cortas, ya que los sindicatos no contaban con recursos suficientes para que esas protestas se prolongaran. Por eso el gobierno empieza a apoyar los sindicatos que políticamente les fueran funcionales a la hora de movilizar votos en las contiendas electorales.

“No era coincidencia el hecho de que los sindicatos más fuertes fueran los de servicios públicos y los de los trabajadores del Estado, y que fueran los que llevaran a cabo todas las huelgas más notables eficaces. En su momento, las huelgas masivas organizadas por la CTC tenían más objetivos políticos que económicos” (Urrutia, 2016, p.8).

Desde entonces, el sindicalismo ha tenido un objetivo claro, que es mejorar las condiciones de vida de los trabajadores, y para esto han integrado varias estrategias que han logrado trascender en los años. Una de ellas es la negociación colectiva, que busca mejorar las condiciones que tienen los

trabajadores en las empresas, pero también está la acción política, que busca cambiar el modelo político y económico para que los trabajadores estén presentes en el escenario de toma de decisiones con su participación.

El sindicalismo empezó a defender dos principios fundamentales: el de tener una base de acción obrera y que su orden político estuviera liderado y representado por obreros. También se empezó a ver la necesidad de tener estadísticas sobre una de las problemáticas que más aquejaba y que sigue siendo tema de discusión, que es el desempleo.

Una de las herramientas más utilizadas por el sindicalismo desde sus inicios fue la huelga, lo cual con el tiempo ha desatado episodios de violencia, pero de que cierta manera ha sido utilizada como estrategia laboral. Pues el sindicalismo no cuenta con el poder económico suficiente y muchos menos con herramientas que ayuden a generar una presión política y social. Por esta razón, Urrutia afirma que

“El uso de la violencia, por otra parte, es barato, crea solidaridad y puede ser empleado de manera eficaz por un pequeño grupo de trabajadores contra patronos aislados. La violencia en gran escala, bajo la forma de la huelga general, no tiene generalmente efectividad en las regiones subdesarrolladas. Para que una huelga general sea efectiva, debe movilizarse una gran proporción de la población. Para hacer esto, fuera de contar con un movimiento obrero numéricamente importante, lo que es improbable en una economía emergente, el obrerismo organizado debe controlar importantes medios de comunicación y contar con recursos económicos amplios para que la lucha pueda durar”. (Urrutia, 2016, p.126).

Las formas de violencia sindical que han estado latentes dentro del movimiento se destacan, el homicidio, el atentado contra la vida, la amenaza y el hostigamiento. También se reconocen prácticas como la intimidación y la persecución, hasta la agresión y el exterminio; lo que traduce a una creciente

vulneración de los Derechos Humanos a los sindicalistas, sobre todo a sus dirigentes. Estas formas de violencia suelen generar impactos colectivos, donde se pide el aumento de las garantías para realizar la actividad sindical en cualquier escenario.

Los trabajadores de empresas pequeñas no pueden ser sindicalizados, ya que es costoso y dificulta que perdure en el tiempo. Aunque con el pasar de los años, los sindicatos empezaron a ser categorizados dependiendo de la cantidad de afiliados, gremios y demás

“En Colombia, como en otros países, los sindicatos se clasifican según el tipo de trabajadores afiliados. Se caracterizan en sindicatos de empresa, de industria, de gremio, oficio o profesión, y de oficios varios. Sin embargo, es posible que en algunos casos no se presente una diferenciación clara entre las clasificaciones”. (Urrea, et al., 2020, p.138).

Más cerca a la actualidad del sindicalismo, se empieza a evidenciar la caída que ha tenido, pues al verse desde el número de afiliados, frente a la fuerza de trabajo, los indicios han disminuido, bien sea por la poca credibilidad que tienen los trabajadores actuales en este movimiento social, por las inclinaciones políticas que tienen algunos sindicatos, o porque no tienen credibilidad en las luchas que estos emprenden y el que no se tenga un debido proceso de diálogo entre las empresas y los sindicatos. Urrea, Hawkins y Romero, exponen otras posibles causas

“La debilidad del sindicalismo en Colombia se relaciona por la estrategia sistemática de violencia antisindical de las elites y las políticas de Estado que ha costado miles de muertos de dirigentes y activistas sindicales, así como una barrera estructural en contra del ejercicio de la actividad sindical en todas las ramas económicas y una estigmatización al sindicalismo que ha sido generalizado en la cultura colombiana”. (Urrea, et al., 2020, p.122).

Al evidenciarse la debilidad que tiene el sindicalismo, como lo refiere el autor, surge la necesidad de empezar a realizar activismo desde otros espacios, por ejemplo, la lucha por la reivindicación de los Derechos Humanos, la implementación de los Acuerdos de Paz y campañas constantes contra las violaciones laborales y la incidencia política. El sindicalismo, ha participado en el activismo social, buscando tener un papel de liderazgo, pero sin mucho éxito.

“Un gran Paro Nacional contra las agresivas políticas neoliberales, por la aplicación de los Acuerdos de Paz de La Habana y el derecho a la protesta y por la defensa del medio ambiente, ha sido liderado por el movimiento sindical colombiano en alianza con otros sectores sociales, estudiantes, campesinos y organizaciones étnicas (indígenas y negros), además de colectivos de mujeres y sectores de la diversidad de género y sexual” (Urrea, et al., 2020, p.122).

El sindicalismo vio una gran oportunidad desde el estallido social en Colombia, ya que la mayoría de los manifestantes eran jóvenes que reclamaban derechos, para tener acceso a la educación, posibilidades de empleos estables, entre otros.

## **5.2 Conflicto Laboral**

El concepto de conflicto laboral está asociado como un fenómeno en el mundo del trabajo, que está compuesto por dos partes, los empresarios y los trabajadores. Estos conflictos se puedan dar como consecuencia de las relaciones con las organizaciones, donde surgen diferencias entre los miembros que están involucrados en el proceso productivo de una empresa.

Juan Montes Cató, en su texto "Reflexiones teóricas en torno al estudio del conflicto laboral. Los procesos de construcción social de la resistencia". Define el conflicto laboral como las tensiones,

diferencias y enfrentamientos que surgen en el ámbito laboral entre los trabajadores y el empleador, los cuales pueden tener varias causas, entre las que están las condiciones de trabajo, los salarios, contratos laborales y demás inconformidades que pueda evidenciar el trabajador que no alienta a tener una precarización laboral.

Montes afirma que es necesario resaltar tres elementos que son importantes dentro del conflicto laboral. El primero se refiere a los modos de expresión del conflicto obrero “Aunque consideramos que los canales clásicos de expresión no han desaparecido –huelgas, ocupaciones y piquetes- indudablemente se han combinado con otras formas más sutiles” (Cató, 2007, p.6).

Un segundo elemento es la inexistencia de las expresiones colectivas del conflicto, lo que traduce que “no es indicativo de ausencia de conflictividad, en la medida que la conflictividad también se presenta en el plano cultural y simbólico” (Cató, 2007, p.6).

Y el tercer elemento, que lo define como algo fundamente es “que el conflicto constituye un elemento estructurante de las relaciones por remitir a la contradicción básica entre el capital y el trabajo” (Cató, 2007, p.6).

Al tener estos elementos, es importante destacar el rol que tienen los sindicatos, ya que se consideran actores relevantes en el proceso de la formulación de normas, cuando estos conflictos laborales empiezan a estar presentes. Por eso se vuelve transcendental el papel de lo que define el autor como “construcción social de la resistencia” que de alguna y otra manera afirma que el conflicto laboral no es un evento asilado, sino que es un proceso que se desarrolla en el tiempo y que busca integrar estrategias y formas de resistencia por parte de los trabajadores. Como por ejemplo la creación de organizaciones sindicales, la negociación colectiva, las huelgas, las protestas y demás acciones colectivas que ayuden y aporten a la mejora de las condiciones y derechos laborales de los trabajadores.

Manuel Jesús González García, al hablar de conflicto laboral, propone una clasificación para estos. Los clasifica como conflictos individuales y colectivos, que los define como un “Conflicto Laboral Individual como toda tensión concreta y específica manifestada externamente entre trabajadores y empresarios, es decir, como las diferencias surgidas entre empresarios y trabajadores en el marco de sus relaciones laborales” (González, 2006, p. 10). Es importante destacar que este tipo de conflicto solo atañe a un trabajador.

En cambio, conflicto laboral colectivo es aquel que afecta a varios trabajadores. González García, dice que “además de reunir las características anteriormente mencionadas para el conflicto individual, a tensión debe afectar a un interés colectivo, que exceda de lo individual y afectar a un conjunto indiferenciado de trabajadores” (González, 2006, p. 11).

Es por esto, que el conflicto laboral se puede definir como un desacuerdo de opiniones entre las partes (empleador y trabajadores). Pero que, al crear procesos, posibilita el encontrar soluciones, las cuales pueden ser: procedimientos de conciliación, tribunales de arbitramento, mediación o también procesos de presión laboral como huelgas.

Aunque estos conflictos laborales, también han tenido un papel transformador que ha facilitado que existan métodos para la resolución de conflictos. El más conocido de estos en la negociación que González García define como “la buena voluntad de las partes como determinante para la solución del conflicto” (González, 2006, p. 18).

El tribunal de arbitramento es otro método el cual puede ser voluntario. González García, afirma que

“Dentro de los arbitrajes obligatorios tendremos la decisión administrativa, que se adopta cuando el tercer sujeto es impuesto a ambas partes, o la decisión jurisdiccional

cuando una de las partes requiere la intervención del árbitro, haciendo que la otra se doblegue a su decisión y al método impuesto” (González, 2006, p. 18).

Es por esto, que el conflicto laboral se refiere a las disputas y tensiones en el entorno de trabajo. Pero su papel transformador está en cómo los trabajadores desarrollan y organizan sus esfuerzos para hacer frente a esas tensiones y buscar mejoras en sus condiciones laborales.

### **5.3 Prácticas Comunicativas**

El concepto de prácticas comunicativas está relacionado con las actividades y acciones del campo de la comunicación para propiciar la construcción de relaciones sociales, de interacción o de transmisión de mensajes y conocimientos. Desde la perspectiva de Daniel Aguilar, con su texto “Ciberciudadanía, prácticas comunicativas y formas de participación política a través del ciberespacio”, puede decirse que las prácticas comunicativas son

“aquellas prácticas que generan espacios comunes de enunciación y sentido para una clase y desde una clase (en un sentido bourdieano) o grupo social determinado, que a su vez permiten la configuración de unas identidades (quiénes somos y a qué pertenecemos) y subjetividades (quién soy y cómo me relaciono con el mundo)”

(Aguilar, 2021, p.111).

Teniendo en cuenta lo anterior, las prácticas comunicativas posibilitan que las personas puedan entender, identificar y tener un lugar desde lo social, pero a su vez también puedan conformar grupos que interactúen desde lo público. Es decir, que se puede hacer uso de discursos o de medios de comunicación, pero también utilizar todo lo que suceda alrededor.

Para generar prácticas comunicativas es importante que los sujetos que participan conozcan sus derechos, pero también puedan posicionar sus discursos y agendas de manera estratégica para lograr un valor político y social que los vuelva en ciudadanos activos.

De cierta manera lo que Daniel Aguilar propone es que estas prácticas comunicativas terminan siendo actividades que están directamente relacionadas con la comunicación. Pero muestra la importancia de que las personas logren usar las herramientas digitales para participar políticamente.

“Desde la perspectiva de la participación ciudadana por medio de plataformas digitales, es posible llegar a caracterizar la manera como se generan espacios que responden a necesidades y posiciones particulares por medio de prácticas específicas. Encontramos así espacios de reproducción de discursos dominantes, cuya función es la de reproducir y asumir la defensa del statu quo” (Aguilar, 2021, p.112).

Los espacios de participación también se vuelven parte fundamental dentro de las prácticas comunicativas, lo que posibilita que las necesidades de los actores tanto en lo individual como en lo colectivo se ajusten a sus contextos y puedan ejecutar estrategias comunicacionales que puedan exhortar la institucionalidad.

Desde la mirada de Eliana Herrera y Jair Vega, se realizan varias reflexiones que se han desarrollado en Colombia. En el texto “Prácticas comunicativas de participación cultural y memoria biocultural. En pensar desde la experiencia. Comunicación participativa en el cambio social”, se realizan varios acercamientos desde otros autores, como lo son Pérez y Vega, quienes afirman que “las experiencias de comunicación a partir de las identidades políticas que se reproducen al interior de ellas, definiéndolas como identidades políticas legitimadoras, de resistencia y proyecto” (Herrera y Vega, 2014, p. 288). Es decir, que estas identidades van de la mano con las prácticas comunicativas, ya que

reproducen significaciones que posibilitan que se consideren como prácticas culturales, las cuales promueven los espacios de decisión.

Los autores proponen que las prácticas comunicativas se puedan caracterizar desde tres perspectivas, desde la mirada de Pérez y Vega

“Las prácticas comunicativas legitimadoras las cuales en su desarrollo reproducen, validan y legitiman la institucionalidad y en este caso reproducen la lógica como se opera desde la perspectiva dominante de la comunicación; prácticas comunicativas de resistencia en las cuales se construyen contradiscursos a los hegemónicos que generalmente circulan en los medios comerciales, y, prácticas comunicativas proyecto, las cuales ofrecen alternativas con discursos y acciones donde la comunicación se concibe como propuesta de acción alternativa, generalmente en asocio con la cultura y la estética” (Herrera y Vega, 2014, p. 288).

Desde este lugar donde se propone las prácticas comunicativas, estas perspectivas permiten que sea entendido mejor las prácticas que se dan desde los movimientos sociales, ya que se pueden comprender las maneras en que los sujetos se involucran e intervienen en las luchas y la distribución del poder. Por eso los autores definen cada una de ellas, donde las prácticas comunicativas legitimadoras son

“Aquellas que se naturalizan y constituyen lo que Bourdieu (1990) llama la Doxa, esto es “todo lo que se admite como natural y en particular, los sistemas de clasificación que determinan lo que se juzga interesante o falta de interés, aquello de lo que nadie piensa que valga la pena contarse, porque no hay una demanda” (Herrera y Vega, 2014, p. 294).

Según lo anterior, las prácticas comunicativas legitimadoras buscan expresar intereses que están impulsados por las instituciones sociales. Es decir que validan y reproducen el contenido que se da desde la institucionalidad y que por ende están a favor de la dinámica dominante de la comunicación.

Como se mencionaba con anterioridad, también están las prácticas comunicativas de resistencia, que son esas prácticas en las que hay una relación entre comunicación y movimientos sociales, y que de alguna u otra manera buscan no seguir los discursos que se encuentran en los medios comerciales. Desde esa perspectiva, también se articulan con las plataformas digitales y las tecnologías con lo que buscan generar más impacto. Pero sin desconocer los procesos de reconocimiento para la defensa de los derechos colectivos a través de la participación política.

“En este tipo de prácticas se identifican los procesos que propenden por la creación de medios alternativos, por oposición a los medios comerciales, que puedan dar mayor participación a otras organizaciones y movimientos sociales”. (Herrera y Vega, 2014, p. 295).

Estas prácticas comunicativas de resistencia dan lugar a que existan los medios comunitarios, populares y alternativos, que posicionan y representan las voces y las opiniones de las personas tanto en lo individual, como en lo colectivo desde el fortalecimiento de la democracia y el derecho a la comunicación, es decir el poder de comunicar, pero no solo con el fin de tener acceso a la información, sino desde las prácticas participativas, como procesos de organización y movilización.

Y, por último, las prácticas comunicativas de proyecto son aquellas donde todas las acciones logran comunicar. Herrera y Vega, las definen como

“la comunicación se concibe como inherente a los procesos o movimientos sociales, como la manera de construirlos. Como la manera de hacer coherentes los discursos con las prácticas. Por esta razón el proceso comunicativo debe permear a su vez las

relaciones de poder en la organización. La manera de relacionarse debe comunicar la democracia misma y no tan sólo el discurso” (Herrera y Vega, 2014, p. 296).

Estas prácticas comunicativas de proyecto, de alguna u otra manera ofrecen opciones tanto en el discurso como en las acciones donde está presente la comunicación desde las acciones alternativas que están asociadas con la cultura y de paso permean las relaciones de poder en las organizaciones.

También se consideran que son esas prácticas que propician, que quienes generan estas experiencias puedan apropiar valores, saberes, conocimientos o rituales para la creación de procesos y proyectos culturales.

Juan Carlos Valencia y Claudia Magallanes, en su texto “Prácticas comunicativas y cambio social: potencia, acción y reacción”, afirman que estas prácticas manejan dinámicas entre los medios y las mediaciones, pero aparte de eso, también tiene en cuenta las expresiones y experiencias cotidianas que van de la mano de redes culturales.

“Dichas prácticas comunicativas ilustran, expanden y profundizan los incesantes esfuerzos de creación, transformación, recuperación y conservación de sentidos, redes y lazos, más allá de lo instrumental, que propenden por cambios profundos y por la construcción de alternativas a un orden social latinoamericano injusto, destructor, colonial y excluyente” (Valencia y Magallanes, 2016, p.16)

Así que estas prácticas comunicativas posibilitan que se abran espacios de otras formas de conocimiento y que la experiencia fortalezca el proceso de construcción social

“vincular esas prácticas comunicativas con los incesantes esfuerzos de creación, transformación, recuperación y conservación de sentidos, redes y lazos, más allá de lo instrumental, que propenden por cambios profundos y por la construcción de

alternativas a un orden social injusto, destructor, colonial y excluyente”. (Valencia y Magallanes, 2016, p. 17)

Estas prácticas comunicativas sobre todo las que, apuntando al cambio social, son importantes porque buscan encontrar y entender la relación que puede existir entre el papel de los medios, la cultura popular y las dinámicas culturales. Valencia y Magallanes, citan a Jesús Martín Barbero, quien ha insistido en que

“La creatividad comunicativa de la gente florece a través de todo tipo de medios, pero que no podemos olvidar que también lo hace en otros espacios: desde las maneras en que los campesinos organizan sus productos en las plazas de mercado, hasta la forma en que la gente rinde tributo a sus muertos en los cementerios populares, pasando por las expresiones artísticas de los colectivos juveniles en los entornos urbanos, las formas de organización y operación de los activistas y tantas otras acciones” (Valencia y Magallanes, 2016, p. 19)

Pero estas prácticas comunicativas, muchas veces no son tenidas en cuenta y pasan por alto, hasta son estigmatizadas y deslegitimadas por las grandes industrias culturales, los grandes medios periodísticos y hasta por el despliegue tecnológico. Pero si hay que dejar claridad que estas prácticas facilitan que se puedan tener otras formas de conocimiento, lo que permite que sean un elemento importante dentro de la sociedad y que puedan crear alternativas que mejoren puntos relevantes, como el buen vivir.

Estas prácticas comunicativas, sumadas a esas otras formas de conocimiento, posibilitan que existan más acciones que sean humanas y sensatas en las relaciones con los demás y con el entorno, lo que hacen que este tipo de prácticas tomen el protagonismo, una presencia continua y la apropiación

cotidiana de estas concepciones. Valencia y Magallanes, citan a Jesús Martín Barbero, mencionando que el pensar en estas prácticas

“no significa ignorar el poder de las lógicas de codificación y de los hábitos, sino dar espacio a nuevas formas de inteligibilidad que están contenidas en la apropiación cotidiana de la existencia y en la capacidad de la gente de fracturar concepciones hegemónicas. (Valencia y Magallanes, 2016, p.20)

Es claro propiciar, que, para hablar de prácticas comunicativas, también es necesario entender que la comunicación es un elemento clave que facilita de alguna u otra manera las formas de vivir de las comunidades y sus formas de relacionarse con su entorno, lo que genera interacción intercultural para la construcción de nuevos saberes, y así poder afrontar situaciones que ocasionen precariedad en estas comunidades.

Valencia y Magallanes también hablan de la relación que existe en las prácticas comunicativas y el cambio social, que proponen Cadavid y Gumucio, ya que

“permite vislumbrar la persistencia de estrategias para borrar u ocultar ciertas maneras de ver, representar, vivir y comprender, pero a la vez, para destacar la tenacidad e inventiva de propuestas vitales y acciones comunicacionales contra dichos ocultamientos”. (Valencia y Magallanes, 2016, p.21)

Es importante mencionar también que el estudio de estas prácticas comunicativas facilita que se creen alternativas que impulsen a que los medios de comunicación o instituciones que están controlados no sean los únicos con los que se cuentan, sino que existe la posibilidad de alternativas desde organizaciones, comunidades e individuos. Por eso se considera que las prácticas comunicativas están inmersas en las prácticas sociales, ya que tienen en cuenta las relaciones e interacciones que tienen los individuos.

Así que, al hablar de esta relación, entre las prácticas comunicativas y el cambio social, es importante reconocer y contemplar las acciones de estos individuos desde lo personal y lo social. Y también porque

“La comunicación para el cambio social tiene que ver también con la capacidad de transmitir, desde las propias prácticas y con el lenguaje adecuado, la imagen de un horizonte utópico, de una posibilidad de cambio. La comunicación para el cambio social es, necesariamente, la enunciación de propuestas portadoras de futuro tomando en cuenta la realidad presente. No basta con la denuncia ni con el simple relato de los acontecimientos”. (Valencia y Magallanes, 2016, p.22)

Es por esto, que abordar las prácticas comunicativas desde la comunicación para el cambio social, toma tanta importancia, ya que el proceso se vuelve parte fundamental, y da espacio a la reflexión, análisis, al debate y la discusión de la realidad que rodea a la sociedad.

## **6. Metodología**

El diseño metodológico de esta investigación se ha diseñado a partir de varios elementos que ayudaron a identificar las prácticas comunicativas del sindicato de UTRATICS y así analizarlas desde el enfoque de comunicación para el cambio social.

Desde el enfoque de la investigación se abordó el tipo de estudio que se realizó, y se deja en evidencia, como a partir de procesos descriptivos se logra la contextualización y caracterización de las prácticas comunicativas.

El enfoque teórico de la comunicación es importante, ya que se hizo desde la comunicación para el cambio social, pensando en el análisis que se realizó a las prácticas comunicativas encontradas y así evidenciar su relevancia dentro del sindicato.

Las técnicas e instrumentos que se utilizaron fueron la observación, la entrevista y el trabajo de archivo, lo que posterior permitió realizar la sistematización y el análisis de los productos de comunicación para clasificarlos en una matriz de resultados.

