

Actividad Sindicato 2

ANÁLISIS INTERPRETATIVO

- El S2, que cuenta con el [apoyo comunicacional de GestionZur](#), empresa especializada en asesorar sindicatos, definió como soporte a su estrategia mediática temas con los que podría lograr empatizar con la opinión pública: Oferta menor al contrato actual, turnos 14x14, brecha salarial de género, y metas de producción inalcanzables.
- En sus comunicados nunca ha hablado de montos de dinero, que es un tópico que obviamente le restaría popularidad en la opinión pública, que históricamente ha visto con recelo las cifras de los bonos que resultan de las negociaciones colectivas mineras.
- El principal instrumento de comunicación interna que ha tenido el S2 es la aplicación Mi sindicato y en canal de Whats App creado para esta ocasión.
- Externamente, su mayor flujo informativo ha estado en su cuenta de Twitter <https://twitter.com/SupervisoresMEL> que desde su creación a fines de agosto de este año ha realizado hasta el 6 de octubre, 52 posteos. A pesar de la incesante actividad tiene solo 82 seguidores, una cifra menor para esa red social.
- En Youtube, la cuenta fue creada el 25 de agosto y a pesar de haber subido 9 videos, solo suma 3 suscriptores y un promedio de reproducciones que bordea la cincuentena de vistas.
- Se constata así que no ha habido viralización de la NC del S2 en redes sociales.
- La presencia en los medios escritos, salvo en algunos regionales como El Mercurio y La Estrella de Antofagasta, que han llevado la NC del S2 en algunas portadas, ha sido en páginas secundarias y notas menores. El enfoque, hasta ahora, es meramente informativo.
- El tema se ha instalado en la prensa, pero con una cobertura hasta ahora de alcance limitado.