Y finalmente se realizó una descripción de cómo se realizó el proceso de la investigación, la manera en que se llega a tener contacto con UTRATICS, el desarrollo de cada uno de los apartados de este trabajo, para llegar a los resultados conclusiones y recomendaciones.

### **6.1 Enfoque de la investigación**

Se optó por realizar un estudio descriptivo y cualitativo que pretende mostrar la importancia de las prácticas comunicativas dentro del ejercicio sindical en Colombia, partiendo de la observación y el análisis de las formas de hacer comunicación del sindicato UTRATICS en Colombia.

El enfoque cualitativo busca dar cuenta del desarrollo de los procesos descriptivos y de interpretación de las acciones que se puedan observar. En relación con esto Bonilla y Rodríguez, afirman que “desde el enfoque cualitativo, la realidad social es el resultado de un proceso interactivo en el participan miembros de un grupo para negociar y renegociar la construcción de la realidad social” (Bonilla y Rodríguez, 2005, p.98).

Teniendo en cuenta lo anterior, se posibilita que se realice un acercamiento a la realidad social de los individuos, pensándolo desde el contexto histórico, social, político y cultural; pero sin desconocer las experiencias que han desarrollado.

Para la metodología de esta investigación hay que tener como premisa que se busca identificar las prácticas comunicativas del sindicato de UTRATICS y analizarlas desde el enfoque de comunicación para el cambio social.

Es importante resaltar que la investigación cualitativa es ideográfica ya que busca las nociones, las ideas compartidas que de alguna u otra manera dan sentido al comportamiento social y posibilita que se profundicen sobre lo investigado.

La investigación cualitativa se centra en el comportamiento de la sociedad, partiendo de la experiencia y de la observación que da paso a la realidad humana, a través de procedimientos metodológicos, donde el eje central es el contexto de los acontecimientos.

Esta forma de investigación trata de dar cuenta del desarrollo de procesos descriptivos y de interpretación de las acciones observadas, las cuales ayudan a que el contexto social sea más amplio. Bonilla y Rodríguez dicen “Desde el enfoque cualitativo, la realidad social es el resultado de un proceso interactivo en el que participan los miembros de un grupo para negociar y renegociar la construcción de esa realidad social” (Bonilla y Rodríguez, 2005, p, 98).

A partir de esta metodología se pretende tener un contexto más amplio y claro sobre las prácticas comunicativas que el sindicato UTRATICS ha desarrollado dentro de su proceso en la reivindicación de los derechos laborales con los trabajadores del sector de las telecomunicaciones en Colombia.

Los aportes que se pueden obtener a través de esta metodología son importantes porque se logrará un acercamiento y una interacción con la línea base del sindicato de UTRATICS, la identificación de sus prácticas comunicativas, las capacidades y limitaciones de estas prácticas desde la experiencia

que han desarrollado durante 15 años y así orientar unas recomendaciones que faciliten la creación y generación de comunicación dentro del sindicato desde el enfoque de cambio social.

Se trata de un método comunicativo porque se utiliza el diálogo, lo que ayuda a generar una relación de cercanía, más empática en todo el proceso, principalmente en la recolección de los datos.

## **6.2 Enfoque Comunicación para el cambio social**

Continuando con el texto de Valencia y Magallanes “Prácticas comunicativas y cambio social: potencia, acción y reacción” quienes también abordan la Comunicación para el cambio social, la entienden y la plantean desde la mirada de Gumucio, quien dice que este concepto se puede entender “desde la tradición de lucha social y política emanada de experiencias en América Latina, el sudeste asiático y África que confrontan modelos modernizadores, desarrollistas y coloniales” (Valencia y Magallanes, 2016, p. 23).

Es decir que la comunicación para el cambio social posibilita otras maneras de hacer comunicación. Ya que permite que exista una comunicación horizontal, alternativa y dialógica que genere sus mensajes desde la inclusión y la participación de las acciones de una sociedad.

Gumucio, en su texto “Comunicación para el cambio social: clave del desarrollo participativo”, hace un recorrido de como se ha llegado al concepto de comunicación para el cambio social desde dos corrientes, una es la comunicación inspirada en las teorías de la modernización y otra es la comunicación nacida desde las luchas sociales anticoloniales que estaban presentes en el Tercer Mundo. Así que este concepto está pensando para profundizar

“El camino recorrido por la comunicación para el desarrollo y por la comunicación participativa, mientras incorpora algunas nociones innovadoras y progresistas de los

modelos de modernización. Lo esencial es que cuestiona el concepto de un desarrollo que no cuente con la participación de los sectores directamente afectados, y promueve una comunicación que haga efectiva la participación comunitaria, particularmente de los sectores más pobres y aislados. (Gumucio, 2011, p. 28).

La participación de la sociedad se vuelve tan importante en la comunicación para el cambio social, porque busca que esas propuestas estén involucradas en expresiones de “comunicación para el desarrollo, alternativa y participativa”. Ya que de alguna u otra manera siempre ha estado presente desde las experiencias y las acciones de comunicación para el desarrollo.

Por esto, es que Gumucio ve relevante plantear que el cambio social no está motivado solo por los factores económicos, sino también por la cultura y la identidad. Es decir que se empieza a tener en cuenta las condiciones donde sobresalen las tradiciones, los conflictos sociales y las situaciones de poder que existen o se presentan, como “el uso masivo de los medios ya no fue el predominante, sino una combinación de medios masivos con acciones de comunicación grupal e interpersonal, que no eran parte del modelo original del mercadeo social”. (Gumucio, 2011, p. 33)

El involucrar la acción social, la política y la comunicación, dio paso a que se empezara a pensar en experiencias de comunicación, que se han llegado a conocer como “comunicación popular, horizontal, dialógica, alternativa, participativa, endógena, etc. De alguna manera, todas participan de los mismos elementos y son parte del concepto más amplio de la comunicación para el cambio social” (Gumucio, 2011, p. 35). Con lo que se busca de alguna u otra manera crear espacios comunitarios de expresión.

Hay dos modelos que describe Gumucio, que han antecedido y que ha acompañado al concepto de comunicación para el cambio social actualmente. Donde la comunicación para el desarrollo es relevante ya que valora el conocimiento local, pero también respeta las tradiciones sociales de una

sociedad, con lo que busca enfatizar en las capacidades de la comunicación de los individuos y los presenta como agentes de cambio. En la comunicación para el desarrollo es donde se tiene en cuenta y se promueve “el uso de radios comunitarias, video participativo y muchas otras formas de comunicación educativa y participativa. (Gumucio, 2011, p. 36).

Y la comunicación alternativa que está pensada desde la variedad de experiencias que se generan a partir de las luchas sociales. “En general, se trata de esfuerzos contestatarios, de conquistar espacios de comunicación en sociedades represivas, socialmente estancadas o sometidas por fuerzas neocoloniales” (Gumucio, 2011, p. 36). Aquí es donde se empiezan a tener en cuenta sectores poblacionales como los campesinos, obreros, estudiantes, indígenas y demás; que buscaban crear medios de comunicación que fueran propios, (radios comunitarias, revistas y diarios). Ya que no existían y quizá actualmente no exista una posibilidad amplia de acceder a los grandes conglomerados de medios de comunicación, por su papel discriminatorio hacia estos sectores de la población.

Esta comunicación alternativa busca apropiarse de los medios, pero esta apropiación, afirma Gumucio que “debe entenderse como un modo de desarrollar la capacidad propia, comunitaria y colectiva, de adoptar la comunicación y sus medios como un proceso coadyuvante de las luchas sociales”. (Gumucio, 2011, p. 36). Es decir, donde el eje principal sea la participación comunitaria.

La comunicación para el cambio social ha tomado algunos criterios de la comunicación para el desarrollo y la comunicación participativa. Como es la apropiación de la cultura y de las tradiciones, pero es de vital importancia que la comunicación para el cambio social sea quien sugiera las propuestas de acción, y que no sean por imposición. Sumado a eso, que sean los individuos quienes creen y faciliten el proceso de crecimiento colectivo.

Gumucio afirma que la comunicación para el cambio social tiene cinco características que son indispensables. La primera que se menciona es la de “Participación comunitaria y apropiación”

“sobran las experiencias de comunicación, en el contexto de los cambios sociales y del desarrollo, que han fracasado debido a la falta de participación y compromiso de los actores y sujetos del cambio. Las experiencias de “acceso” a los medios son claramente insuficientes y con frecuencia resultan en manipulaciones interesadas. Por ello, una condición indispensable en la ccs es la participación democrática y la apropiación del proceso y de los contenidos comunicacionales, en los términos descritos más arriba”.

(Gumucio, 2011, p. 38)

Es decir que la comunicación para el cambio social busca que se involucren de manera activa las comunidades y los individuos en la toma de decisiones, las cuales afectan o benefician sus entornos. Y a su vez se apropien de la creación de mensajes o productos.

Una segunda característica es la del “Lenguaje y pertinencia cultural”

“durante varias décadas, los programas de desarrollo fueron impuestos sobre el Tercer Mundo, mientras las estrategias de comunicación eran desarrolladas en laboratorios de los países industrializados. Los mismos mensajes, las mismas técnicas, los mismos formatos se utilizaron —y se utilizan todavía— en contextos culturales diferentes.

(Gumucio, 2011, p. 38)

Es por esto, que se vuelve primordial e importante el fortalecer el sentido comunitario y que se busquen maneras en las que los procesos de comunicación estén orientados a un eje que facilite su apropiación. Hay que dejar claridad que estos procesos deben tener presentes las particularidades de cada cultura, y donde la premisa sea mantener la equidad y el respeto, a partir del diálogo y el debate.

La tercera característica es la “Generación de contenidos locales”

“los modelos verticales de comunicación para el desarrollo asumen que las comunidades empobrecidas en los países dependientes carecen de “conocimiento” y de “saber”. El acceso a la información generada en los países industrializados se ve como la solución mágica a los problemas. Hay mucha arrogancia en esta posición, en la cual se asume que el conocimiento es privilegio de las naciones ricas. La ccs fortalece el saber comunitario y promueve el intercambio de conocimientos en condiciones equitativas” (Gumucio, 2011, p. 38)

Desde esta característica, el aprendizaje se da a través del diálogo. Esto con el fin de generar contenidos propios que rescaten y articulen los saberes, mediante procesos de crecimiento.

La cuarta característica que plantea Gumucio es que la del “Uso de tecnología apropiada” que la define como

“la fascinación por las novedades tecnológicas, que a veces se presentan como condiciones indispensables para el desarrollo, puede derivar en una mayor dependencia. Innumerables proyectos han fracasado porque fueron dotados de tecnología que no podían amortizar, ni renovar, ni controlar. La mistificación de la tecnología sobre la capacidad humana lleva a distorsiones”. (Gumucio, 2011, p. 38)

Así que la comunicación para el cambio social, lo que busca es promover los procesos y no los productos que se puedan obtener de los mismos. Aunque se considera que el uso de la tecnología debe adecuarse a las necesidades de cada comunidad, es importante resaltar que toma relevancia como los individuos se apropian de estas herramientas.

La quinta categoría es la de “Convergencias y redes”, que lo que busca es que

“los procesos de comunicación que se aíslan, que no establecen un diálogo más amplio con otras experiencias similares a escalas local, regional o global, tienen menos posibilidades de crecer y de ser sostenibles en el largo plazo. La ccs promueve el diálogo y el debate, no solamente en el proceso de comunicación, sino hacia otros procesos similares. La constitución de redes contribuye a consolidar los procesos, y el intercambio los enriquece”. (Gumucio, 2011, p. 38).

Es acertado decir que, desde la comunicación para el cambio social, es importante el poder ampliar las redes a través de otras voces y de otros agentes que puedan gestar los procesos de comunicación. En pocas palabras, las comunidades deben dar espacio a su propio cambio y comunicación.

La comunicación para cambio social lo que promueve es el diálogo y el debate desde las comunidades. No se deja de lado al sujeto como individuo, sino que lo considera parte de un colectivo que tiene en cuenta factores como la cultura, el desarrollo y las normas sociales. Estas ayudan a fortalecer el compromiso, la apropiación de la palabra y la confianza.

Para Cristina Sala Valdés, el concepto de comunicación para el cambio social que define en su texto “La Comunicación para el Cambio Social: una mirada participativa al concepto de desarrollo”, y que toma como referente a Alfonso Gumucio donde lo demarca “como un proceso de diálogo privado y público a través del cual los participantes deciden quiénes son, qué quieren y qué acciones pueden realizar para alcanzar sus objetivos” (Sala, 2017, p. 104).

Como se ha venido hablando, la comunicación para el cambio social plantea que sean las comunidades quienes deben facilitar el diálogo, la amplificación de voces y que su presencia se pueda potenciar en la esfera pública.

Por eso es importante que los procesos de interacción cultural se den por medio de procesos participativos. Cristina plantea cuatro claves que deben de estar presentes en la comunicación para el cambio social. El primero es el diálogo, que lo define como “comunicación de doble vía” y una herramienta fundamental, porque permite que los problemas se puedan identificar de manera colectiva.

“Lo interesante es que el modelo de la Comunicación para el Cambio Social puede convertirse en una plataforma que facilite el diálogo, ya sea éste interpersonal, intergrupalo o mediado a través de algún canal de comunicación; que, por supuesto ha de incluir un elemento de escucha, como forma de asegurar una comprensión común del tema conversado o de la acción que se va a realizar. (Sala, 2017, p. 105).

El segundo elemento considerado clave es el apoyo, que, desde el enfoque de comunicación para el cambio social, lo describe como “una forma de empoderamiento de los ciudadanos locales para demandar sus derechos o influenciar las políticas y retar las relaciones de poder existentes”. (Sala, 2017, p. 105).

Aquí el concepto de empoderamiento está notoriamente vinculado con el de participación.

El tercer elemento clave es la participación, que se plantea como la conexión de valores democráticos. Sala afirma que esos valores son “equidad, justicia y paz” pero que están pensados para trabajar con los actores claves de los procesos, siempre y cuando proporcionen un enfoque inclusivo. (Sala, 2017, p. 105)

Y cómo cuarto y último elemento clave está el concepto de propósito “entendido como toda acción planeada con el fin de promover el cambio social” (Sala, 2017, p. 105).

Es por esto que la comunicación para el cambio social y desde la mirada de Kaplún, se define como un proceso permanente donde los involucrados van “descubriendo, elaborando, reinventando, haciendo suyo el conocimiento”. Es decir que logra desarrollar estructuras de comunicación, en las que tanto las personas como las comunidades sean y estén involucrados en su propio cambio.

### **6.3 Técnicas e instrumentos**

Para la implementación de esta metodología, se harán uso de las siguientes técnicas: Observación participante, entrevistas a profundidad, y trabajo de archivo (redes sociales, productos comunicativos, acciones colectivas y escenarios sociopolíticos) y análisis e interpretación.

#### ***6.3.1 Observación participante***

En este caso, se utilizó la observación para reconocer las formas de hacer comunicación por parte del sindicato UTRATICS, donde se espera ver e identificar una serie de prácticas que son ejecutadas por el grupo seleccionado, que de paso transmitirán y comunicarán ciertos mensajes que ayudarán a considerar los resultados que se obtendrán al final de la investigación.

Se realizó observación de 15 situaciones en las que el sindicato participó o lideró dentro de su ejercicio sindical (campañas de afiliación, talleres, mítines, marchas, protestas y reuniones para entrevistas). Esto permitió que se recolectara información para su posterior análisis y reflexión de las acciones realizadas y así conocer, identificar las dinámicas propias que dan lugar a la descripción de las prácticas comunicativas.

### **6.3.2 Entrevista**

Las entrevistas permitieron conocer más a fondo a los sujetos de estudio, sus formas de vida, comportamientos, sus virtudes y maneras en las que están realizando sus procesos de comunicación.

Raúl Eduardo López Estrada y Jean-Pierre Deslauriers exponen que

“la entrevista tiene un enorme potencial para permitirnos acceder a la parte mental de las personas, pero también a su parte vital a través de la cual descubrimos su cotidianidad y las relaciones sociales que mantienen. En este contexto, la entrevista como instrumento de investigación es suficiente para la realización del proceso investigativo y en muchos casos su uso es forzado y frecuentemente obligatorio”. (López y Deslauriers, 2011, p.1)

Para la realización de las entrevistas se creó una guía de un cuestionario que contiene 27 preguntas, y que fue aplicado a dos dirigentes sindicales que pertenecen a la Junta Directiva Nacional actual, una dirigente sindical que pertenece a la subdirectiva de Bogotá y una exdirigente, quien fue la presidenta del sindicato por más de 14 años. A través de estas entrevistas se logró identificar las dinámicas y maneras en que el sindicato realiza todo lo concerniente a sus procesos en comunicaciones, conocer cómo y quienes las gestionan, y que capacidades y limitaciones tienen.

Cabe destacar que también se recolectó información de las charlas informales que se tenían en las acciones colectivas que realizó el sindicato durante el tiempo de esta investigación.

### **6.3.3 Trabajo de archivo y sistematización**

Se realizó un trabajo de archivo que se dividió en dos momentos, uno donde se revisaron productos de comunicación como: Redes Sociales, piezas gráficas, vídeos, comunicados y material impreso. Y dos donde se revisaron escenarios sindicales como plantones, marchas, reuniones, campañas de afiliación y mítines. De este ejercicio se identificaron 210 unidades de análisis que se organizaron a través de una matriz de resultados donde están descritas y categorizadas y un archivo digital (Anexo 2) donde se encuentra codificado el material

La matriz de resultados que facilitó la sistematización del material recolectado. Esta matriz se diseñó con el fin de identificar las formas de hacer comunicación, leerlas y describirlas desde las prácticas comunicativas propuestas en el marco teórico y para un posterior análisis desde el enfoque de comunicación para el cambio social.

Como fuente principal de esta investigación se trabajó con integrantes del sindicato UTRATICS de Colombia, quienes son trabajadores y trabajadoras del sector de las telecomunicaciones, más exactamente de empresas como Claro y Atento, sin desconocer que este sindicato tiene afiliados y afiliadas de otras empresas de este sector.

Se tuvo un criterio para seleccionar a las personas entrevistadas, y es que se encontraran inmersos en los procesos de comunicación que realizara el sindicato, o que dependiera de ellos para que se diera dicho proceso.

### **6.4 Proceso metodológico**

Para esta investigación, cabe resaltar que el motivo principal que me llevó a interesarme por este tema fue ver la manera en que el sindicato realizaba sus comunicaciones y las implicaciones que

esto tenía con sus afiliados, organizaciones nacionales e internacionales, gobierno y el fortalecimiento sindical.

Desde el 2021 hasta el 2023 me desempeñé como comunicadora social y periodista de la Federación Sindical UNI Américas en Colombia, creando y ejecutando campañas en pro a los Derechos Humanos y laborales de las y los trabajadores de varios sectores. Durante ese tiempo, tuve la oportunidad de realizar una de las campañas que UNI Américas tenía para el sector de las telecomunicaciones en Colombia, más exactamente con UTRATICS y sus afiliados de Teleperformance, que para esa época estaban sufriendo violaciones a sus derechos laborales, sin garantías sindicales y despidos masivos.

Se realizó una campaña desde dos ejes, la primera teniendo organizadores sindicales que serían los encargados de afiliar a las y los trabajadores que se estaban viendo afectados y la segunda desde las comunicaciones, campaña realizada por un profesional, pero que no se ejecutó por acuerdos entre el UTRATICS, UNI Américas y Teleperformance.

Para esta investigación, en un primero momento se pensó en trabajar con la población joven del sindicato UTRATICS, pero se determinó en no sesgar la población afiliada, ya que para el sindicato no es clara su línea de base y no solo tiene afiliados de la empresa Teleperformance, sino también de Claro y Atento.

Este trabajo de investigación se enfoca en identificar las prácticas comunicativas del sindicato UTRATICS en Colombia y analizarlas desde el enfoque de comunicación para el cambio social. Pero también en conocer cómo y quienes gestionar la comunicación en el sindicato e identificar capacidades y limitaciones.

Así que se pensó en el planteamiento del problema partiendo de esos acercamientos que ya se habían tenido con el sindicato. Luego se definieron los objetivos, y más adelante un estado del arte en donde se evidencia la búsqueda de información sobre las temáticas relacionadas a sindicatos de telecomunicaciones, la precarización laboral, las y los trabajadores y prácticas comunicativas dentro de sindicatos.

En el marco teórico se definen las tres categorías de la investigación que son: Sindicalismo, Conflicto Laboral y Prácticas Comunicativas; estas últimas descritas por Jair Vega y Eliana Herrera como prácticas comunicativas legitimadoras, de resistencia y de proyecto, que son las que se tendrán en cuenta para codificar los hallazgos.

Se recolectaron 210 productos de comunicación, los cuales se encuentran descritos y categorizados en una matriz de resultados, donde se pueden identificar si pertenecen a prácticas comunicativas legitimadoras, de resistencia o de proyecto; (Anexo 3), cuatro entrevistas a miembros de la Junta Directiva Nacional, miembros de la subdirectiva de Bogotá y exmiembros fundadores del sindicato, con sus respectivas transcripciones.

Se realizó una recolección de diferentes productos de comunicación, que se obtuvieron de las observaciones realizadas, actividades donde años atrás se había realizado acompañamiento, material proporcionado por el sindicato y material publicado en Redes Sociales.

Se presentan los principales hallazgos y resultados de la investigación, mediante el proceso de análisis e interpretación. Para la lectura de resultados también se tendrán en cuenta apartados literales de las entrevistas realizadas.

Las prácticas comunicativas analizadas fueron realizadas por UTRATICS en el periodo comprendido entre abril de 2018 a enero de 2024, ya que es donde se evidenció que tomaron más fuerza los procesos asociados a la comunicación para el cambio social.

## **7. RESULTADOS:**

Los hallazgos encontrados corresponden a los procesos y productos de comunicación que ha desarrollado el sindicato, como se han fortalecido y las prácticas comunicativas que han construido durante el periodo analizado.

Estos hallazgos se lograron a partir del análisis de las entrevistas realizadas, las actividades observadas, material recolectado y publicaciones de redes sociales, para posterior a eso, codificar en la matriz de resultados, a través de la categorización proponen Herrera y Vega, frente a los tipos de prácticas comunicativas.

Esta tipología permite comprender la dinámica de la comunicación en los procesos o movimientos sociales, una nueva lectura, esta vez desde Bourdieu, nos permite comprender la forma como estas prácticas comunicativas representan lógicas en la disputa del poder al interior de los campos en los cuales los actores que las desarrollan se desenvuelven, la estructura de éstos campos son estados de relación de fuerzas entre los agentes que intervienen en la lucha o, distribución del capital allí acumulado. (Herrera y Vega, 2014, p. 288).

Es por esto, que la matriz de resultados se construye desde varios elementos que permiten comprender la forma en que fueron realizados estos productos de comunicación. A partir del tipo de

producto, su contexto y descripción, permitió categorizar dichos productos en prácticas comunicativas legitimadoras, de resistencia o de proyecto.

Es importante destacar la relación que existe entre los resultados y las categorías que están consignadas en el marco teórico. Desde hace muchos años, el sindicalismo ha sido muy importante dentro de la movilización social, ya que durante un tiempo logró ser uno de los actores sociales más visibles. Y esto por diferentes elementos negativos que dieron paso a que se reconocieran los conflictos laborales desde lo individual y lo colectivo, como la desregulación en el mundo del trabajo, la informalización y la tercerización.

Como consecuencia de esto, en el caso de puntal del sindicato UTRATICS, encontró en la realización de los productos de comunicación una posibilidad de visibilizar esos conflictos laborales, pero también encontrando posibles soluciones que proporciona el sindicalismo.

Estos productos de comunicación que fueron creados por integrantes de UTRATICS, logran categorizarse entre prácticas comunicativas legitimadoras, de resistencia y de proyecto. Ya que se puede evidenciar la capacidad organizativa, la manera en que realizan sus procesos de comunicación y las capacidades y limitaciones que han tenido durante el proceso.

Aquí es donde toma relevancia el analizar las prácticas comunicativas desde el enfoque de comunicación para el cambio social, porque como parte del movimiento social se evidenció que realmente logran desarrollar una experiencia comunicativa, que logra legitimar la posición y los objetivos trazados en su plan estratégico.

Partiendo de dichos hallazgos, se propone y considera que este capítulo se divida en tres partes, las cuales son:

Una primera parte titulada *UTRATICIS y su proceso en comunicación*, en la que se identifican y explican las formas de hacer comunicación del sindicato, su funcionamiento y manejo. También la

importancia que toman las acciones comunicativas para su fortalecimiento como movimiento sindical, el reconocimiento de las falencias, limitaciones y quienes gestionan dicho proceso.

Una segunda parte titulada *productos de comunicación*, donde se explica los productos encontrados y los cuales han sido creados por los dirigentes sindicales de UTRATICS, la manera en que han sido producidos y la difusión que realizan a cada uno de estos, y como a su vez logran fortalecer la acción colectiva.

Una tercera y última parte titulada *construcción y tipo de prácticas comunicativas*, donde se identifican, conocen y describen las prácticas comunicativas que tiene el sindicato, para ser posteriormente analizadas desde el enfoque de comunicación para el cambio social. Para este apartado se utilizarán imágenes que corresponden a algunos de los productos de comunicación, que ejemplifican dichas prácticas comunicativas.

### **7.1 UTRATICS y su proceso en comunicación**

El sindicato de Unión de Trabajadores y Trabajadoras de Claro y de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones- UTRATICS, con más de 15 años de existencia y que con el tiempo ha ido evolucionando, ya que pasó de ser un sindicato de empresa a uno de industria. Durante todo este tiempo ha venido desarrollando diferentes prácticas comunicativas, pero de manera constante desde el año 2018.

Es importante resaltar que para el sindicato los procesos de comunicación se han vuelto relevantes, pero no cuentan con lineamientos que permitan que esas acciones que se emprenden siempre tengan el resultado que el sindicato espera.

Por ejemplo, se identificó que dentro de la Junta Directiva Nacional y subdirectivas existe el cargo de la secretaria de prensa y comunicaciones, quien por estatutos es el encargado de implementar la política de comunicaciones de UTRATICS, definida en el plan estratégico; en el que se tiene contemplado diseñar propuestas publicitarias para la difusión del material, visibilizar las acciones colectivas que realiza el sindicato a través de las comunicaciones y mantener los canales de comunicación actualizados.

Pero dentro del ejercicio real que realiza el sindicato frente al tema de las comunicaciones, se logró evidenciar que él o la dirigente que ocupa este cargo no ejerce las funciones de gestionar dichas comunicaciones, sino que la responsabilidad recae en el presidente de la organización, y personas que él delegue.

En el caso de las subdirectivas sucede lo mismo, este cargo lo termina asumiendo el presidente, lo que propicia que algunas veces la comunicación quede relegada o sin gestionarse.

Desde hace unos meses, como lo menciona en la entrevista realizada al presidente de UTRATICS, Diego Velasco, el cargo de la secretaria de prensa y comunicaciones no está siendo ocupado, ya que la persona renunció y quien trata de cubrir este puesto es la secretaria general de la Junta Directiva Nacional.

“En este momento está a cargo de la Secretaría General que es la que básicamente alimenta o genera la distribución de la información previamente socializada dentro con los miembros de la Junta Directiva. Básicamente tiene que ser un nivel de estructura de comunicación frente al desarrollo de la actividad sindical y lo que consigue la organización sindical” (Entrevista presidente UTRATICS, Diego Velasco).

Situación que dificulta que la realización de los procesos y los productos de comunicación sean constantes y se pueda medir el impacto que logran tener.

También se logró evidenciar, a comparación de otros años, que la producción, divulgación de material y gestión de redes sociales haya disminuido considerablemente, sobre todo en el último año.

Cabe resaltar que UTRATICS ha manifestado que es de suma importancia el gestionar de manera adecuada sus comunicaciones. Ya que, mediante estos procesos, buscan y pueden contrarrestar los discursos hegemónicos y antisindicalistas que tienen las empresas donde están sus afiliados que son Claro, Atento y Teleperformance.

Es por esto, que el sindicato afirma que estas empresas tienen una ventaja en cuanto a las comunicaciones frente a ellos, y es porque estas multinacionales si cuentan con procesos de comunicaciones internas y externas más organizadas, que son gestionadas por profesionales y que logran tener mayor impacto entre las y los trabajadores sindicalizados y no sindicalizados. Como lo narra Ángela Velasco, secretaria general del sindicato.

“La empresa siempre va cinco pasos más adelante. Entonces las empresas tienen todas las herramientas, todos los procesos para poder comunicar, Intranet, Instagram, para

poder informar lo que a ellos les sirve, pero como sindicato tenemos también que estar ahí, tenemos que estar ahí o mucho más para también poder informar, para poder mantener comunicados a los afiliados, para que no se dejen malinformar, entonces creo que tenemos que estar al pie también, así como las empresas avanzan en las comunicaciones, nosotros también. Nos falta mucho, pero pues la idea es mejorar todas las falencias que tenemos en ese aspecto que para mí es el más importante" (Entrevista secretaria general UTRATICS, Ángela Velasco).

Los dirigentes sindicales entrevistados, identifican que aparte de tener una persona que ocupe y ejerza el cargo de secretario de prensa y comunicaciones, también tienen la tarea de crear sinergia con los demás secretarios de comunicaciones de las subdirectivas que existen actualmente. Pues manifiestan que no se gestiona la información que se genera desde las subdirectivas, bien sea por temas de tiempo, de permisos sindicales, porque no hay quien organice la información y haga los productos de comunicación o porque no hay un puente claro entre las subdirectivas y la Junta Directiva Nacional.

María Fernanda López, presidenta de la subdirectiva de Bogotá, afirma que, frente a las comunicaciones, es la Junta Directiva Nacional quien lleva la batuta, pero no hay lineamientos claros de cómo deben de funcionar, gestionar y difundir

“Ellos son los que quieren dar los lineamientos de los temas que los den, sí. Pero si queremos, o sea, yo creo que es un clamor de todos que queremos que esa página se mueva más, o sea, por lo menos una página de esas, uno ve que debería tener el movimiento de tres o cuatro publicaciones al día con temas de importancia, sobre todo porque a nosotros nos sigue no sólo gente de Claro, sino extrabajadores o seguidores de

otros sindicatos, líderes de otros sindicatos”. (Entrevista presidenta subdirectiva Bogotá UTRATICS, María Fernanda López).

Aunque la situación en esta subdirectiva no es muy diferente a la de la directiva nacional. Ya que como se mencionaba con anterioridad, también cuentan con una secretaria de prensa y comunicaciones, pero no desempeña las funciones de este cargo.

Yuli Higuera, ex presidenta de UTRATICS, y quien hace más de 15 años decidió incorporar las comunicaciones en el proceso de fortalecimiento y crecimiento sindical. Afirma que para mantener activas las comunicaciones del sindicato durante este tiempo fue complicado por la falta de compromiso de los dirigentes y afiliados, ya que

“movilizarlos no es tan fácil y digamos que el sindicato en ese sentido sí ha sido como muy permisivo frente a ese tipo de cosas. No, siempre ha tocado empujarlo. Se ha podido trabajar, pero hay que empujarlos mucho” (Entrevista ex presidenta de UTRATICS, Yuli Higuera).

A pesar de que el sindicato reconoce que la comunicación no es constante y que hay falencias. También reconoce que es un proceso muy importante dentro de su papel como parte del movimiento social, y que a pesar de que no sea constante, rescatan que si existe y lo relevante que se vuelve sobre todo por las y los trabajadores que representan.

También tienen la convicción de que a través de la comunicación y de los canales digitales que usan, pueden llegar de manera más rápida y tal vez menos costosa para el sindicato, como con el uso

adecuado de sus redes sociales. Ya que el realizar actividades presenciales, como el voz a voz, impresión de volantes y pendones, implica asumir costos de traslado, materiales y logística.

A parte de las falencias que mencionan, también reconocen ciertas limitaciones que se han vuelto parte importante y que se piensan tener en cuenta para la construcción de su próximo plan estratégico. Esto desde la mirada de una integrante de la Junta Directiva Nacional

“Yo pienso que la limitación es que nunca se ha delegado muy bien las funciones y capacitaciones. Necesitamos capacitar de que cada secretario de las comunicaciones realmente desarrolle su rol, de que empiecen a funcionar como tal y poder unificar. Que todos estemos alineados y capacitados.

Hacer un plan, un proyecto así sea de un año y que todos estemos alineados, entonces falta eso, falta organización y falta capacitación y hacer velar de que todos cumplamos las funciones realmente como debe ser” (Entrevista secretaria general UTRATICS, Ángela Velasco).

Aunque desde la subdirectiva de Bogotá el panorama no es diferente, ya que siendo esta la subdirectiva más grande que tiene el sindicato siente que no hay una comunicación acertada con la Junta Directiva Nacional, y que muchos de los productos de comunicación que se generan desde esta subdirectiva no llegan a publicarse en los canales de comunicación oficiales que tiene el sindicato, sino que solo se realiza la difusión a través de WhatsApp para los afiliados de Bogotá.

También reconocen como una limitante que dentro de la subdirectiva hay dirigentes que trabajan para la empresa Claro y otros para la empresa Teleperformance, así que manifiestan que realmente no se

conoce la información ni las problemáticas que existen en las dos empresas, ya que cada dirigente se sesga a entender y trabajar en las situaciones que ocurren en la empresa para la que labora.

En esta subdirectiva, su secretaria de prensa y comunicaciones trabaja para la empresa Teleperformance, pero dentro de las entrevistas realizadas, se afirma que quien termina cumpliendo este rol y funciones es la presidenta.

“Yo soy partidaria de que todos participamos, que lo hagamos en equipo, pero a veces como para practicidad, mientras le digo y le doy las directrices, le digo lo que quiero, ya lo habría hecho yo” (Entrevista presidenta subdirectiva Bogotá UTRATICS, María Fernanda López).

Otro elemento importante son las redes sociales del sindicato, han tomado un papel relevante dentro del proceso organizativo, ya que es un canal de comunicación donde tratan de que la información sea constante.

La mayoría de las prácticas comunicativas, se publican a través de las redes sociales del sindicato, con la convicción de que llegará a más gente. Diego Velasco, presidente de UTRATICS dice que para el sindicato “se vuelve trascendentalmente el uso de las redes sociales que es donde se puede enfocar campañas de afiliación a determinadas zonas del país” (Entrevista presidente UTRATICS, Diego Velasco).

UTRATICS ha trasladado muchas de las acciones colectivas tradiciones a las redes sociales, a pesar de que la mayoría de los dirigentes sindicales no tienen el conocimiento de

cómo realizar la gestión de dichas redes, y que tampoco se tenga en cuenta el tipo de público a quien va dirigido el mensaje.

Como se ha mencionado con anterioridad, UTRATICS tiene trabajadoras y trabajadores sindicalizados de las empresas Claro, Atento y Teleperformance. Así que se pudo evidenciar que la mayoría de contenido que es publicado en redes sociales es sobre incidencia política e información relevante para los afiliados de la empresa Claro. Lo que crea un sesgo entre los afiliados de las otras empresas que no sienten identificación, porque en la mayoría de las veces no se exponen las problemáticas de Atento y Teleperformance.

Lo que se pudo evidenciar frente a esta situación es que subdirectivas o seccionales crearon perfiles personales y privados, con los nombres de dichas subdirectivas. En el caso de la subdirectiva Bucaramanga crearon una página de Facebook, ya que, en esta ciudad, su área metropolitana y municipios aledaños es donde están la mayor cantidad de afiliados de la empresa Atento. Aquí se pudo evidenciar que no son frecuentes sus publicaciones, pero las pocas que se realizan son para las y los trabajadores sindicalizados de esta empresa.

En cuanto al contenido que generan para las y los trabajadores afiliados que tienen en Teleperformance, a la fecha era mínimo y solo hacía referencia a campañas de afiliación. Aunque en su momento existieron denuncias graves a la vulneración de derechos laborales, se hicieron públicas, pero después de la firma del acuerdo global el ritmo de generar información para las y los trabajadores de Teleperformance disminuyó considerablemente.

Aun así, el sindicato sigue produciendo y reproduciendo sus prácticas comunicativas como una herramienta de crecimiento y fortalecimiento sindical, que les permita no solo tener más afiliaciones, sino crear reconocimiento y recordación en las empresas que tienen presencia. Sin desconocer que visionan la posibilidad de crear estrategias de comunicación que logren evidenciar su trabajo, y con las que puedan llegar a hacer a realizar negociaciones colectivas no solo por empresa, sino por rama.

## **7.2 Productos de comunicación**

UTRATICS ha creado y desarrollado varios productos de comunicación que responden a las actividades que se realizan dentro del ejercicio sindical. Cabe aclarar que la mayoría de estos productos han sido producidos por miembros del sindicato de manera empírica, algunos otros han contado con el apoyo de un profesional externo, o profesionales en comunicaciones de UNI Américas, federación sindical a la que UTRATICS es afiliado.

A estos productos de comunicación se les realiza difusión por los canales oficiales de comunicación del sindicato. Algunos se publican en las redes sociales, otros por la página web y otros se divulgan solo por grupos de WhatsApp dependiendo de la ciudad o la empresa a la que las y los trabajadores pertenezcan.

### **Figura 1**

*Productos de comunicación de UTRATICS*

## PRODUCTOS DE COMUNICACIÓN UTRATICS

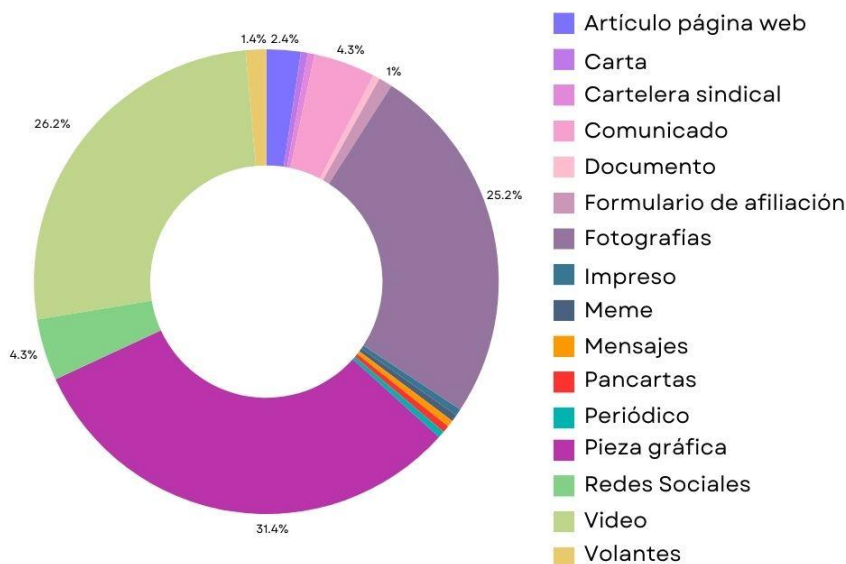


Figura 1. Productos de comunicación que se identificaron que realizó el sindicato UTRATICS entre abril de 2018 a enero de 2024. Fuente: construcción propia.

Dentro de estos productos de comunicación se encontraron: videos, fotografías, periódicos, piezas gráficas, pancartas, transmisiones en vivo, comunicados, artículos y volantes.

Para la realización de estos productos, algunos dirigentes sindicales han adquirido conocimientos de manera empírica en el manejo herramientas de diseño básico como Canva, para la producción de volantes, afiches y piezas gráficas, y CapCut para la edición de videos.

Ángela Velasco, secretaria general del sindicato habló de cómo han podido afianzar esas capacidades para la creación de los productos de comunicación.

“Nos hemos encargado de hacer los volantes, de editarlos, de publicarlos, con Canva pues me ayudó mucho para los videos y también ahí se pueden hacer afiches y volantes de acuerdo con lo que se quiera, si es una invitación a una asamblea, si es para poner en cartelera los comunicados que ponemos o en el Facebook. A nivel nacional, sí, en algunas ocasiones, de pronto Diego o yo, o pues casi siempre nos ayuda la UNI para editar los videos y todo eso” (Entrevista secretaria general UTRATICS, Ángela Velasco).

Aunque desde las entrevistas y charlas informales, se logró identificar que para el sindicato, y sobre todo para los dirigentes que en algún momento han estado inmersos en la creación de los productos de comunicación, han contemplado la posibilidad de participar en capacitaciones que les permita adquirir conocimientos en procesos de comunicación y así mejorar la calidad de los productos, poderlos articular de mejor manera con las acciones tradicionales y así lograr mayor alcance entre las y los trabajadores del sector de las telecomunicaciones.

También afirman que la poca interacción que hay con las subdirectivas, dificulta que la creación de los productos de comunicación, ya que solamente debería realizar esta labor la persona que ocupa el cargo de la secretaria de prensa y comunicaciones. Aunque durante las observaciones de actividades, se pudo evidenciar que, para la recolección y producción de material, no siempre está a cargo de la persona designada, sino que en algunas ocasiones la realizan otros integrantes del sindicato o hasta trabajadoras directas de la organización.

Lo mismo sucede con la página web, que es actualizada con noticias o comunicados, pero aun así casi no es usada, porque no se cuenta con el conocimiento para poder hacerlo de manera más recurrente y tampoco se realizan capacitaciones sobre esto, lo que facilitaría el manejo del sitio web.

Dentro de las entrevistas, Yuli Higuera ex presidenta de UTRATICS, si menciona que en algún momento el proceso de comunicaciones tomó tanta relevancia que para crear estos productos de comunicación se realizaban diferentes acciones que facilitaban el proceso

“Cuando yo estaba, nosotros hacíamos reunión de junta directiva todos los meses y había un punto dentro de la reunión de junta directiva del tema de comunicaciones. Como te digo, pues había un cronograma frente a las acciones y demás que se hacían. Entonces había mucha campaña de afiliación, el informar dónde estaba el sindicato, dónde estaban afiliando, el volante, las reuniones que se hacían los mismos trabajadores, las asambleas, todo eso. Entonces, en esa reunión se decía de qué se iba a hablar y ya las imágenes y demás se mandaban por el grupo de WhatsApp” (Entrevista ex presidenta de UTRATICS, Yuli Higuera).

Para ese momento se manejaban bloques de información, donde había imágenes de denuncias, informativas, noticias, beneficios de convención colectiva, talleres, consultorio jurídico, crónicas de trabajadores, afiliación en línea y actividades sindicales.

### **7.3 Prácticas comunicativas**

Se puede evidenciar que las 210 unidades de análisis se leen y codifican dentro de los tres tipos de prácticas comunicativas (legitimadoras, de resistencia y de proyecto), ya que los mensajes creados por UTRATICS tienen un alto nivel de incidencia e impacto dentro de las y los afiliados al sindicato, los cuales tienen un objetivo transformador desde las acciones colectivas, y también donde se tiene en cuenta el contexto social, político y cultural de las dinámicas sindicales.

Las prácticas comunicativas construidas por UTRATICS, desde las tradicionales hasta las que se ven atravesadas por lo digital, han permitido establecer relaciones con varios actores que se involucran constantemente con el sindicato, y que a su vez les ha permitido construir una identidad en los espacios de participación.

**Figura 2**

*Prácticas comunicativas del sindicato UTRATICS*



Figura 2. Prácticas comunicativas del sindicato UTRATICS entre abril de 2018 a enero de 2024. Fuente:

construcción propia.

Dentro de los hallazgos, se pudo identificar que, de las 210 unidades de análisis, 112 corresponden a prácticas de resistencia, es decir el 53.3%; 98 a prácticas de proyecto que se traducen al 46.7% y ninguna de prácticas legitimadoras.

### **7.3.1 Prácticas comunicativas legitimadoras**

Definidas desde el texto Vega y Herrera, estas prácticas comunicativas “reproducen, validan y legitiman la institucionalidad y en este caso reproducen la lógica como se opera desde la perspectiva dominante de la comunicación” (Herrera y Vega, 2014, p. 288).

Se ha podido identificar que, dentro de la caracterización realizada de los productos de comunicación, no se encontraron prácticas comunicativas legitimadoras, ya que, en los mensajes emitidos por el sindicato, ninguno va en apoyo a las empresas, patrones o medios de comunicación tradicionales.

Las prácticas comunicativas legitimadoras se caracterizan porque institucionalizan los discursos y dejan de lado el contenido ideológico que se puede llegar a desarrollar, y es todo lo contrario que ocurre con UTRATICS, ya que sus prácticas comunicativas van orientadas a reivindicar los derechos laborales de las y los trabajadores del sector de las telecomunicaciones.

Para el caso de UTRATICS, no se logró evidenciar que por parte de las empresas exista apoyo o patrocinio a las acciones colectivas del sindicato, lo que podría propiciar que esos discursos hegemónicos se pudieran reproducir y hasta validar desde la organización sindical. Es más, desde la creación del sindicato, ha sido muy clara la postura tanto de las empresas en reforzar un discurso que,

valida las conductas antisindicales, como de UTRATICS de fomentar la libertad de asociación sindical, respeto y dignificación por los derechos laborales.

La manera en que UTRATICS contrarresta los discursos empresariales es a partir de procesos de formación y capacitaciones en temas de sindicalismo, el voz a voz y la entrega de volantes.

En los procesos de afiliación se logró evidenciar que quienes reproducen los discursos de las empresas, son los trabajadores no sindicalizados, con afirmaciones como que los sindicatos acaban empresas o que no se afilian por miedo a ser despedidos. En este sentido, UTRATICS reafirma su postura y discurso de salvaguardar las garantías y derechos de los trabajadores.

Si se hubieran encontrado prácticas comunicativas legitimadoras dentro de UTRATICS, podría considerarse y catalogarse como un sindicato patronal, que son aquellos que buscan y tienen la obligación de proteger los intereses de la empresa con relación a otros sindicatos existentes dentro de la misma organización. Pero se evidencia de que no es el caso de UTRATICS, ya que se definen y actúan como una organización sindical autónoma que tiene como objetivo mejorar la calidad de vida y condiciones de los trabajadores, la unidad sindical y el ejercicio de libertades políticas de las y los trabajadores del sector de las telecomunicaciones en Colombia.

### ***7.3.2 Prácticas comunicativas de resistencia***

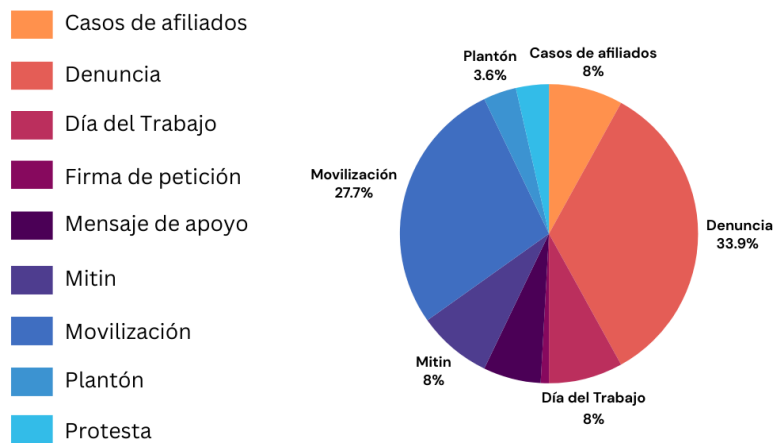
Las prácticas comunicativas de resistencia son “las cuales se construyen contradiscursos a los hegemónicos que generalmente circulan en los medios comerciales (Herrera y Vega, 2014, p. 288).

En la identificación de las prácticas comunicativas de resistencia, se pudo evidenciar que estos productos fueron creados desde aquellas acciones colectivas que emprende el sindicato con la perspectiva de informar y proponer discursos que sean dominantes dentro de las y los trabajadores, la ciudadanía y sobre todo que sean lo opuesto a los de la empresa.

**Figura 3.**

Prácticas comunicativas de resistencia de UTRATICS

**PRÁCTICAS COMUNICATIVAS DE RESISTENCIA UTRATICS**



112 unidades de análisis que corresponden al 100% de las prácticas comunicativas de resistencia

Figura 3. Prácticas comunicativas de resistencia del sindicato UTRATICS entre abril de 2018 a enero de 2024. Fuente: construcción propia.

En el análisis realizado, se encontraron 112 unidades que corresponden al 100% de las prácticas comunicativas de resistencia. De las cuales nueve son de casos de afiliados. Aquí se encuentran las

historias de las y los trabajadores donde la empresa ha vulnerado sus derechos, o en caso contrario, los logros que he tenido UTRATICS en la defensa de estos derechos y corresponden al 8% del total de estas prácticas.

De denuncias se encontraron 38 unidades y corresponden al 33.9% del total de las prácticas comunicativas de resistencia. Aquí se encuentran las declaraciones que realiza el sindicato de manera formal sobre las malas prácticas laborales, cambios abruptos en los modelos de cumplimiento, despidos masivos, cambios en los contratos laborales, falta de garantías en el debido proceso y pactos colectivos.

También se identificaron acciones colectivas como: movilizaciones con el 27.7%, mítines con el 8%, plantones y protestas con el 3.6% cada uno. Esto demuestra lo relevante que es para UTRATICS estas acciones, ya que se vuelve parte esencial y estratégica del sindicato para presionar a las empresas y así lograr cambios en el orden laboral o también para apoyar otro tipo de causas colectivas como los paros nacionales de los últimos años en Colombia.

Existe una fecha muy importante para UTRATICS y es un hito su participación. El primero de mayo, día internacional del trabajo, ya que se convierte en un espacio propicio para manifestarse en contra de la vulneración y violación de sus derechos laborales. También crean acciones que ayudan a reivindicar esos derechos que los trabajadores han ido perdiendo. De este día, se encontraron nueve unidades de análisis que corresponde al 8% de las prácticas comunicativas de resistencia.

Los mensajes de apoyo también tienen un papel fundamental dentro de las prácticas comunicativas de resistencia que ha desarrollado UTRATICS. Se encontraron siete unidades, que corresponden al 6.3% del total de estas prácticas. Estos mensajes de apoyo tanto nacionales o

internacionales, de otras organizaciones sindicales o de gobierno, logran reafirmar un respaldo a su discurso de defensa de los derechos laborales.

También se identificó que a partir de estas prácticas comunicativas se crearon productos entre las que hay piezas gráficas, vídeos, pancartas, comunicados, fotografías y mensajes.

Para entender como UTRATICS desarrolla las prácticas comunicativas de resistencia, es importante lo que proponen Vega, cuando afirman las prácticas comunicativas de resistencia

“están orientadas a crear sujetos críticos que sean actores participativos de transformaciones desde lo local. Los procesos de comunicación se conciben como horizontales y de doble vía, de tal forma que se pueda involucrar a los distintos sujetos”.  
(Vega, 2010, p. 228)

De acuerdo con lo anterior, hay que tener en cuenta los discursos que priman dentro de las empresas en las que existen sindicatos, ya que en su mayoría no están de acuerdo con la creación de las organizaciones sindicales. Es por esto, que los sindicatos buscan la manera de ser opuestos a esos discursos y encuentran dentro de la comunicación la posibilidad de crear contenidos que logren visibilidad. Mediante los procesos participativos y los canales que tiene UTRATICS han logrado consolidar sus acciones colectivas, productos de comunicación y gestión de redes sociales.

La postura crítica que ha adoptado UTRATICS ha sido en pro al crecimiento, fortalecimiento de la organización sindical y la defensa continua de los derechos laborales. Y esto lo han logrado desde varias

líneas de trabajo y generando capacidades desde lo comunicativo con el objetivo de consolidar sus intereses como parte del movimiento social.

Estas prácticas comunicativas de resistencia son las que más se reproducen dentro de la dinámica de UTRATICS y en las que sus dirigentes sindicales hacen más énfasis en esa relación que existe entre comunicación y movimientos social, y que es importante destacar. Como lo reconoce Diego Velasco, presidente de UTRATICS

“Podemos masificar la información y que llegue exclusivamente a ese tipo de trabajador porque nosotros podemos dar a conocer una información a través de redes sociales, pero puede que no llegue a los trabajadores” (Entrevista presidente UTRATICS, Diego Velasco).

Esto se vuelve clave dentro del proceso de comunicación de UTRATICS, porque para el sindicato la participación es un elemento importante, pero a la vez el no tener claro cómo debería de ser gestionada y visibilizada esa participación, muchos de los productos de comunicación que realizan no tienen el impacto que espera el sindicato.

Se evidenció en las entrevistas realizadas que UTRATICS insiste en generar su contenido de manera más rápida y con participación de varios integrantes del sindicato y de aliados dentro del proceso de movilización.

“Acá los procesos se pueden ver, inclusive, cambiantes de manera frecuente por la rotación de la gente. La mayoría, hay empresas que rotan mucho la gente. Sostener una

organización sindical en el tiempo o en relación con personas es muy difícil. Y lo que tienen las organizaciones sindicales es que es un aspecto democrático. Las personas que llegan a la organización sindical pueden tener bastante conocimiento, como no pueden tenerlo” (Entrevista presidente UTRATICS, Diego Velasco).

Afirman que a veces es difícil mantener la participación constante de los actores, sobre todo de los trabajadores por la poca estabilidad laboral que existe en las empresas.

Quienes ocupan el cargo de la secretaria de prensa y comunicaciones, tienen fuero sindical. Así que para el sindicato es más práctico que los procesos y las acciones en comunicación sean lideradas por este secretario o en su mayoría de veces, el proceso sea liderado por el presidente de la Junta Directiva Nacional o los presidentes de las subdirectivas, por temas de tiempos, facilidad de permisos y comunicación con los demás dirigentes sindicales.

UTRATICS desde su papel como movimiento social y organización sindical, busca mejorar las condiciones de las y los trabajadores del sector de las telecomunicaciones. Por eso buscan las formas de visibilizar sus acciones colectivas, y esto lo hacen a través de las prácticas comunicativas de resistencia con la creación de productos de las actividades que realizan.

Afirman los dirigentes del sindicato que estas prácticas comunicativas de resistencia son cambiantes dependiendo de la empresa donde estén los afiliados. Cabe recordar que estas empresas son Claro, Atento y Teleperformance.

Ángela Velasco, secretaria general de la Junta Directiva Nacional, narró el proceso de cómo se manejan este tipo de prácticas en la ciudad de Bucaramanga, con las y los trabajadores de Atento.

“Nosotros en Atento tenemos la facilidad de que son 3.500 personas y todos estamos en una manzana que es un edificio enorme en donde podemos tener estrategia de comunicación voz a voz, que es lo primero. Después de voz a voz, pues empezamos los contactos, creamos grupos de WhatsApp, usamos también el Facebook, el Twitter, redes sociales, hacemos comunicados, también hacemos estrategia de volanteo”  
(Entrevista secretaria general UTRATICS, Ángela Velasco).

Los productos de comunicación que corresponden a prácticas comunicativas de resistencia se han desarrollado en el contexto de protestas, marchas, denuncias, movilizaciones, mítines, campañas de afiliación y plantones.

Dentro del material recopilado existen registros fotográficos que corresponden a protestas en contra de la empresa Claro por situaciones como: conductas antisindicales, violaciones al debido proceso, presiones para firmar “otro si” en los contratos por temas de nivelación salarial y presión por metas en las ventas.

**Figura 4.**

*Registro fotográfico protesta UTRATICS*



Figura 4. Fotografía de las protestas contra Claro en varias ciudades donde tiene presencia el sindicato. Abril de 2018. Fuente: Archivo de UTRATICS

Para este momento puntual las y los trabajadores sindicalizados organizaron el despliegue desde varias ciudades para protestar en contra de la empresa Claro. Para lograr esta acción colectiva, realizan la convocatoria en cada una de las ciudades donde el sindicato tiene presencia, preparan pancartas y el desplazamiento de los actores que participan y se manifiestan en contra de las diferencias que se tienen con la empresa.

Existen registros fotográficos que corresponden a convocatorias de movilización, con las que buscaban manifestarse en contra de los despidos masivos y cambios laborales que estaban pasando en esos momentos puntales dentro de la empresa Claro Colombia.

UTRATICS participó de varios momentos importantes para el país en materia política y de movilización, que fueron los paros nacionales de abril y noviembre de 2019; enero, octubre

y noviembre de 2020; abril y mayo de 2021. A esto se le suman cada primero de mayo, día internacional del trabajo. También hitos importantes como apoyo al Convenio 190, el cual pretende erradicar el acoso y la violencia en los lugares de trabajo, y rechazo a Proyectos de Ley que atentan con la estabilidad laboral de las y los trabajadoras en Colombia.

**Figura 5.**

Registro fotográfico movilización UTRATICS



Figura 5. Fotografía de las movilizaciones en contra de la empresa Claro en varias ciudades donde tiene presencia el sindicato. Abril de 2018. Fuente: Archivo de UTRATICS

**Figura 6**

Registro fotográfico movilización UTRATICS



Figura 6. Fotografía presencia de UTRATICS en la Jornadas de movilización 12 de mayo de 2021- Paro Nacional. Fuente: archivo personal - María Camila Sánchez Delgado

Se han podido identificar las denuncias como otra práctica comunicativa de resistencia. Se encontró que, para visibilizar estas denuncias, se realizaron productos como: comunicados, en vivos en redes sociales y en su gran mayoría vídeos y piezas gráficas.

Las denuncias constituyen una parte muy importante de las prácticas comunicativas de resistencia, ya que, a través de estas, pueden posicionar las voces tanto de trabajadores, como de los dirigentes sindicales, lo que posibilita que se pueda tener acceso a la información para tener espacios de participación y movilización, tanto como sujetos y también como organización sindical. De esta manera logran que los mensajes puedan potenciar sus procesos de comunicación.

**Figura 7.**

Pieza gráfica



Figura 7. Pieza gráfica de denuncia por sobrecarga laboral que tienen los trabajadores de Claro y el poco tiempo que tienen para compartir con sus familias. Fuente: Redes Sociales UTRATICS

También se logró evidenciar que, durante una época, la producción de las denuncias en diferentes formatos fue constante y constituyó un producto que generó reacciones de solidaridad individual y colectiva, lo que propició que más trabajadores se motivaran a denunciar sobre las malas prácticas laborales que tiene la empresa Claro en Colombia.

“Teníamos crónicas de los trabajadores de Claro, que también era un espacio de vídeos que se sacaba cada 15 días, cada semana, dependiendo cómo estuviera el tema, y ya era la denuncia de trabajadores que eran despedidos, que tenían algún tipo de problema y demás”. (Entrevista ex presidenta de UTRATICS, Yuli Higuera).

Un caso puntal de las prácticas comunicativas de resistencia que genera el sindicato, que creó mucha recordación entre los integrantes de UTRATICS y que tuvo las reacciones, apoyo y respuestas que esperaban, fue el mensaje enviado por el sindicato a una campaña creada por la empresa Claro, que se asemejaba a el “juego del calamar” con el que buscaban crear una presión en los trabajadores, para que realizaran su labor bajo presión y si no el trabajador podría ser “eliminado”, es decir que podrían despedirlo.

La respuesta que tuvo UTRATICS en una primera instancia fue comunicarse con la empresa Claro y solicitar que no se siguiera difundiendo el vídeo y que lo eliminaran. A la negativa de acceder a la petición del sindicato, la empresa Claro hizo caso omiso. Para ese momento UTRATICS decide difundir un vídeo denuncia sobre la situación, enviarlo por redes sociales y generar una conversación desde Twitter en torno a esta dinámica de despidos creada por la empresa.

**Figura 8.**

*Vídeo denuncia*

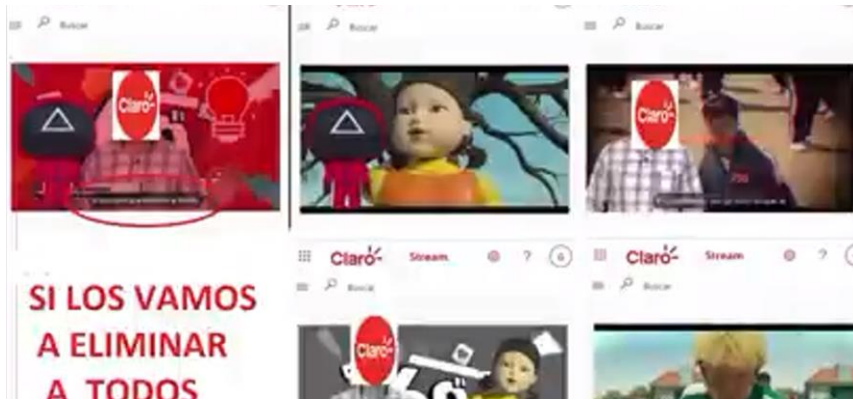


Figura 8. Captura de pantalla de vídeo denuncia por despidos a nivel nacional de trabajadores por no aceptar bono transaccional. Y denuncia por que Claro quiere comparar la labor de los trabajadores con el juego del calamar, con el fin generar presión en ellos para no ser despedidos. Fuente: redes sociales UTRATICS.

Yuli Higuera, ex presidenta de UTRATICS, y quien lideró esta práctica, describió las acciones que se emprendieron, luego de que la empresa Claro se negara a eliminar el vídeo.

“Nosotros miramos que no había pasado nada y nosotros rápido sacamos un video mostrándolas, o sea todos, yo iba hablando y denunciando la situación, poníamos los videos que ellos sacaron, obviamente le tapábamos la cara a la persona que estaba hablando en la foto, pero le poníamos el logo de Claro y las imágenes que ellos estaban mostrando, esa vaina fue un boom, solamente con los trabajadores de Claro prácticamente tuvimos más de no sé, como cinco mil reproducciones. Solo con los trabajadores de Claro y en menos de una hora. (Entrevista ex presidenta de UTRATICS, Yuli Higuera).

UTRATICS también ha realizado denuncias a través de comunicados oficiales frente a temas de: vulneración de derechos laborales, presiones y amenazas por parte de superiores en la empresa Claro y rechazos a los cambios en las políticas laborales de la empresa.

**Figura 9.**

*Comunicado oficial*

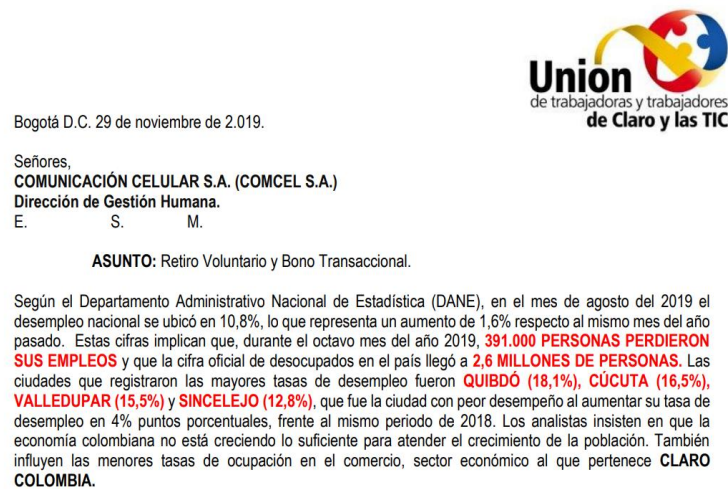


Figura 9. Captura de pantalla de comunicado oficial sobre denuncia por parte del sindicato a la propuesta de la empresa de renunciar de manera voluntaria y acceder al bono transaccional. Fuente: archivo de UTRATICS.

En varios de los comunicados que se analizaron es contundente la postura que muestra UTRATICS frente a las denuncias que realizaron y como estas se vuelven una práctica comunicativa de resistencia constante y una herramienta para empoderar los discursos del sindicato e informar lo que asumen que no es políticamente correcto entre la relación de las empresas con los trabajadores.

Una de las prácticas comunicativas de resistencia que más ha utilizado el sindicato son los mítines, y es una acción que implementa UTRATICS cada vez que evidencia cierto tipo de situaciones que no logran ser resueltas con las empresas a través del diálogo social. Así que el sindicato crea un precedente mediante los mítines, y posterior a eso tratan de llegar a acuerdos y a espacios de diálogo permanente.

Los mítines son acciones políticas donde se manifiestan las problemáticas por las que atraviesan las y los trabajadores. Estas expresiones hacen parte de las actividades que usa el sindicato para manifestar inconformidades y que deben ser respetadas dentro del derecho sindical de asociación.

“Es muy claro tener ese enfoque de comunicaciones. Cuando hacemos un enfoque o una acción, digamos, una actividad de comunicación a través de un mitin para que la empresa escuche, para que se siente dialogada, para que el afiliado entienda que hay una organización sindical que lo respalda y para el no afiliado realmente entienda que la fórmula de poder reivindicar derechos o hacer mejoras sustanciales dentro de esos ambientes laborales a través de organizaciones sindicales” (Entrevista presidente UTRATICS, Diego Velasco).

Estas acciones son fundamentales dentro del proceso de participación colectiva de UTRATICS. Porque las prácticas comunicativas de resistencia hacen que tanto las y los trabajadores, como la empresa conozcan las inconformidades a las que busca dar solución el sindicato.

“A veces nos paramos al frente de la empresa con un bafle, creamos, no recuerdo cómo se llama, es un audio que ponemos ahí y empiezan a hablar de

parte del sindicato, nos paramos ahí en la entrada, ponemos bombas, de forma de que la empresa, de que los trabajadores sepan que existe un sindicato y que estamos ahí.” (Entrevista secretaria general UTRATICS, Ángela Velasco).

Estas acciones que son un poco más tradicionales han disminuido dentro del sindicato, pero logran mantenerse como una práctica comunicativa de resistencia, que facilita tener espacios que visibilizan el trabajo de UTRATICS. Ya que las dinámicas laborales son muy cambiantes en los espacios de trabajo y tipos de contratación, es por lo que algunos de los trabajadores por miedo a la persecución sindical, prefieren utilizar las redes sociales como canal para manifestar inconformidades, sin que esté en riesgo perder su puesto de trabajo.

**Figura 10.**

*Mitin de UTRATICS*



Figura 10. Registro fotográfico del mitin en Bucaramanga por la desmejora salarial a los trabajadores de Atento. Fuente: archivo de UTRATICS.

Los mítines también son espacios propicios para generar contenido y mensajes claves como fotografías, vídeos, historias de trabajadores y comunicados.

Para UTRATICS, las redes sociales se han vuelto aliados importantes para difundir la información que generan. Por eso para el sindicato se vuelve relevante crear material para visibilizar estas acciones y poderlas publicar en las diferentes redes sociales con las que cuentan.

Cabe resaltar que la mayoría del material analizado se encuentra en las redes sociales del sindicato, archivo personal o hace parte de la memoria que han construido y a la que se tuvo acceso.

Diego Velasco, presidente de UTRATICS habla de cómo esas redes sociales ahora son parte fundamental del proceso sindical

“La capacidad en la actividad sindical básicamente es la forma de llegar a los sitios de trabajo, digamos el voz a voz, muchos aspectos han cambiado después del 2020 que básicamente la limitante desde el 2020 y de años anteriores uno por situaciones que sucedieron a nivel mundial y la limitante porque la organización no puede acceder a las partes físicas de la empresa y la empresa es por lo tanto debemos generalizar o encontrar ese espacio a través de redes sociales y poder invitar y generar contacto a

través de grupos de WhatsApp, son los elementos que tenemos para poder y que definimos que era la posibilidad de poder dar a conocer la organización sindical y poder crecer mediante contenido para los trabajadores” (Entrevista presidente UTRATICS, Diego Velasco).

También se pudo observar que antes del 2020 la constancia en las publicaciones que realizó UTRATICS en redes fue alta. Se evidenció que, durante la pandemia, todas las acciones colectivas se trasladaron a medios digitales. Pero ya para el año 2022 disminuyó considerablemente esta presencia en redes sociales. Durante ese año, el sindicato continuó realizando sus prácticas comunicativas de resistencia, pero para la mayoría de estos espacios no se generó contenido de las actividades.

Pensando también en que el sindicato tiene presencia a nivel nacional, y en hacer más rápida la difusión de las prácticas comunicativas de resistencia, han encontrado en las redes sociales la manera de abaratar costos y de llegar a la población más joven para crear incidencia y fortalecimiento del sindicato.

“En este momento es el foco que tienen las organizaciones sindicales, yo creo que acá se me extiende un poco más frente a otras organizaciones sindicales, de poder llegar hacia los trabajadores de manera más rápida y menos costosa, porque generar una actividad de comunicación de voz a voz pues genera unos costos, en cambio a través de redes sociales pues efectivamente es mucho más, se puede llegar y se puede canalizar esa comunicación para que se pueda inclusive suscribir a la organización sindical” (Entrevista presidente UTRATICS, Diego Velasco).

En los últimos años, UTRATICS ha centrado su proceso de comunicaciones en las redes sociales. Argumentando que, por ser un sindicato del sector de las telecomunicaciones, tienen la tarea de contrarrestar el discurso de estas grandes empresas (Claro, Atentos y Teleperformance). Toma tanta relevancia que definen este elemento como “la vitrina del sindicato”

“Si tú ves cada imagen que se sube, va... la imagen que está de fondo es la de un mitin, es la de una entrega volante, es la del volante que se entregó. O sea, eso va de la mano, por lo menos para UTRATICS va de la mano. gente está inconforme. Entonces, más bien yo hago el mitin y con la imagen de este mitin yo creo este contenido de comunicación” (Entrevista ex presidenta de UTRATICS, Yuli Higuera).

**Figura 11.**

*Página de Facebook de UTRATICS*



Figura 11. Captura de pantalla de la página oficial de Facebook del sindicato. Fuente: redes sociales UTRATICS.

Los mensajes de apoyo toman un papel muy importante dentro de las prácticas comunicativas de resistencia de UTRATICS, ya que son una acción constante de respaldo a su discurso, bien sea desde otras organizaciones sindicales o del gobierno.

Estos discursos se presentan desde el objetivo en común que es la defensa y reivindicación de los derechos laborales, denunciar los pactos colectivos y la persecución sindical.

Dentro de las unidades de análisis se identificaron varios productos de comunicación, que responde a esos mensajes de apoyo. Como lo es el video enviado por el presidente del sindicato de trabajadores de Telmex México, de apoyo y solidaridad frente a las situaciones de persecución sindical que viven las y los trabajadores de Claro en Colombia.

**Figura 12.**

*Mensaje de apoyo sindical internacional*



Figura 12. Captura de pantalla de vídeo de apoyo de Francisco Hernández Juárez, presidente STRM Sindicato de Trabajadores de Telmex México. Manifiesta que existe denuncias de persecución a dirigentes sindicales y pocas garantías a la libertad sindical por parte de Claro Colombia. Fuente: redes sociales UTRATICS.

Estos mensajes de apoyo toman mucha relevancia dentro del proceso organizativo, porque durante varios años los sindicatos han tenido que enfrentar diferentes problemáticas para tener espacios de participación y validación social, ya que predominada la ausencia de su reconocimiento en las acciones que emprenden en pro a la mejora continua de las condiciones laborales de las y los trabajadores.

En el gobierno actual, UTRATICS ha encontrado aliados importantes, que en su momento hicieron parte del movimiento sindical colombiano, lo que refuerza su discurso dentro de la misma esfera sociopolítica. Pero aún no logra ser tan fuerte y generar ese impacto para el resto de la ciudadanía y tal vez para las y los trabajadores que aún no pertenecen al sindicato.

Aun así, se vuelve un elemento importante para UTRATICS, ya que, a través de los mensajes de apoyo, se refirma la postura que tienen terceros y que se debe de asumir en pro a los objetivos y al plan estratégico que tiene la organización sindical.

En algunas charlas informales sostenidas con integrantes del sindicato ven de manera positiva el contar con aliados dentro del gobierno nacional para lograr los diálogos tripartitos, que son un elemento crucial dentro del proceso de crecimiento y fortalecimiento sindical, porque generan un cambio, que en la mayoría de las veces ayudan a construir y estructurar la posición tanto de sus afiliados, como de la organización sindical y que esta misma sea parte de una experiencia colectiva que facilite que sean visibles.

Se codificaron en las prácticas comunicativas de resistencia videos del concejal Manuel Sarmiento, quien por medio de un discurso se solidariza y apoya a las y los trabajadores que están siendo despedidos de Claro y también hace un llamado a la empresa para frenar la situación.

También videos del viceministro de Relaciones Laborales e Inspección, Edwin Palma, quien fue sindicalista de la USO y por medio de su discurso, envía un mensaje de respaldo a la negociación colectiva que inició UTRATICS con la empresa Claro a finales del 2023.

**Figura 13.**

*Mensaje de apoyo sindical desde el Ministerio del Trabajo*



Figura 13. Captura de pantalla de vídeo del viceministro del Trabajo, Edwin Palma envía un mensaje de respaldo a la negociación colectiva entre el sindicato y Claro.

Fuente: redes sociales UTRATICS.

En las prácticas comunicativas de resistencia se logra evidenciar la clara articulación que tiene UTRATICS con actores institucionales que ayudan a potenciar sus acciones colectivas, desde los espacios de participación.

Las prácticas comunicativas de resistencia que ha creado UTRATICS, muestran la posibilidad de tener medios y productos alternativos para mostrar su acción colectiva e impulsar el crecimiento de la organización sindical, ya que se ha vuelto imposible encontrar espacios dentro de los medios tradicionales y comerciales.

Como lo han expresado los dirigentes sindicales de UTRATICS, el estructurar y fortalecer la acción colectiva, les permite acrecentar la participación de todos los miembros del sindicato, el acompañamiento y la solidaridad de otros sindicatos, centrales obreras y hasta de otras organizaciones

que hacen parte de movimientos sociales. Esto facilita que la relación que existe entre los discursos y las prácticas comunicativas de resistencia se puedan crear críticas al sistema y trabajar en cambiar la imagen que se tiene de los sindicatos tanto en la empresa como de posibles trabajadores que se quieran sindicalizar.

### ***7.3.3 Prácticas comunicativas de proyecto***

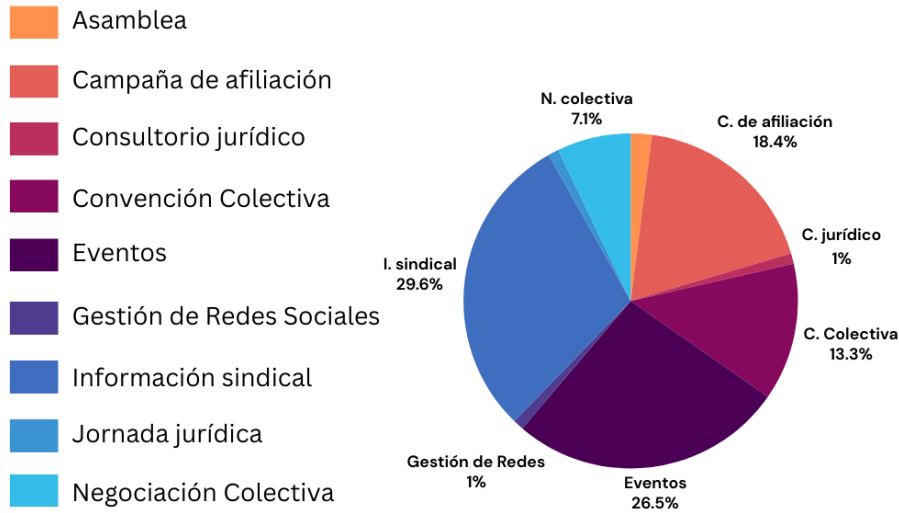
Las prácticas comunicativas de proyecto son “las cuales ofrecen alternativas con discursos y acciones donde la comunicación se concibe como propuesta de acción alternativa, generalmente en asocio con la cultura y la estética. (Herrera y Vega, 2014, p. 288).

Luego de identificar las prácticas comunicativas de proyecto, se pudo evidenciar que son prácticas que buscan construir propuestas alternativas, que permitan que los actores puedan transformar sus procesos desde el discurso hasta la práctica, a partir de los contenidos que se pueden generar.

#### **Figura 14.**

*Prácticas comunicativas de proyecto del sindicato UTRATICS*

## PRÁCTICAS COMUNICATIVAS DE PROYECTO UTRATICS



98 unidades de análisis que corresponden al 100% de las prácticas comunicativas de proyecto

Figura 14. Prácticas comunicativas de proyecto del sindicato UTRATICS entre los abril de 2018 a enero de 2024. Fuente: construcción propia.

En el análisis realizado, se encontraron 98 unidades que corresponden al 100% de las prácticas comunicativas de proyecto. De las cuales 18 son de campañas de afiliación. Considerada una de las acciones más importantes dentro del sindicato, ya que, partiendo de esta actividad, se busca incentivar en las y los trabajadores la posibilidad de pertenecer al sindicato de manera libre y haciendo uso de su derecho a la asociación. Las campañas de afiliación corresponden al 18.4% de las prácticas comunicativas de proyecto.

De eventos se encontraron 26 unidades y corresponden al 26.5% del total de las prácticas comunicativas de proyecto. Aquí se encuentran las actividades que facilitan los procesos de capacitación

de los dirigentes sindicales y en general de cualquier integrante del sindicato. Esto garantiza que el sindicato tenga permanencia en el tiempo, ya que pueden emprender procesos de formación y actualización en temas sindicales como, por ejemplo, negociación colectiva, liderazgo sindical y técnicas de sindicalización.

Las convenciones y negociaciones colectivas son recurrentes y es uno de los principales objetivos del sindicato. En las prácticas comunicativas de proyecto corresponden al 7.1% y 13.3% respectivamente. Lo que evidencia la capacidad de incidencia y de diálogo social que tiene UTRATICS como la voz de las y los trabajadores para llegar a acuerdos que logren mejorar las condiciones laborales de los trabajadores. En el momento de la recolección de datos, se identificaron convenciones y negociaciones firmadas entre UTRATICS y las empresas Claro y Atento. Con Teleperformance hasta ahora se iniciaba el proceso de diálogo social.

Las jornadas y consultorios jurídicos también son acciones muy importantes dentro de UTRATICS, ya que fortalecen cualquier proceso dentro de la organización sindical y es una de las primeras instancias a las que recurren las y los trabajadores que no están sindicalizados. Dentro de las prácticas comunicativas de proyecto corresponden las 1% en ambos casos. Aunque no se logró evidenciar que estas acciones se realizaran cada 15 días como afirman los dirigentes sindicales, ya que no se realizaron muchos productos de comunicación de esta práctica, si aseguran que lograron ser recurrentes a partir del voz a voz y de los envíos de mensaje por WhatsApp.

Para UTRATICS toma mucha importante el generar información sindical, que tiene una representación dentro de las prácticas comunicativas de proyecto del 29.6%. Y es toda aquella que tenga que ver con información básica del sindicato, derechos laborales, números de contacto,

afiliaciones en línea, debido proceso, llamado a descargos, libertad sindical, acoso laboral y avances de las negociaciones colectivas.

Dentro de la información sindical, UTRATICS pensó en crear un espacio de crónicas, el cual consistía en contar las situaciones por las que atravesaban las y los trabajadores, pero con el objetivo de despertar sensibilización y conciencia para llamar a la unión sindical y aumentar las afiliaciones. Este espacio solo fue creado para las y los trabajadores de Claro.

También se identificó que a partir de estas prácticas comunicativas se crearon productos como: periódicos, videos, fotografías, piezas gráficas, volantes y artículos para la página web.

Para analizar las prácticas comunicativas de proyecto de UTRATICS, es importante retomar a Vega, cuando afirman que las prácticas comunicativas de proyecto son

“procesos que articulan cultura, estética y política. El ejercicio comunicativo apunta por un lado a la reflexión del sujeto sobre la manera como hace la comunicación y como el proceso le ayuda a reconfigurar su mirada, la mirada de sí mismo, de su territorio, de sus simbologías y como puede a través de la práctica social construir procesos alternativos a los que propone la ideología dominante, que incluyan en la misma práctica el sentido transformador” (Vega, 2010)

En las prácticas comunicativas de proyecto toman relevancia las experiencias que se adquieren en los procesos y fomentan las acciones que propician el ejercicio de libertad, la transformación de los actores desde la comunicación para generar discursos con mayor apropiación.

Cabe destacar que todas las acciones que se emprenden desde las prácticas comunicativas de proyecto crean empoderamiento y llaman a la reflexión de manera colectiva, para facilitar un cambio considerable en el entorno.

Es importante resaltar que las prácticas comunicativas de proyecto van de la mano de las prácticas comunicativas de resistencia, que en algunas ocasiones resultan ser complementarias.

Aunque las prácticas comunicativas de proyecto de alguna y otra manera buscan activar continuamente las acciones que incentivan la incidencia social, mientras que para las prácticas comunicativas de resistencia es primordial el canal en el que circula la información y sus contradiscursos, y que a su vez buscan herramientas y capacidades desde la comunicación.

Es por esto, que dentro de las prácticas comunicativas de proyecto pueden estar contemplados los diálogos sociales, la construcción de experiencias y hasta la creación de material que esté diseñado con la finalidad de ser difundido.

Como se mencionaba con anterioridad, dentro de las prácticas comunicativas de proyecto se encontraron campañas de afiliación, información sindical, negociaciones colectivas, asambleas, consultorios jurídicos, casos puntuales de algunos afiliados y convenciones colectivas. Acciones que se materializan a través de vídeos, documentos oficiales, fotografías, piezas gráficas, carteleros sindicales y formularios de afiliación.

**Figura 15.**

*Campaña de afiliación*



Figura 15. Pieza gráfica por llamado a descargos por cumplimiento de metas en Claro Colombia. Se realiza una campaña de afiliación y fidelización para que los trabajadores sindicalizados y no sindicalizados pueden ponerse en contacto con los líderes sindicales. Fuente: redes sociales UTRATICS.

Dentro de estas acciones, se ha identificado que tienen una preparación muy detallada. El organizar una campaña de afiliación, implica que se empiece a gestionar todo hasta cuatros meses antes y se puedan definir cada una de las actividades que van a estar en torno a la campaña dependiendo de cada ciudad donde se realice y de las y los trabajadores a la que vaya dirigida

“se mira cuáles son las ciudades que tienen más posibilidad de afiliar, hacen un mapeo de dónde están los puntos, cuántos trabajadores hay directos, cuántos trabajadores hay tercerizados, revisan de pronto un poco qué problemática general y es que

generalmente es el tema de las metas, del cumplimiento de las metas y el tema de los horarios, la presión laboral. Entonces bajo eso ya sacan qué van a llevar, entonces pendones, banderas, volantes, algo de merchandising, esferos, sombrillas, ya de acuerdo dónde vayan a ir llevan el material que van a aplicar en la campaña” (Entrevista ex presidenta de UTRATICS, Yuli Higuera).

Las prácticas comunicativas de proyecto acercan al sindicato a las y los trabajadores que no están sindicalizados, ayudan a mantener y a seguir potenciando esas acciones que desde los inicios de UTRATICS han venido realizando y que de alguna u otra manera hace que sean reconocidos dentro de los movimientos sociales como organización sindical. A estas prácticas se les suma la esencia de la labor de la mayoría de las y los trabajadores del sector de las telecomunicaciones.

“Este sindicato nació de SINTRATELMEX y como eran trabajadores de calle, está muy arraigada la cultura del volanteo y son duros volanteando a uno que no está acostumbrado a veces le da penita pero ellos no ellos súper duros volanteando pero siento que se ha quedado corto” (Entrevista presidenta subdirectiva Bogotá UTRATICS, María Fernanda López).

Esta práctica comunicativa de proyecto es principalmente la que logra garantizar que aumenten los afiliados de UTRATICS y que se realice con cierta periodicidad en el caso de la empresa Claro. Ya que la campaña de afiliación para las y los trabajadores de la empresa Teleperformance es permanente y es realizada por organizadores sindicales.

Otras prácticas comunicativas de proyecto y que son permanentes dentro del sindicato son la negociación y convención colectiva. Porque es el proceso por el cual UTRATICS inicia el diálogo social con la empresa para exponer una serie de peticiones, y donde se discute el pliego de peticiones presentado y así entran en la primera etapa que es de arreglo directo. Este proceso es acompañado por el comité negociador, el cual es integrado por directivos de la Junta Directiva Nacional e integrantes de subdirectivas. Este se realiza con la convicción de mejorar las condiciones laborales de las y los trabajadores sindicalizados. Cabe resaltar que este proceso es una construcción colectiva, ya que se plasman las solicitudes y las voces de todos los integrantes del sindicato, esto también posibilita que las y los que no estén sindicalizados se puedan vincular y así crear credibilidad frente a los acuerdos que logren beneficiar a cualquier trabajador.

**Figura 16.**

*Boletín informativo de negociación colectiva*



Figura 16. Captura de pantalla de vídeo sobre boletín informativo de como avanza el proceso de negociación colectiva con la empresa Claro. Fuente: redes sociales

UTRATICS.

UTRATICS también ha desarrollado prácticas comunicativas de proyecto a partir de la información que han considerado relevante para las y los afiliados. Dentro de este material se encontró información sobre derechos laborales, espacios de jornadas jurídicas para la atención de afiliados e información sobre la libertad de asociación. Aunque se pudo evidenciar que este tipo de información ha disminuido considerablemente.

“Teníamos consultorio jurídico virtual, que era una sesión que hacíamos cada 15 días para hablar temas jurídicos del momento, algo que se estuviera moviendo laboral, siempre buscamos algo que se estuviera moviendo laboral, tanto en la empresa o a nivel nacional, y se hacían charlas de una hora”  
(Entrevista ex presidenta de UTRATICS, Yuli Higuera).

El consultorio jurídico virtual se volvió constante durante la pandemia de COVID 19 por las situaciones que atravesaron varios trabajadores por despidos masivos y surgió la necesidad de crear este espacio. Lo mismo ocurrió con el tema de afiliaciones, ya que durante esta época también aumentaron el número de trabajadores sindicalizados y se creó un espacio virtual para que las y los trabajadores que quisieran ser parte del sindicato lo hicieran diligenciando un formulario digital.

También se identificó que para realizar muchas de las prácticas comunicativas de proyecto, cuentan con alianzas y el respaldo desde varios actores que están dentro de la dinámica sindical como gobierno, sindicatos de la misma industria en otros países o federaciones sindicales, como UNI Américas.

Este respaldo que se menciona se traduce en apoyo económico y político que viene de los cooperantes o federaciones, y es desde ahí que pueden realizar varias de las acciones colectivas, que les permite visibilizar, tener crecimiento y fortalecimiento del sindicato.

Ángela Velasco, secretaria general de la Junta Directiva Nacional de UTRATICS afirma que “UNI de pronto nos ayudan a crear algún video, a editar, pero no, ya como tal, completamente a cargo no”. (Entrevista secretaria general UTRATICS, Ángela Velasco).

Quien hace énfasis sobre el papel que tiene UNI Américas en el proceso de comunicaciones del sindicato y que hace que estas acciones ayudan en la construcción de procesos relevantes para el mismo. Un caso más puntual la campaña organizativa con las y los trabajadores de Teleperformance.

Para mediados del año 2021, inician las denuncias por parte de las y los trabajadores de Teleperformance por las pésimas condiciones laborales, vulneración de derechos laborales y problemas con los pagos de salarios. Para este punto UNI Américas asesora a UTRATICS para que pueda iniciar el proceso organizativo con las y los trabajadores de Teleperformance en Colombia, a través de un proyecto liderado por la federación, que consiste en crear un sindicato para las y los trabajadores de Call Center.

Yuli Higuera, ex presidenta del UTRATICS explicó como ha sido este apoyo de UNI Américas para esta campaña, y que cuenta con la asesoría del equipo de comunicaciones del COE (Centro de Organización y Estrategia).

“Para TP<sup>2</sup> hay otros rubros de otras cosas, entonces ellos nos ayudan a nosotros con el tema de los diseños de los volantes, de todo eso que se entrega físico...”. “Entonces, hasta donde tengo entendido, UTRATICS sí pidió un tema para página web, rediseño de página web, y los comunicadores están ayudando con el tema de, digamos, de hacer imágenes.” (Entrevista ex presidenta de UTRATICS, Yuli Higuera).

Puntualmente para la campaña de las y los trabajadores de Teleperformance, UTRATICS ha tenido el apoyo en temas de comunicación como: en el diseño de volantes, creación de vídeos, realización de entrevistas y recolección de material de historias de las y los trabajadores.

El proceso para el diseño de volantes consiste en hacer una solicitud por parte de UTRATICS para el apoyo de la realización de este material, y este es creado por el equipo de comunicaciones del COE. Una vez aprobado se envían los diseños a impresión y se entregan al sindicato para las respectivas campañas de afiliación.

**Figura 17.**

*Volantes Digitales*

---

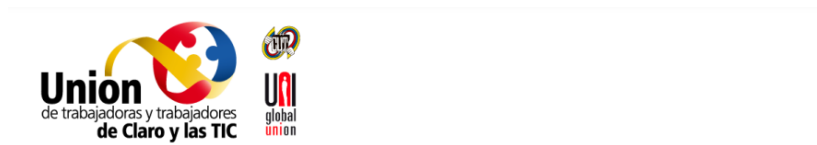
<sup>2</sup> Abreviación para referirse a la empresa Teleperformance



Figura 17. Volantes digitales para campaña de afiliación para las y los trabajadores de Teleperformance. Unión de trabajadores de las tecnologías y de la información de las comunicaciones, call center y servicios. Fuente: Archivo de UTRATICS.

Lo mismo sucede con algunos comunicados, que para su escritura se contó con el apoyo del equipo de comunicaciones del COE, y que luego pasaron a ser artículos para la página web, estos hablan sobre los procesos y acciones colectivas que el sindicato desarrollaba para esa fecha, en este caso puntual sobre el inicio de la negociación colectiva entre el sindicato y la empresa Claro.

Figura 18.



## Inicia la negociación colectiva entre Claro y el sindicato Ultraclaro y TIC.

La Unión de Trabajadoras y de Trabajadores de Claro y las Tecnologías de la información de las Comunicaciones, "ULTRACLARO Y TIC". Nuestro sindicato anuncia el inicio del proceso de negociación colectiva, el cual tiene un pliego de peticiones, que se realiza por el vencimiento de la convención colectiva contra la empresa Claro Colombia. La intención de este pliego de peticiones, se centra en mejorar las condiciones laborales de las trabajadoras y los trabajadores de Claro y del Sector de Telecomunicaciones, Call Centers y Servicios, y también se propone que estas condiciones sean reguladas bajo las leyes colombianas.

El pliego de peticiones, contiene 95 puntos, en los cuales prima la estabilidad laboral, pero también busca mejorar la calidad de vida, y proteger a los y las que desempeñan sus funciones desde casa, por motivo de la pandemia de Covid-19, ya que se ha evidenciado que las personas que se encuentran en esta situación, han presentado cambios en sus horarios laborales, en la carga de trabajo y no se están regiendo por la Ley 2088 de 2021, por la cual se regula el trabajo en casa y protege el empleo en situaciones como la actual.

Dentro de los artículos de este pliego, sobresalen peticiones, como el respeto a la libertad sindical para las personas que están trabajando desde casa, que las mismas tengan garantías con sus contratos laborales, sin que se vean afectados, y que puedan tener un seguimiento en temas de Salud y Seguridad en el Trabajo. También se busca salvaguardar derechos como la libertad, la autonomía, la autoconservación de las trabajadoras y de los trabajadores, pero también proteger la su privacidad de los mismos y las mismas, y la de sus familias en los hogares.

*Figura 18. Captura de pantalla de artículo de la página web de UTRATICS sobre el inicio de la negociación colectiva entre la empresa Claro y el sindicato. Unión de trabajadores de las tecnologías y de la información de las comunicaciones, call center y servicios (2021, agosto, 9). Inicia la negociación colectiva entre Claro y el sindicato UTRACLARO y TIC. Unión de trabajadores de las tecnologías y de la información de las comunicaciones, call center y servicios. UTRATICS. Fuente: Página web UTRATICS.*

Al tener este apoyo para la creación y producción del material comunicativo, ha facilitado que UTRATICS haya llegado a la firma de un acuerdo global con la multinacional Teleperformance y que se reconozca el sindicato dentro de la empresa. Esta acción colectiva logra incorporar al sindicato de una manera efectiva a los proyectos impulsados por UNI Américas, y así se logra cierto liderazgo y una

probabilidad más alta de que tenga éxito, minimizando riesgos de los objetivos mediante el respaldo de una federación sindical desde lo político, social y económico.

La participación de UTRATICS en actividades o eventos también se destaca dentro de las prácticas comunicativas de proyecto, ya que le permiten al sindicato crear varios productos de comunicación.

Estas actividades las organizan, abanderan y gestionan organizaciones como UNI Américas, FESCOL, Solidarity Center o la CUT, como central sindical a la que pertenece UTRATICS. Por ejemplo, la constante capacitación frente a las necesidades que se generan desde UTRATICS en temas sindicales.

En la mayoría de las veces en que los dirigentes o afiliados participan, hacen toma de fotografías, vídeos y publicaciones en redes sociales. Lo que hace que tengan la posibilidad y capacidad de visibilizar sus acciones a través de estos productos de comunicación, ya que proporcionan un acercamiento continuo a UTRATICS a tener buenas prácticas dentro del ejercicio sindical, a partir de la reproducción tanto de conocimiento, como de experiencias.

**Figura 19.**

*Participación en eventos*



*Figura 19. Fotografía de asistencia al II Encuentro por la Salud de las Mujeres Trabajadoras. Organizado por la CUT- ENS- SOLIDARITY CENTER- FESCOL. Fuente: archivo de UTRATICS.*

La comunicación se vuelve un elemento importante dentro de su papel en el movimiento social y mostrando siempre a estas organizaciones como aliadas de las acciones colectivas, del fortalecimiento y crecimiento sindical, siempre pensando que UTRATICS pueda tener capacidades instaladas, lo que les permite seguir siendo autónomos, sin desconocer el apoyo nacional o internacional.

## **8. Conclusiones**

### **Una mirada desde la comunicación para el cambio social**

Se ha podido evidenciar que, desde sus inicios, UTRATICS ha tratado de ser constante con las prácticas comunicativas que genera, algunas han estado presente desde la creación del sindicato, como hay otras que se han ido desarrollando durante el ejercicio sindical.

Es importante retomar a Daniel Aguilar con la definición que plantea para prácticas comunicativas

“aquellas prácticas que generan espacios comunes de enunciación y sentido para una clase y desde una clase (en un sentido bourdieano) o grupo social determinado, que a su vez permiten la configuración de unas identidades (quiénes somos y a qué pertenecemos) y subjetividades (quién soy y cómo me relaciono con el mundo)”  
(Aguilar, 2021, p.111).

Se pudo evidenciar que desde el proceso empírico que tiene el sindicato en comunicaciones han podido crear varios productos de comunicación que se pueden categorizar dentro de los tipos de prácticas comunicativas. Ya que tanto desde lo individual como colectivo buscan mantener procesos de comunicación que sean contra hegemónicos, sin dejar de lado su análisis y los esfuerzos de transformación de la acción, pero de manera cotidiana.

Desde la dinámica que ha mantenido UTRATICS es importante visibilizar como han potenciado sus prácticas comunicativas a partir de la producción de contenidos que buscan fortalecer la acción colectiva. Para el sindicato estos productos cada vez dependen más de lo digital, pero se vuelve un reto constante, que hasta el momento también ha sido difícil mantener y es que esa producción pueda ser permanente y logre ser cercana no solo para las y los trabajadores sindicalizados, sino a los que aún no pertenecen al sindicato.

En el texto “Prácticas comunicativas de participación cultural y memoria biocultural. En pensar desde la experiencia. Comunicación participativa en el cambio social”, los autores nos acercan a las

descripciones y entendimientos de las perspectivas que se plantean para categorizar las prácticas comunicativas y el papel que pueden tener dentro de un contexto, para este caso, una organización sindical

“nos permite comprender la forma como estas prácticas comunicativas representan lógicas en la disputa del poder al interior de los campos en los cuales los actores que las desarrollan se desenvuelven, la estructura de estos campos son estados de relación de fuerzas entre los agentes que intervienen en la lucha o, distribución del capital allí acumulado” (Herrera y Vega, 2014, p. 288).

En efecto se pudo evidenciar que UTRATICS ha desarrollado varias experiencias comunicativas a través de acciones colectivas que son prácticas y que han sido preparadas con la finalidad de legitimar su posición como organización sindical. Aunque el sindicato manifiesta que las acciones que realizan en comunicación son puntuales, por ejemplo, en procesos de negociación, asambleas, reuniones de junta directiva nacional, entre otras actividades, han logrado generar procesos de comunicación que visibilizan sus objetivos.

Las prácticas comunicativas que desarrolla UTRATICS bajo el enfoque de comunicación para el cambio social, se vuelven acciones que les posibilita y facilitan crear sinergia entre sus afiliados y los contextos donde logran participación sociopolítica y la construcción de un discurso contundente frente a la defensa de los derechos laborales.

Se logró identificar que estas prácticas son cambiantes y transformadoras, aunque quienes las gestionan insistan en que es un proceso empírico, han logrado generar

reconocimiento dentro del movimiento sindical a partir de la experiencia, apropiación de conocimientos y mediante sus procesos de resistencia.

La comunicación para el cambio social facilita que en este caso UTRATICS pueda tener nuevas formas de relacionamiento desde sus procesos comunicativos, atravesando todas las acciones colectivas que se puedan emprender y así garantizar que la comunicación sea una herramienta de transformación social, pero desde la organización sindical.

Desde ese proceso empírico que ha realizado UTRATICS para gestionar sus prácticas comunicativas, es importante resaltar la capacidad que se ha adquirido para desarrollar productos de comunicación desde el enfoque de cambio social, lo que les permite pensarlo tanto desde lo individual como lo colectivo, y logrando generar incidencia en espacios políticos, sociales y laborales.

Frente a los objetivos que se propusieron para este ejercicio investigativo, se identificaron las prácticas comunicativas que tiene UTRATICS. Esto leído desde la categorización de Herrera y Vega, se logró evidenciar que, entre abril de 2018 a enero de 2024, fue el tiempo en el que el UTRATICS tuvo más constancia para generar estas prácticas comunicativas.

Se destaca que han logrado iniciar procesos de comunicación de manera empírica y con poco conocimiento frente a la construcción de estrategias de comunicación, pero manteniendo siempre claro el discurso que promulgan frente a la defensa de los derechos de los trabajadores, condiciones laborales dignas y la libre asociación sindical. Esto demuestra porque entre los resultados, son mayoritarias las prácticas comunicativas de resistencia, y la posibilidad que han ido adquiriendo de una mayor participación en los escenarios políticos y sociales.

Cabe resaltar que tanto las prácticas comunicativas de resistencia y de proyecto construidas por UTRATICS, aunque tengan características diferentes son complementarias, ya que logran ser elementos que aportan a sus procesos organizativos, a tener espacios en las agendas políticas, en incidencia social; pero que a su vez logran crear contradiscursos hegemónicos mediante los procesos y productos de comunicación.

Mientras que por la naturaleza que tiene el sindicato, las características que lo hacen ser parte del movimiento social y su relación con el conflicto laboral, que es donde surgen esas tensiones y enfrentamientos en el ámbito laboral, a las que se intenta dar solución mediante el diálogo social y la negociación colectiva. Esto hace que las prácticas comunicativas legitimadoras sean pocas, en el caso de UTRATICS, son nulas. Ya que no se evidenció en los productos y escenarios analizados algunas prácticas que avalaron los discursos hegemónicos de las empresas, empleadores o medios de comunicación tradicionales.

Es clara la postura que tiene UTRATICS frente a la defensa de derechos y garantías laborales. Esto leído en clave de comunicación para el cambio social, muestra como sus acciones colectivas a partir de procesos de comunicación, se potencian y se vuelven más eficaces tanto para movilizar, como para transformar e innovar.

El utilizar herramientas digitales para dar más visibilidad a las acciones colectivas, abre la posibilidad que, desde lo empírico, UTRATICS siga creando espacios para experimentar el potencial tanto de su discurso como del crecimiento y fortalecimiento sindical. Ya que desde estos nuevos escenarios pueden empezar a crear esas estrategias comunicativas, que afirman faltan dentro del proceso.

## 9. Recomendaciones

El trabajo investigativo “Prácticas comunicativas del sindicato UTRATICS desde el enfoque de la Comunicación para el Cambio Social”, es significativo que desde los resultados y conclusiones obtenidas se puedan efectuar algunas recomendaciones que logren fortalecer su proceso de comunicaciones y seguir desarrollando prácticas comunicativas, tanto al interior y exterior del sindicato.

Es importante que se logren crear y estandarizar lineamientos para los procesos de comunicaciones que tiene el sindicato y así garantizar que ese mecanismo articule las acciones que realiza la Junta Directiva Nacional, pero también se articule con las subdirectivas, con el objetivo de gestionar mejor la información, sobre todo en las regiones que es la que menor difusión tiene.

El sindicato ha reconocido la comunicación como un elemento esencial dentro de su plan estratégico. Esto facilita que se puedan crear estrategias de comunicaciones que ayuden a mitigar las falencias y limitaciones que se evidenciaron en los resultados. Al tener este tipo de estrategias podría facilitar que los integrantes de UTRATICS puedan crear productos de comunicación que articulen su papel como parte del movimiento social.

Es importante destacar que, durante estos años, UTRATICS ha logrado crear productos de manera empírica para la difusión de sus acciones colectivas. Aunque este proceso se destaca, también sería importante que se lograran crear espacios de formación que faciliten los procesos de creación de estos productos. Sería fundamental que no solo quien desempeña el cargo de la secretaria de preense y comunicaciones, tuviera esta posibilidad, sino un grupo importante de dirigentes sindicales. El instalar

capacidades y habilidades proporcionaría mejores herramientas comunicativas para la producción de las prácticas comunicativas.

UTRATICS ha logrado destacar la relación que existe entre la comunicación y los movimientos sociales, pero se hace necesario que la producción de material sea constante para lograr el objetivo que se han trazado y es que esos productos lleguen a las y los trabajadores que no están sindicalizados.

Las prácticas comunicativas que ha desarrollado UTRATICS y como lo manifestaban las y los dirigentes entrevistados, muchas veces se vuelve un proceso individual. Es importante que se pueda transformar a un proceso colectivo y participativo del sindicato, y así minimizar que la concentración de información recaiga en las problemáticas que se presentan en la empresa Claro, y no se tenga en cuenta las tres empresas donde hay trabajadores afiliados.

Es de suma importancia que UTRATICS siga teniendo en cuenta el uso de las tecnologías para el desarrollo, la producción de los contenidos y mensajes para que estén inmersos en sus prácticas comunicativas, ya que esto facilita que sus acciones colectivas, actividades cotidianas, discursos y procesos organizativos tengan mayor incidencia en el plano sindical, político y social.

## 10. Referencias Bibliográficas

Aguilar, D. (2021). Ciberciudadanías, prácticas comunicativas y formas de participación política a través del ciberespacio. *Disrupción tecnológica, transformación y sociedad* (103- 127). Universidad Externado de Colombia

Área de investigaciones de la Escuela Nacional Sindical. (2015). *El Sector de las Telecomunicaciones Entramado de las relaciones laborales con los gigantes colombianos*. Ediciones ENS.  
[https://www.ens.org.co/wp-content/uploads/2016/11/DOCUMENTOS-DE-LA-ESCUELA\\_103-El-Sector-de-las-telecomunicaciones-Entramado-de-relaciones-laborales-con-los-gigantes-colombianos-2015.pdf](https://www.ens.org.co/wp-content/uploads/2016/11/DOCUMENTOS-DE-LA-ESCUELA_103-El-Sector-de-las-telecomunicaciones-Entramado-de-relaciones-laborales-con-los-gigantes-colombianos-2015.pdf)

Aubain, Florencia Gala, Bravo, Bárbara, Ferro, Matías, Ostroff, Diego y Pintar, María Cielo (2013). El rol de la Juventud en los sindicatos surgidos en el siglo XXI. Los casos de Peajes y Call Centers. VII Jornadas de Jóvenes Investigadores. Instituto de Investigaciones Gino Germani, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires. <https://www.aacademica.org/000-076/67.pdf>

Bonilla, E. Rodríguez, P. (2005). *Más allá del dilema de los métodos*. Grupo Editorial Norma.

Cañizares, J. (2011, septiembre, 11). *Cambios en las formas de comunicación y movilización: el sindicalismo en red [Nuevos medios, nuevos métodos: la transformación de los procesos movilizadores]*. X Congreso Español de Ciencia Política y de la Administración. Universidad Complutense de Madrid. <https://aecpa.es/files/view/pdf/congress-papers/10-0/61/>

- Castaño, M. y Álvarez, C. (2017). El trabajo: concepciones de jóvenes que laboran en Call Centers en una ciudad intermedia colombiana. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 15 (2), 1223-1236. <https://doi.org/10.11600/1692715x.1522929072016>
- Castro, E. S. y Serna, H. M. (2016). Calidad del Empleo en Organizaciones de Servicios de Contact-Center en Manizales, Colombia. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 14 (1). pp. 205-219. <http://dx.doi.org/10.11600/1692715x.14113140814>
- Catalano, A. M. (1993). La Crisis de la representación en los sindicatos. Del esencialismo de clase a la función comunicativa. *Nueva sociedad*, 1 (124). 122-133
- Cató, J. (2007). Reflexiones teóricas en torno al estudio del conflicto laboral. Los procesos de construcción social de la resistencia. *Revista Trabajo y sociedad*, 9 (9). 1-25. Recuperado [https://ri.conicet.gov.ar/bitstream/handle/11336/62908/CONICET\\_Digital\\_Nro.b4f86fd1-7248-4e4b-8d90-b7fb9aff8829\\_A.pdf?sequence=2&isAllowed=y](https://ri.conicet.gov.ar/bitstream/handle/11336/62908/CONICET_Digital_Nro.b4f86fd1-7248-4e4b-8d90-b7fb9aff8829_A.pdf?sequence=2&isAllowed=y) }
- Colprensa. (2023, febrero 19). Tras quejas, Mintrabajo instaure medida preventiva contra Teleperformance. *El Universal*. <https://www.eluniversal.com.co/colombia/tras-quejas-mintrabajo-instaure-medida-preventiva-contra-teleperformance-CN7924316>
- Del Bono, A. (2011). Organización y representación de los trabajadores: Un terreno en disputa: La cuestión sindical frente a la heterogeneización del sector de telecomunicaciones. *Cuestiones de Sociología* (7), 135-152. En *Memoria Académica*. [http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/art\\_revistas/pr.5523/pr.5523.pdf](http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/art_revistas/pr.5523/pr.5523.pdf)

del Bono, A. & Bulloni, M. (2008). Experiencias laborales juveniles: Los agentes telefónicos de los call centers offshore en Argentina. (pp. 1- 21). Universidad Nacional de Santiago del Estero; Trabajo y sociedad. Recuperado. <https://ri.conicet.gov.ar/handle/11336/112061>

Del Bono, A. & Bulloni, M. (2013). Los claroscuros de la revitalización sindical en contextos de tercerización: un apunte regional sobre el sector de call centers en Argentina, *La revitalización sindical en Argentina: alcances y perspectivas*. (pp. 123- 143). Editorial Unlam. <https://biblioteca-repositorio.clacso.edu.ar/bitstream/CLACSO/854/1/revitalizacionsindical.pdf#page=124>

Editor Agencia de Información Laboral. (2021, septiembre 07) La UNI Américas está organizando a los trabajadores de Teleperformance en Colombia. Agencia de Información Laboral. <https://ail.ens.org.co/videos/la-uni-americas-esta-organizando-a-los-trabajadores-de-teleperformance-en-colombia/>

Escuela Nacional Sindical (ENS). (2023). Informe de Coyuntura Económica, Laboral y Sindical, 2022. Ediciones ENS. Recuperado de [https://www.ens.org.co/wp-content/uploads/2023/04/ENS\\_LAB\\_35\\_Inf\\_Coy\\_2022.pdf](https://www.ens.org.co/wp-content/uploads/2023/04/ENS_LAB_35_Inf_Coy_2022.pdf)

Forbes Staff. (2023, febrero 19) Gobierno llega a un acuerdo con Teleperformance para mejorar prácticas laborales. Forbes Colombia. <https://forbes.co/2023/02/19/negocios/gobierno-llega-a-un-acuerdo-con-teleperformance-para-mejorar-practicas-laborales>

García, E. (2017). *Estrategias comunicativas del Sindicato Mexicano de Electricistas como mecanismo de resistencia ante el decreto de extinción de Luz y Fuerza del Centro, 2009- 2014* [Trabajo de grado, Universidad Autónoma de la Ciudad de México]. Repositorio Institucional UACM.

<https://repositorioinstitucionaluacm.mx/jspui/handle/123456789/848>

González, J. (2006). *Gestión de conflictos laborales*. Innova

Gumucio, A. (2011). Comunicación para el cambio social: clave del desarrollo participativo. *Signo y Pensamiento*, 30 (58). 26- 39. <https://www.redalyc.org/pdf/860/86020038002.pdf>

Herrera, E. & Vega, J. (2014). Prácticas comunicativas de participación cultural y memoria biocultural. *Pensar desde la experiencia. Comunicación participativa en el cambio social*. (pp. 287- 301). Corporación Universitaria Minuto de Dios.

Londoño, S. y Álvarez C. (2018). Condiciones de desarrollo humano y exclusión social laboral en jóvenes de Manizales. *Revista Espacios*, 39 (09). 11-23.

<https://www.revistaespacios.com/a18v39n09/a18v39n09p11.pdf>

López, O. A., Vargas, L., Covelli, C., Pérez, M. A. y Santamaría, L. P. (2015). Sindicalismo y trabajo: la experiencia de los jóvenes bogotanos desde sus repertorios interpretativos. *Universitas Psychologica*, 14(5), 1795-1808. Recuperado.

[http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1657-92672015000500020&lng=en&tlng=es](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1657-92672015000500020&lng=en&tlng=es)

López, R. y Deslauriers, J. (2011). La entrevista cualitativa como técnica para la investigación en Trabajo Social. *Revista Margen*, (61). 1-19. <https://www.margen.org/suscri/margen61/lopez.pdf>

Morales, J. J. y Moreno, C. A. (2022). Afiliación sindical y satisfacción laboral: Análisis del caso colombiano. *Criterio Libre*, 20 (36), 1- 26. <https://doi.org/10.18041/1900-0642/criteriolibre.2022v20n36.9080>

Montarcé. I. (2011). Del otro lado del teléfono: identidad y acción colectiva en Call Centers de la ciudad de México, *Trabajo no clásico, organización y acción no colectiva. Tomo II* (pp. 69- 118). Plaza y Valdés Editores.  
<http://www.relats.org/documentos/HOMENAJES.GT.Textos.LibroNoClasico2.pdf#page=69>

Novick. M. (2016). Nuevas reglas de juego en la Argentina, competitividad y actores sindicales. *Los sindicatos frente a los procesos de transición política* (pp. 25- 46). Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales.

Rodríguez, B. e Iglesia, S. (2015). Organización empresarial y organización sindical en los Call Centers. XI Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires.  
<https://cdsa.aacademica.org/000-061/310.pdf>

Rosado, J. B. (2005). El sindicalismo colombiano: actor social en medio de la guerra, y el temor a la libertad. *En Sindicatos y nuevos movimientos sociales en América Latina* (pp. 95-120). CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales.  
<https://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/gt/20101109025430/4duque.pdf>

- Sala, C. (2017). La Comunicación para el Cambio Social: una mirada participativa al concepto de desarrollo. *Observare*, (58). 104- 105.
- [https://repositorio.ual.pt/bitstream/11144/3562/1/2.3.5\\_CristinaVald%C3%A9s\\_Comunicaci%C3%B3n\\_CambioSocial.pdf](https://repositorio.ual.pt/bitstream/11144/3562/1/2.3.5_CristinaVald%C3%A9s_Comunicaci%C3%B3n_CambioSocial.pdf)
- Sola, S. y Sabariego, J. (2020). Tecnopolítica, recientes movimientos sociales globales e Internet. Una década de protestas ciudadanas. *Teknokultura. Revista de Cultura Digital y Movimientos Sociales*, 17 (2), 195-203. <https://doi.org/10.5209/tekn.66241>
- Srnicek, N. (2018). *Capitalismo de plataformas. Caja Negra*
- Urrea, F., Hawkins, D. y Romero, D. (2020). Una mirada contemporánea del sindicalismo en Colombia. *Revista Trabajo*, 11 (16). 122- 175.
- Urrutia, M. (2016). *Historia del sindicalismo en Colombia, 1850-2013*. Ediciones Uniandes.
- Valencia, J. y Magallanes, C. (2016). Prácticas comunicativas y cambio social: potencia, acción y reacción. *Universitas Humanística*, (81) 15-31. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.uh81.pccs>
- Vega, J. (2015). Prácticas comunicativas, habitus e identidades políticas en procesos de comunicación local. (pp. 221- 231). *Reflexionando las disciplinas*. Editorial UNIMAR.

Wolanski, S. (2017). *Las nuevas generaciones del sindicalismo. Jóvenes, trabajo y organización gremial en la Argentina*. CLACSO. Grupo Editor Universitario. [https://biblioteca-repositorio.clacso.edu.ar/bitstream/CLACSO/11414/1/Las\\_nuevas\\_generaciones\\_del\\_sindicalismo.pdf](https://biblioteca-repositorio.clacso.edu.ar/bitstream/CLACSO/11414/1/Las_nuevas_generaciones_del_sindicalismo.pdf)

Yepes, J. (2022, julio 29) Los Call Center redefinen la idea de precariedad laboral. La Silla Vacía. <https://www.lasillavacia.com/silla-nacional/eje-cafetero/los-call-center-redefinen-la-idea-de-precariedad-laboral/>

# Anexos

**Anexo 1.**

**Matriz bibliográfica**

#	Palabra clave	Autor	Nombre	Tipo	Ubicación	Utilidad	Año
1	Explotación laboral Call Center	Pedro Lisdero	La guerra silenciosa en el mundo de los Call Centers	Artículo de Revista	PDF- Carpeta Material Tesis	Estado del Arte	2012
2	Juventud Sindicatos Call Center Procesos de transformación	Aubain, Florencia Gala, Bravo, Bárbara, Ferro, Matías, Ostroff, Diego y Pintar, María Cielo.	El rol de la Juventud en los sindicatos surgidos en el siglo XXI. Los casos de Peajes y Call Centers.	Artículo de Revista	PDF- Carpeta Material Tesis	Estado del Arte Marco Teórico	2013
3	Sindicatos en Colombia	Observatorio del Programa Presidencial de Derechos Humanos y DIH	Movimiento sindical en Colombia	Boletín Temático	PDF- Carpeta Material Tesis	Marco Teórico	2005
4	Experiencias laborales Call Center	Andrea Del Bono y María Noel Bulloni	Experiencias laborales juveniles Los agentes telefónicos de call centers offshore en Argentina	Artículo de Revista	PDF- Carpeta Material Tesis	Estado del Arte	2008
5	Juventud Sindicatos Empleo de jóvenes	Oficina Regional para América Latina y el Caribe	Juventud y Organizaciones sindicales en América Latina y el Caribe	Libro	PDF- Carpeta Material Tesis	Estado del Arte Marco Teórico	2015
6	Juventud Sindicalismo	JürgenEckl Rafael Umola .	Juventud y Sindicalismo	Artículo de Revista	PDF- Carpeta Material Tesis	Marco Teórico	1992
7	Jóvenes Trabajo Sindicalismo	Sandra WolanSki	Las nuevas generaciones del sindicalismo Jóvenes, trabajo y organización gremial en la Argentina	Libro	PDF- Carpeta Material Tesis	Estado del Arte	2017
8	Sindicalismo Call Center	Bárbara Mabel Rodríguez Ayala y Santiago Iglesias.	Organización empresarial y organización sindical en los Call Centers.	Artículo de Revista	PDF- Carpeta Material Tesis	Estado del Arte	2015
9	Precarización laboral Call Center	Nicolás Eduardo Marrero	Precarización laboral y revitalización sindical en Uruguay: los trabajadores de comercios y servicios	Artículo de Revista	PDF- Carpeta Material Tesis	Estado del Arte	2015

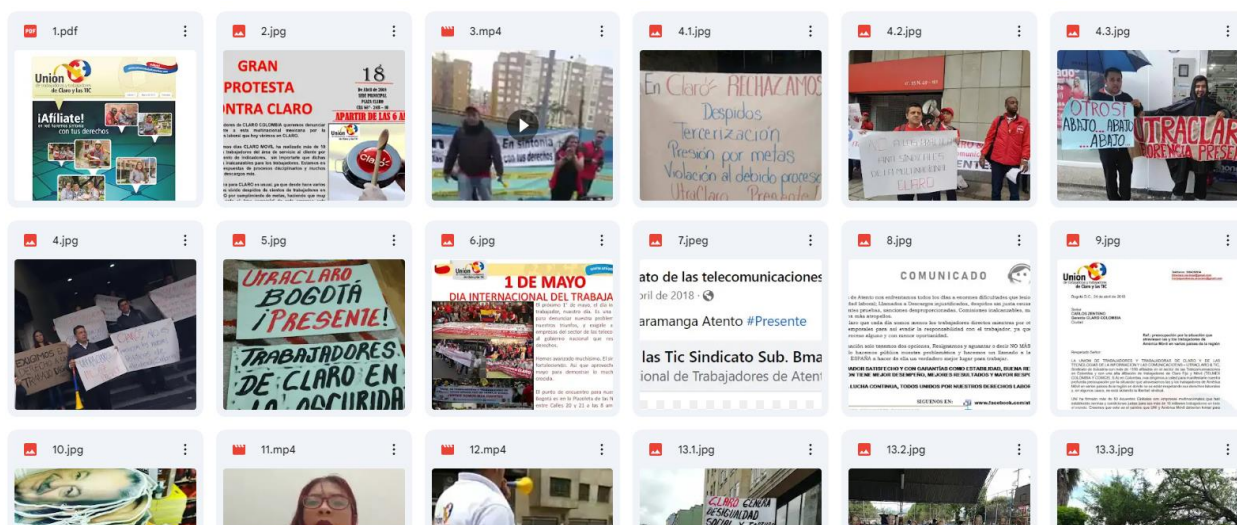
10	Acción Sindical Organización de trabajadores Trabajo en Call Centers	Cecilia Senén González Andrea Del Bono	La revitalización sindical en Argentina: alcances y perspectivas	Libro	PDF- Carpeta Material Tesis	Estado del Arte	2013
11	Exclusión laboral social Condición laboral Jóvenes Desarrollo humano	Sandra Londoño Montoya Claudia Milena Álvarez	Condiciones de desarrollo humano y exclusión social laboral en jóvenes de Manizales	Artículo de Revista	PDF- Carpeta Material Tesis	Estado del Arte	2017
12	Juventud Oportunidades de empleo Relaciones laborales participación de jóvenes	Mariana Castaño- Ravagli Claudia Milena Álvarez-Giraldo	El trabajo: concepciones de jóvenes que laboran en Call Centers en una ciudad intermedia colombiana	Artículo de Revista	PDF- Carpeta Material Tesis	Estado del Arte	2016
13	Jóvenes Trabajo Organización gremial	Sandra Wolanski	Las nuevas generaciones del sindicalismo	Libro	PDF- Carpeta Material Tesis	Estado del Arte	2017
14		Julio César Neffa Andrea Del Bono María Noel Bulloni	Procesos, Organización y Relaciones de trabajo	Documento	PDF- Carpeta Material Tesis	Bibliografía	2019
15	Empresas representativas del sector Concepto de telecomunicaciones	Escuela Nacional Sindical	Relaciones laborales sector de telecomunicaciones	Libro	PDF- Carpeta Material Tesis	Estado del Arte Marco Teórico	2015
16	Jóvenes Trabajo Sindicalismo	Oscar Andrés López Cortés	Sindicalismo y trabajo: la experiencia de los jóvenes bogotanos desde sus repertorios interpretativos	Artículo de Revista	PDF- Carpeta Material Tesis	Estado del Arte	2015
17	Condiciones de empleo Calidad de vida laboral Trabajadores de Contact Center	Edisson Stiven Castro-Escobar Héctor Mauricio Serna-Gómez	Calidad del Empleo en Organizaciones de Servicios de Contact- Center en Manizales, Colombia	Artículo de Revista	PDF- Carpeta Material Tesis	Estado del Arte	2014
18	Precariedad Sindicatos Tercerización	Nicolás Diana Menéndez	Tercerización y precariedad laboral en Argentina: Desafíos y límites del sindicalismo	Artículo de Revista	PDF- Carpeta Material Tesis		2015

19		María Belén Espoz	Colonizar los sentidos: 'calls center' y las nuevas formas de dominación/resistencia en las relaciones capital-trabajo	Reseña Bibliográfica	PDF- Carpeta Material Tesis		
20	Call Center Empleo juvenil Tecnologías de la información	Jordy Micheli Thiri6n	Los call centers y los nuevos trabajos del siglo XXI	Artículo de Revista	PDF- Carpeta Material Tesis	Estado del Arte	2006
21	Mercado laboral Empleo juvenil Oportunidades de empleo	H6ctor Mauricio Serna-G6mez	La inserci6n laboral de los j6venes en Colombia. Retos y perspectivas*	Artículo de Revista	PDF- Carpeta Material Tesis	Estado del Arte	2018
22	Precariedad laboral Call Center Mercados de trabajo	Elena de la Paz Hern6ndez 6guila Juan Jos6 Morales M6rquez	¿Oportunidades de empleo o nuevas formas de trabajo precario? Los call centers de la Zona Metropolitana de Guadalajara	Artículo de Revista	PDF- Carpeta Material Tesis	Estado del Arte	2016
23	Precariedad laboral J6venes Mercado laboral colombiano	María Rubiela Rodr6guez Socha	Precariedad laboral juvenil en trece ciudades y 6reas metropolitanas en Colombia, 2011 y 2017	Tesis de Maestría	PDF- Carpeta Material Tesis	Estado del Arte	2019
24	Sindicalismo Comunicaci6n Nuevas tecnologías Procesos de comunicaci6n	Marta Novick	Nuevas reglas de juego en la Argentina, competitividad y actores sindicales	Artículo de Revista	PDF- Carpeta Material Tesis	Estado del Arte	2016
25	Pr6cticas comunicativas Sindicatos Comunicaci6n	Ana María Catalano	La Crisis de la representaci6n en los sindicatos. Del esencialismo de clase a la funci6n comunicativa	Artículo de Revista	PDF- Carpeta Material Tesis	Estado del Arte	1993
26	Redes Sociales Movimientos si	Jos6 Antonio Cañizares M6rquez	Cambios en las formas de comunicaci6n y movilizaci6n: el sindicalismo en red	Artículo de Revista	PDF- Carpeta Material Tesis	Estado del Arte	2011
27	Pr6cticas comunicativas Sindicatos Comunicaci6n	Elizabeth García Rizo	<i>Estrategias comunicativas del Sindicato Mexicano de Electricistas como mecanismo de resistencia ante el decreto de extinci6n de</i>	Trabajo de Grado	PDF- Carpeta Material Tesis	Estado del Arte	2017

Luz y Fuerza del Centro, 2009- 2014

Anexo 2.

Archivo Digital



Anexo 3.

Matriz de resultados

# DE PRODUCTO	CONTEXTO DEL PRODUCTO	TIPO DE PRODUCTO	DESCRIPCIÓN	TIPO DE PRÁCTICA COMUNICATIVA
1	Información sindical	Periódico	Primera edición del periódico. Hay información básica del sindicato, un comparativo de las negociaciones colectivas con otras empresas del sector de las telecomunicaciones y la información de contacto para afiliaciones	De proyecto

2	Protesta	Pieza gráfica	Convocatoria de protesta por despidos a trabajadores sin el debido proceso disciplinario. El sindicato convoca en todas las ciudades donde tiene presencia. Esta pieza gráfica se hace para los afiliados de Bogotá	De resistencia
3	Protesta	Video	Video del desarrollo de las protestas y denuncias contra Claro en la ciudad de Bogotá	De resistencia
4	Protesta	Fotografías	Fotografías de las protestas contra Claro en varias ciudades donde tiene presencia el sindicato	De resistencia
5	Protesta	Pancartas	Material realizado por los afiliados para apoyar la protesta contra claro. Algunas de las frases identificadas son: "La multinacional Claro abarata la mano de obra colombiana"	De resistencia
6	Día del Trabajo	Pieza gráfica	Convocatoria para la marcha del primero de mayo. El objetivo fue denunciar problemáticas, celebrar triunfos sindicales y exigir mejores condiciones laborales para los trabajadores de Claro y sector de las telecomunicaciones	De resistencia
7	Gestión de Redes Sociales	Redes Sociales	Se crea una página de Facebook de UTRACLARO, pero de la subdirectiva Bucaramanga, donde la mayoría de sus afiliados son trabajadores de la empresa Atento	De proyecto
8	Denuncia	Comunicado	Comunicado de los afiliados de la empresa Atento, para denunciar la omisión de derechos laborales	De resistencia
9	Denuncia	Carta	Carta dirigida a Carlos Zenteno, quien en su momento era el gerente para Claro Colombia, donde se manifiesta la preocupación que existe porque la empresa vulnera los derechos laborales y se violenta la libertad sindical	De resistencia
10	Denuncia	Impreso	Impresiones de máscaras con la cara de Carlos Slim, fundador de la empresa Claro, con la finalidad de que se dé el Acuerdo Marco Global de América Móvil con UniGlobal- UniAmericas	De resistencia
11	Denuncia	Video	Video de denuncia y presión por parte de la presidenta de ese momento, Yuli Higuera para que se dé el Acuerdo Marco Global de América Móvil con UNIAméricas	De resistencia
12	Día del Trabajo	Redes Sociales	Transmisión en vivo por Facebook sobre las movilizaciones del día del trabajador	De resistencia
13	Día del Trabajo	Fotografías	Fotografías de las movilizaciones del primero de mayo en varias ciudades	De resistencia

14	Mensaje de apoyo	Video	Video de apoyo de Francisco Hernández Juárez, presidente STRM Sindicato de Trabajadores de Telmex México. Manifiesta que existe denuncias de persecución a dirigentes sindicales y pocas garantías a la libertad sindical por parte de Claro Colombia	De resistencia
15	Denuncia	Redes Sociales	Publicación en Facebook sobre las malas prácticas que tiene Claro Colombia con sus trabajadores al no llevar un debido proceso disciplinario	De resistencia
16	Información sindical	Video	Video informativo sobre Derechos Laborales. Animación sobre la importancia de no trabajar horas extras, ni perjudicar la vida familiar y social del trabajador	De proyecto
17	Eventos	Fotografías	Asistencia al II Encuentro por la Salud de las Mujeres Trabajadoras. Organizado por la CUT-ENS- SOLIDARITY CENTER- FESCOL	De proyecto
18	Movilización	Fotografías	Jornada de movilización y denuncia en varias ciudades por despidos y cambios laborales de Claro Colombia	De resistencia
19	Mensaje de apoyo	Video	Video de solidaridad ante la denuncia de despidos masivos de trabajadores de ETB, afiliados a SINTRATELEFONOS en Colombia como parte de la política antisindical del alcalde de Bogotá, Enrique Peñalosa.	De resistencia
20	Mitin	Pieza gráfica	Convocatoria a mitin en las instalaciones de Claro en Bogotá por diferentes acciones que han violentado a los trabajadores	De resistencia
21	Mitin	Fotografías	Registro de mitin en varias ciudades por la sobre carga laboral, despidos en Claro	De resistencia
22	Eventos	Fotografías	Primera reunión de líderes sindicales nacionales. Apoyo de UNI Américas	De proyecto
23	Eventos	Fotografías	Taller de Negociación Colectiva junto a los sectores de Comercio, Servicios a la Propiedad y Telecomunicaciones. Apoyo de UNI Américas	De proyecto
24	Campaña de afiliación	Pieza gráfica	Llamado a descargos por cumplimiento de metas en Claro Colombia. Se realiza una campaña de afiliación y fidelización para que los trabajadores sindicalizados y no sindicalizados pueden ponerse en contacto con los líderes sindicales.	De proyecto
25	Información sindical	Pieza gráfica	Pieza gráfica que explica el "Otro Si" que tiene Claro para los trabajadores, que consiste en un nuevo modelo de ventas y metas comerciales	De proyecto
26	Eventos	Fotografías	Seminario de Seguridad y Salud en el Trabajo. Actividad apoyada por UNI Américas, Sask y ENS	De proyecto

27	Eventos	Fotografías	Seminario de líderes sindicales. Actividad liderada por la CUT	De proyecto
28	Campaña de afiliación	Formulario de afiliación	Documento que se utiliza para la afiliación de los trabajadores que quieren ser parte del sindicato	De proyecto
29	Denuncia	Pieza gráfica	Información sobre el cambio que tiene el modelo de cumplimiento. Esto puede afectar a los trabajadores, ya sea porque se vea afectado su salario y los despidan.	De resistencia
30	Denuncia	Pieza gráfica	Denuncia de los descargos masivos que se están presentando en Claro por cumplimiento de metas	De resistencia
31	Denuncia	Pieza gráfica	Denuncia porque mediante una pieza gráfica, Claro persuade a sus trabajadores que no participen en protestas o movilizaciones	De resistencia
32	Eventos	Fotografías	Taller sobre técnicas de sindicalización y organización. Actividad organizada por UNI Américas y Sask	De proyecto
33	Campaña de afiliación	Video	Campaña de afiliación para incentivar a trabajadores no sindicalizados para que hagan parte de la organización	De proyecto
34	Información sindical	Cartelera sindical	Insumo que se utiliza para que los trabajadores estén informados de todo lo que sucede en el sindicato. Cartelera sindical Cúcuta	De proyecto
35	Eventos	Fotografías	Formación de líderes sindicales por parte de la CUT, en convenio con el Ministerio del Trabajo	De proyecto
36	Denuncia	Video	Denuncia de un trabajador por las bajas comisiones que recibe, y que no es acorde con lo vendido en el mes	De resistencia
37	Denuncia	Video	Despidos masivos con justa y sin justa causa, por la no firma de "otro si" por parte de los trabajadores y por puestos de trabajo tercerizados	De resistencia
38	Mensaje de apoyo	Video	Video de apoyo y solidaridad del secretario general de UNI Américas, Marcio Monzane por los despidos masivos en la empresa Claro. Se manifiesta el compromiso de UNI de emprender acciones para evitar atropellos con los trabajadores	De resistencia
39	Denuncia	Video	Video denunciando los despidos masivos por parte de Claro en época navideña	De resistencia
40	Mensaje de apoyo	Video	Concejal Manuel Sarmiento se solidariza y apoya a los trabajadores que están siendo despedidos en Claro	De resistencia
41	Información sindical	Pieza gráfica	Información básica sobre el sindicato y números de contacto para afiliación	De proyecto

42	Campaña de afiliación	Volante	Se realiza una campaña de afiliación que incluye volante con ficha de afiliación e información del sindicato. Recursos proporcionados por UNI Américas	De proyecto
43	Asamblea	Fotografías	Asamblea de la subdirectiva Barranquilla, para organizar planes de trabajo	De proyecto
44	Mitin	Pieza gráfica	Convocatoria a mitin en las instalaciones de Atento en Bucaramanga por diferentes acciones que han vulnerado los derechos de los trabajadores	De resistencia
45	Mensaje de apoyo	Comunicado	Respaldo de la Central Unitaria de Trabajadores- CUT a los trabajadores de Claro, porque están siendo llamados a descargos sin garantías del debido proceso	De resistencia
46	Denuncia	Pieza gráfica	Convocan a unirse a Facebook Live y al Twitteraton para hablar sobre los despidos masivos de Claro	De resistencia
47	Denuncia	Redes Sociales	Se pone el conocimiento la situación de despidos masivos de los trabajadores de Claro	De resistencia
48	Denuncia	Redes Sociales	Se realiza dinámica por la Red Social Twitter con el numeral #NoMasDespidosClaro	De resistencia
49	Información sindical	Video	Anuncio sobre el nuevo rediseño de las Redes Sociales del sindicato	De proyecto
50	Denuncia	Comunicado	Se manifiesta el rechazo a los cambios contractuales que están teniendo los trabajadores y los despidos sin justa causa	De resistencia
51	Jornada jurídica	Pieza gráfica	Pieza gráfica informando el espacio de jornada jurídica para aclarar dudas sobre restricciones médicas	De proyecto
52	Denuncia	Video	Denuncia sobre las malas prácticas que tiene Claro con los trabajadores	De resistencia
53	Campaña de afiliación	Fotografías	Campaña de afiliación en varias ciudades para incentivar a trabajadores no sindicalizados para que hagan parte de la organización. Recursos proporcionados por UNI Américas	De proyecto
54	Información sindical	Pieza gráfica	Reunión de Junta Directiva Nacional para organizar plan de trabajo	De proyecto
55	Información sindical	Pieza gráfica	Información sobre la instancia lograda por el sindicato para nivelar los salarios de los trabajadores afiliados de la empresa Comcel	De proyecto
56	Información sindical	Pieza gráfica	Informe sobre los casos de acoso laboral que se presentan en algunas de las ciudades donde el sindicato tiene presencia	De proyecto
57	Eventos	Fotografías	Registro del primer Foro de Mujeres y Democracia en Colombia. Actividad organizada por UNI Américas	De proyecto

58	Eventos	Pieza gráfica	Anuncio para participar de un Taller de sindicalización, con el fin de aprender tácticas y estrategias para impulsar el crecimiento sindical. Actividad apoyada por UNI Américas	De proyecto
59	Movilización	Pieza gráfica	Apoyo al Paro Nacional del 25 de abril en contra del gobierno	De resistencia
60	Día del Trabajo	Pieza gráfica	Anuncio para que los afiliados salgan a marchar en el día del trabajador	De resistencia
61	Denuncia	Video	Denuncia de una trabajadora por las malas prácticas que tiene la empresa Claro, con quienes tienen restricciones médicas	De resistencia
62	Denuncia	Video	Denuncia de una trabajadora por las malas prácticas que tiene la empresa Claro, con quienes tienen restricciones médicas	De resistencia
63	Movilización	Pieza gráfica	Apoyo al Paro Nacional del 25 de abril en contra del gobierno de Duque	De resistencia
64	Plantón	Video	Se realiza la actividad de volante y plantón con actividad artística en unos de los puntos de Claro, para brindar información a los trabajadores y puedan ser parte del sindicato.	De resistencia
65	Movilización	Fotografías	Marchas del Paro Nacional del 25 de abril- 2019	De resistencia
66	Movilización	Video	Afiliados se manifiestan en contra de los hechos de acoso laboral, persecución sindical y detrimento de los derechos laborales. Realizan un plantón junto con sus familias y actividades de baile y ejercicios	De resistencia
67	Movilización	Video	El poeta José Clemente Peña, a través de uno de sus escritos resalta la labor que ha tenido en sindicato frente a los trabajadores del sector de las telecomunicaciones	De resistencia
68	Movilización	Fotografías	Marcha del Primero de mayo. Día del trabajador	De resistencia
69	Movilización	Video	Video de apoyo del concejal Manuel Sarmiento en el día del trabajador	De resistencia
70	Día del Trabajo	Video	Video sobre como transcurrió el día del trabajador en todas las ciudades donde el sindicato tiene presencia	De resistencia
71	Campaña de afiliación	Video	Video de invitación para que los trabajadores puedan ser parte de la organización sindical	De proyecto
72	Mitin	Pieza gráfica	Convocatoria a mitin en las instalaciones de Atento en Bucaramanga por la desmejora salarial a los trabajadores de esta empresa	De resistencia
73	Mitin	Fotografías	Registro de mitin en Bucaramanga por la desmejora salarial a los trabajadores de Atento	De resistencia
74	Campaña de afiliación	Fotografías	Jornada de volanteo y afiliaciones en Bogotá. Recursos proporcionados por UNI Américas	De proyecto

75	Eventos	Fotografías	Participación en el segundo Taller de Negociación Colectiva. Actividad organizada por UNI Américas	De proyecto
76	Denuncia	Video	Denuncia por sus malas prácticas laborales con los trabajadores, horarios y salarios van en contra de los derechos de los trabajadores de Atento	De resistencia
77	Casos de afiliados	Pieza gráfica	Caso de un afiliado que contó con el respaldo del sindicato para exigir sus derechos	De resistencia
78	Información sindical	Pieza gráfica	Información sobre la libertad de organización sindical	De proyecto
79	Denuncia	Redes Sociales	Se realiza dinámica por la Red Social Twitter con el #NoMasDespidosClaro	De resistencia
80	Negociación Colectiva	Pieza gráfica	Anuncio que se iniciará la negociación colectiva entre el sindicato y las empresas Claro y Atento	De proyecto
81	Eventos	Fotografías	Participación en taller de negociación colectiva. Actividad organizada por UNI Américas	De proyecto
82	Plantón	Pieza gráfica	Convocatoria a plantón para radicación de pliego de peticiones de los trabajadores de Claro	De resistencia
83	Plantón	Fotografías	Radicación del pliego de peticiones y rechazo a los asesinatos de líderes sociales en Colombia	De resistencia
84	Negociación Colectiva	Video	Explicación del proceso de la negociación colectiva	De proyecto
85	Movilización	Video	Movilización en rechazo a la circular 049 del Ministerio del Trabajo, que pone en riesgo la estabilidad laboral reforzada de los trabajadores	De resistencia
86	Eventos	Fotografías	Taller sobre salud y trabajo vinculado a la estrategia de sindicalización organizado. Actividad organizada por UNI Américas, Sask y ENS	De proyecto
87	Eventos	Fotografías	Participación en el Foro de Diálogo Social y Centenario OIT	De proyecto
88	Negociación Colectiva	Video	Apoyo por parte de UNI Américas en el proceso de negociación colectiva	De proyecto
89	Campaña de afiliación	Fotografías	Jornada de volanteo y afiliaciones en Bogotá	De proyecto
90	Mitin	Pieza gráfica	Convocatoria para participar del mitin en el Ministerio de Trabajo de varias organizaciones sindicales en contra de la Circular 049	De resistencia
91	Mitin	Fotografías	Mitin en el Ministerio de Trabajo de varias organizaciones sindicales en contra de la Circular 049	De resistencia
92	Negociación Colectiva	Pieza gráfica	Información sobre el inicio del proceso de negociación colectiva entre Atento Teleservicios de España y el sindicato	De proyecto

93	Negociación Colectiva	Video	Boletín informativo de como avanza el proceso de negociación colectiva	De proyecto
94	Eventos	Fotografías	Capacitación en comunicación en Perú con el objetivo de continuar el fortalecimiento en esta área en el sindicato. Actividad organizada por UNI Américas y apoyo de FES	De proyecto
95	Denuncia	Video	Denuncia sobre el plazo de arreglo directo y prórroga, sin resultados de facilitar la negociación por parte de la empresa	De resistencia
96	Mitin	Fotografías	Mitin en las instalaciones de Claro en Barranquilla por los reiterados despidos injustificados de los trabajadores	De resistencia
97	Movilización	Video	Trabajadores de Claro en Mosquera realizan cese de actividades como forma de protesta por falta de condiciones laborales	De resistencia
98	Denuncia	Redes Sociales	Se realiza dinámica por la Red Social Twitter con el numeral #ClaroNegocie, con el objetivo de que se logre aprobar el pliego de peticiones	De resistencia
99	Plantón	Pieza gráfica	Convocatoria a platón para exigir a la empresa Claro que negocie el pliego de peticiones y no ofrezca un pacto colectivo	De resistencia
100	Denuncia	Fotografías	Fotografías de trabajadores de varias ciudades que impulsan la denuncia a través del numeral #ClaroNegocie para lograr un arreglo con la empresa en el pliego de peticiones	De resistencia
101	Denuncia	Comunicado	Comunicado que deja en evidencia las presiones y amenazas que algunos jefes de Claro ejercen para que los trabajadores se certifiquen en un curso del código de ética. Muchos trabajadores recibieron amenazas de ser enviados a descargos si no ejecutaban el curso.	De resistencia
102	Asamblea	Fotografías	Reunión entre la Subdirectiva Bogotá y los delegados regionales para adelantar acciones en los planes de trabajo	De proyecto
103	Movilización	Pieza gráfica	Convocatoria para participar del Paro Nacional	De resistencia
104	Información sindical	Pieza gráfica	Explicación y pasos para seguir cuando un trabajador es llamado a descargos	De proyecto
105	Denuncia	Pieza gráfica	Denuncia por sobrecarga laboral que tienen los trabajadores de Claro y el poco tiempo que tienen para compartir con sus familias	De resistencia
106	Movilización	Fotografías	Participación en la movilización de Paro Nacional- Paquetazo de Duque	De resistencia
107	Denuncia	Comunicado	Se solicita a la empresa que tenga en cuenta la alteración que hay en el orden público por el	De resistencia

			21N y por tal motivo prevalezca la seguridad de los trabajadores de Claro	
108	Movilización	Fotografías	Participación en la movilización de Paro Nacional- 27N	De resistencia
109	Denuncia	Comunicado	Denuncia por parte del sindicato a la propuesta de la empresa de renunciar de manera voluntaria y acceder al bono transaccional	De resistencia
110	Denuncia	Pieza gráfica	Denuncia por despidos masivos y ofrecimiento de bono transaccional	De resistencia
111	Movilización	Pieza gráfica	Participación en la movilización de Paro Nacional- 21E	De resistencia
112	Información sindical	Pieza gráfica	Información sobre el aumento salarial de ese año que fue del 6% para que los trabajadores puedan verificar que la empresa si realizó dicho aumento	De proyecto
113	Información sindical	Pieza gráfica	Información sobre las Redes Sociales del sindicato	De proyecto
114	Información sindical	Pieza gráfica	Información y acompañamiento a víctimas de acoso laboral	De proyecto
115	Casos de afiliados	Pieza gráfica	Logro del sindicato frente al reintegro de un trabajador de Claro	De resistencia
116	Movilización	Pieza gráfica	Razones para participar en la movilización del 25M- Paquetazo de Duque	De resistencia
117	Información sindical	Pieza gráfica	Primera reunión de diálogo laboral y social	De proyecto
118	Denuncia	Comunicado	Solicitud y exigencias de medidas de contención para los trabajadores por el Covid-19	De resistencia
119	Denuncia	Pieza gráfica	Denuncia por despidos masivos y ofrecimiento de bono transaccional	De resistencia
120	Mitin	Fotografías	Mitin en las instalaciones de Claro en Soacha. Por despidos masivos y atropellos contra los trabajadores	De resistencia
121	Denuncia	Redes Sociales	Se realiza dinámica por la Red Social Twitter con el #CuantosEnfermosNecesitaClaro para evidenciar las condiciones que tienen los trabajadores en época de pandemia Covid-19	De resistencia
122	Casos de afiliados	Pieza gráfica	Logro del sindicato frente al reintegro de un trabajador	De resistencia
123	Campaña de afiliación	Pieza gráfica	Imagen con los datos de sindicato para que los trabajadores se comuniquen por posibles casos de despido	De proyecto
124	Día del Trabajo	Video	Video para conmemorar el día del trabajador en época de pandemia	De resistencia
125	Día del Trabajo	Fotografías	Fotografías para conmemorar el día del trabajador en época de pandemia	De resistencia
126	Consultorio jurídico	Video	Espacio virtual para resolver todas las dudas jurídicas que puedan tener los afiliados	De proyecto

127	Información sindical	Pieza gráfica	Imagen publicitaria de un espacio denominado "Crónicas del trabajo en tiempos de coronavirus" para hablar sobre la situación de los trabajadores de las telecomunicaciones	De proyecto
128	Información sindical	Pieza gráfica	Imagen promocional de un espacio denominado "Crónicas de abusos laborales en los trabajadores de Claro" donde se evidencia algunas violaciones a los derechos laborales de los trabajadores	De proyecto
129	Información sindical	Video	Video promocional de un espacio denominado "Crónicas de abusos laborales en los trabajadores de Claro" donde se evidencia algunas violaciones a los derechos laborales de los trabajadores	De proyecto
130	Casos de afiliados	Video	Entrega de "Crónicas de abusos laborales en los trabajadores de Claro Colombia" este relato habla sobre acoso laboral	De resistencia
131	Casos de afiliados	Video	Entrega de "Crónicas de abusos laborales en los trabajadores de Claro Colombia" este relato habla sobre un proceso disciplinario injusto	De resistencia
132	Campaña de afiliación	Pieza gráfica	Nueva manera del proceso de afiliación. Por motivos de pandemia se empezó a realizar de manera virtual.	De proyecto
133	Campaña de afiliación	Pieza gráfica	Afiliación virtual. Se le brinca al trabajar la confidencialidad del proceso.	De proyecto
134	Movilización	Pieza gráfica	Desde las Redes Sociales se rechaza el proyecto de ley que busca acabar con la estabilidad laboral reforzada	De resistencia
135	Movilización	Pieza gráfica	Rechazo al proyecto de ley 241 que busca acabar con la estabilidad laboral reforzada	De resistencia
136	Movilización	Pieza gráfica	Invitación a participar del Paro Nacional que llevó como lema "por la vida, la democracia y la negociación del pliego de emergencia"	De resistencia
137	Movilización	Video	Paro Nacional del 21 de octubre de 2020. "por la vida, la democracia y la negociación del pliego de emergencia"	De resistencia
138	Casos de afiliados	Pieza gráfica	Logro del sindicato frente al reintegro de un trabajador de Atento	De resistencia
139	Movilización	Pieza gráfica	Apoyo al Paro Nacional del 19 de noviembre de 2020. Por la paz, la vida, la democracia y la negociación del pliego.	De resistencia
140	Movilización	Fotografías	Participación del Paro Nacional del 19 de noviembre de 2020.	De resistencia
141	Información sindical	Pieza gráfica	Conmemoración por el Día Internacional de la Eliminación de la Violencia Contra La Mujer para denunciar la violencia que se ejerce sobre las mujeres en todo el mundo.	De proyecto

142	Casos de afiliados	Comunicado	Se informa como la Jueza Tercera Laboral del Circuito de Santa Marta no concedió el permiso para desvincular laboralmente a un dirigente sindical	De resistencia
143	Eventos	Pieza gráfica	Participación del sindicato en la 5ta conferencia de juventud UNI Américas	De proyecto
144	Eventos	Pieza gráfica	Participación del sindicato en la 6ta conferencia de Mujeres de UNI Américas	De proyecto
145	Información sindical	Pieza gráfica	De proyecto	De proyecto
146	Denuncia	Video	Descargos a trabajadores de Servicio al Cliente por supuestos fraudes	De resistencia
147	Casos de afiliados	Pieza gráfica	Imagen promocional sobre la historia de injusticia por parte de Claro a una trabajadora y su hijo	De resistencia
148	Casos de afiliados	Video	Una nueva entrega de CRONICAS DE LOS TRABAJADORES DE CLARO. Se violentan las recomendaciones médicas que tiene una trabajadora	De resistencia
149	Movilización	Video	Invitación a participar del Paro Nacional del 28 de abril de 2021	De resistencia
150	Movilización	Video	Participación del Paro Nacional del 28 de abril de 2021 en contra de la Reforma Tributaria.	De resistencia
151	Día del Trabajo	Pieza gráfica	Imagen de conmemoración del primero de mayo, día del trabajador	De resistencia
152	Movilización	Pieza gráfica	Imagen para conmemorar el primero de mayo, pero también para rechazar la Reforma Tributaria	De resistencia
153	Movilización	Fotografías	Jornadas de movilización 12 de mayo de 2021- Paro Nacional	De resistencia
154	Campaña de afiliación	Artículo página web	Artículo "Organizarse y lograr avances: Trabajadores de Atento mejoran condiciones laborales en el sector" Destaca los logros que han tenido los trabajadores que están sindicalizados en la empresa Atento	De proyecto
155	Denuncia	Pieza gráfica	Denuncia sobre el comentario de una jefe de un punto de Claro donde discrimina a los trabajadores sindicalizados	De resistencia
156	Campaña de afiliación	Volante	Volante para campaña de afiliación a los trabajadores de Teleperformance.	De proyecto
157	Información sindical	Artículo página web	Con el título "La modalidad Home Office de los Call Centers de Atento en Colombia, debe ser regulada." Este artículo habla sobre esas condiciones que tienen los trabajadores de Atento, pero como UTRACLARO también es una organización sindical para cualquier joven que	De proyecto

			trabaje en Call Center. Se destaca el papel que los jóvenes tuvieron en el estallido social	
158	Convención Colectiva	Artículo página web	Titulado "Inicia la negociación colectiva entre Claro y el sindicato UTRACLARO y TIC." explica en que consiste el pliego de peticiones que se presentó y los puntos más importantes.	De proyecto
159	Campaña de afiliación	Volante	Volante para campaña de afiliación a los trabajadores de Teleperformance	De proyecto
160	Negociación Colectiva	Pieza gráfica	Anuncio sobre el inicio del proceso de negociación entre el sindicato y Claro Colombia	De proyecto
161	Convención Colectiva	Pieza gráfica	Anuncio sobre el inicio del proceso de negociación entre el sindicato y Teleperformance	De proyecto
162	Mensaje de apoyo	Video	Mensaje de apoyo del Senador Wilson Arias a los trabajadores de Teleperformance que inician su proceso organizativo	De resistencia
163	Denuncia	Redes Sociales	Publicación de rechazo en Redes Sociales por la negativa de la empresa Teleperformance en el proceso de negociación, donde pretenden descontar cuotas sindicales retroactivas de los trabajadores afiliados	De resistencia
164	Información sindical	Formulario de afiliación	Formulario de afiliación virtual para trabajadores de Teleperformance	De proyecto
165	Convención Colectiva	Video	Explicación sobre el proceso de negociación colectiva y la importancia del apoyo de los trabajadores sindicalizados	De proyecto
166	Convención Colectiva	Fotografías	Fotografía de trabajadora afiliada mostrando su apoyo al proceso de negociación colectiva	De proyecto
167	Convención Colectiva	Video	Video de la subdirectiva Villavicencio en apoyo al proceso de negociación colectiva	De proyecto
168	Denuncia	Pieza gráfica	Denuncia de que unas horas después de firmar la convención colectiva, Claro socializa el pacto colectivo con todos los trabajadores	De resistencia
169	Movilización	Video	Plantón de los trabajadores de Claro en la ciudad de Villavicencio por los incrementos de las metas comerciales. Ya que si no cumplen pueden ser citados a descargos o despedidos con justa causa	De resistencia
170	Negociación Colectiva	Fotografías	Anuncio sobre el inicio del proceso de negociación colectiva entre el sindicato y Atento en la ciudad de Bucaramanga	De proyecto
171	Denuncia	Video	Denuncia por despidos a nivel nacional de trabajadores por no aceptar bono transaccional. Y denuncia por que Claro quiere	De resistencia

			comparar la labor de los trabajadores con el juego del calamar, con el fin generar presión en ellos para no ser despedidos	
172	Información sindical	Meme	Meme que reitera la existencia en sindicato en Claro Colombia	De proyecto
173	Movilización	Pieza gráfica	Conmemoración del 8 de marzo	De resistencia
174	Información sindical	Video	Video sobre los principios generales del Código Sustantivo del Trabajo	De proyecto
175	Movilización	Video	Invitación a participar de las movilizaciones del primero de mayo	De resistencia
176	Día del Trabajo	Fotografías	Participación del sindicato de las movilizaciones del primero de mayo	De resistencia
177	Firma de petición	Fotografías	Firmatón para radicar en el Ministerio de Trabajo donde se solicita que la entidad revise los pagos de los trabajadores de Teleperformance	De resistencia
178	Movilización	Video	Plantón en el Ministerio del Trabajo por querer limitar la negociación colectiva	De resistencia
179	Movilización	Video	Se entrega al Ministerio del Trabajo las 400 firmas que se recolectaron para que esta entidad realice una intervención a Teleperformance por las irregularidades en los salarios	De resistencia
180	Eventos	Pieza gráfica	Anuncio de la Asamblea Nacional de delegados para elección de la nueva Junta Directiva Nacional	De proyecto
181	Eventos	Fotografías	Asamblea Nacional de delegados 2022	De proyecto
182	Eventos	Fotografías	Participación en audiencia pública sobre la ratificación del Convenio 190 que busca erradicar el acoso y la violencia en los lugares de trabajo	De proyecto
183	Movilización	Video	Apoyo para ratifica el Convenio 190	De resistencia
184	Eventos	Fotografías	Participación de actividad con congresistas norteamericanos para hablar y exponer de la situación laboral en Colombia	De proyecto
185	Eventos	Fotografías	Participación del programa de tutorías para mujeres de UNI Américas	De proyecto
186	Eventos	Fotografías	Participación del Taller de vocerías para la ratificación del Convenio 190	De proyecto
187	Información sindical	Pieza gráfica	Cronograma electoral de 2022-2024 para Junta Directiva Nacional y delegados	De proyecto
188	Información sindical	Video	Anuncio de que MinTrabajo dispuso canales de recepción para reportar denuncias o situaciones	De proyecto

			de vulneración de Derechos Laborales en Teleperformance	
189	Información sindical	Fotografías	Posesión de la Nueva Junta Directiva Nacional	De proyecto
190	Denuncia	Comunicado	Rechazo a la nueva política laboral de Claro	De resistencia
191	Mensaje de apoyo	Video	Visita de una comisión del Ministerio del Trabajo para verificar el desempeño y las condiciones laborales de los trabajadores de Teleperformance en Bogotá	De resistencia
192	Convención Colectiva	Pieza gráfica	Anuncio del inicio de la Convención Colectiva entre el sindicato y Claro Colombia	De proyecto
193	Convención Colectiva	Pieza gráfica	Explicación de los beneficios colectivos que presenta la Convención Colectiva con Claro Colombia	De proyecto
194	Convención Colectiva	Video	Solicitud y petición de apoyo y agitación del pliego de peticiones	De proyecto
195	Convención Colectiva	Video	Viceministro del Trabajo, Edwin Palma envía un mensaje de respaldo a la negociación colectiva entre el sindicato y Claro.	De proyecto
196	Convención Colectiva	Video	Secretario General de UNI Américas, Marcio Monzane envía un mensaje de respaldo a la negociación colectiva entre el sindicato y Claro	De proyecto
197	Convención Colectiva	Documento	Resumen de los beneficios obtenidos en la Convención Colectiva entre el sindicato y Claro Colombia	De proyecto
198	Convención Colectiva	Fotografías	Socialización de la Convención Colectiva en varias ciudades del país	De proyecto
199	Campaña de afiliación	Fotografías	Campaña de afiliación a nivel nacional realizada por integrantes de la Junta Directiva Nacional-empresa Claro. Recursos proporcionados por UNI Américas	De proyecto
200	Campaña de afiliación	Fotografías	Campaña de afiliación a nivel nacional realizada por organizadores sindicales- empresa Teleperformance	De proyecto
201	Convención Colectiva	Fotografías	Socialización de la Convención Colectiva en Bogotá	De proyecto
202	Campaña de afiliación	Fotografías	Campaña de afiliación en los sites de Teleperformance. Liderada por organizadores sindicales	De proyecto
203	Eventos	Fotografías	Celebración 15 años del sindicato	De proyecto
204	Eventos	Video	Conmemorativo de la trayectoria del sindicato	De proyecto
205	Eventos	Video	Recuento de lo que fue la celebración de los 15 años del sindicato	De proyecto

206	Denuncia	Mensajes	Mensajes pequeños sobre situaciones que han sucedido en la empresa Claro	De resistencia
207	Campaña de afiliación	Fotografías	Tormenta- Realización de campaña de afiliación intensificada de una semana para los trabajadores de Teleperformance. Su objetivo es realizar la mayor cantidad de afiliaciones posibles	De proyecto
208	Eventos	Fotografías	Reunión de líderes sindicales de Teleperformance	De proyecto
209	Información sindical	Artículo página web	Titulado "Lxs trabajadorxs de Call Center de Teleperformance se organizan para mejorar sus condiciones laborales " se habla del inicio de todo el proceso de organización sindical con los trabajadores de Teleperformance	De proyecto
210	Información sindical	Artículo página web	Titulado "Organizarse y lograr avances: Trabajadores de Atento mejoran condiciones laborales en el sector" destaca como ha ido avanzando el proceso de organización dentro de la empresa Atento, donde sobresale la subdirectiva de Bucaramanga	De proyecto