

LA CAMPAÑA DE LAS MUJERES QUE TRANSPORTAN EL MUNDO, 2004

DIRECTRICES DE PARTICIPACIÓN EN LA CAMPAÑA

DEPARTAMENTO DE LA MUJER ITF, 2004



Índice

- 1. HOJA INFORMATIVA 1: ¿De qué trata esta campaña?**
- 2. HOJA INFORMATIVA 2: Mujeres que trabajan en los transportes**
- 3. HOJA INFORMATIVA 3: Sindicatos de la ITF y mujeres sindicalistas**
- 4. HOJA INFORMATIVA 4: Objetivos de la ITF 2002-2006**
- 5. Cómo planificar su campaña, en 10 pasos**
- 6. Cómo utilizar la Web de ITF**
- 7. Cómo utilizar los materiales de campaña de la ITF**
- 8. Cómo relacionarse con la prensa**
- 9. Formulario de participación y formulario de evaluación**

Hoja informativa 1: ¿De qué trata esta campaña?

POR QUÉ lanza la ITF esta campaña

- Los sindicatos del transporte necesitan mujeres. Los cambios que se están introduciendo en las estructuras de empleo implican un aumento de la presencia femenina en las empresas de transporte.
- Esta campaña está consagrada a defender los derechos de la mujer y contribuirá a los esfuerzos por elevar el nivel de afiliación y de movilización en los sindicatos del transporte, que resultarán fortalecidos.
- La Conferencia de las Mujeres del 2002 y el 40º Congreso de la ITF acordaron seguir organizando cada 8 de marzo, -- fecha en que se celebra el Día Internacional de la Mujer --, una Jornada de acción de la Campaña "Mujeres Transportando el Mundo." Dicha jornada se inscribe dentro del marco del día de campaña que celebra la agrupación sindical Global Unions. Por ello, pedimos a los sindicatos de la ITF que se apunten a la celebración de esta jornada de campaña anual durante los próximos cuatro años; que aprovechen las oportunidades que brinda la campaña de la ITF para promover la participación, la afiliación y la organización de las mujeres empleadas en los transportes; y que desplieguen formas innovadoras de sindicación de la mano de obra transfronteriza.
- Muchos sindicatos de la ITF con miembros en otros sectores económicos han trabajado en cuestiones que afectan a las mujeres pero no se han centrado específicamente en las mujeres que trabajan en los transportes.

Quién participará

En el 2003 participaron 85 organizaciones sindicales de 45 países (una cifra superior a la alcanzada en el 2002, año en que se apuntaron 66 sindicatos). Este año nos proponemos superar esta cifra.

CUÁLES son los objetivos

El Comité de la Mujer ITF ha identificado cuatro áreas prioritarias para la campaña, bajo el eslógán central de: "Los sindicatos fuertes necesitan a las mujeres":

- Afiliar y organizar a las mujeres en los sindicatos del transporte.
- Violencia y acoso en el lugar de trabajo.
- Salud y seguridad de las mujeres que trabajan en el transporte.
- Los derechos familiares de las mujeres que trabajan en el transporte.

CÓMO se puede participar

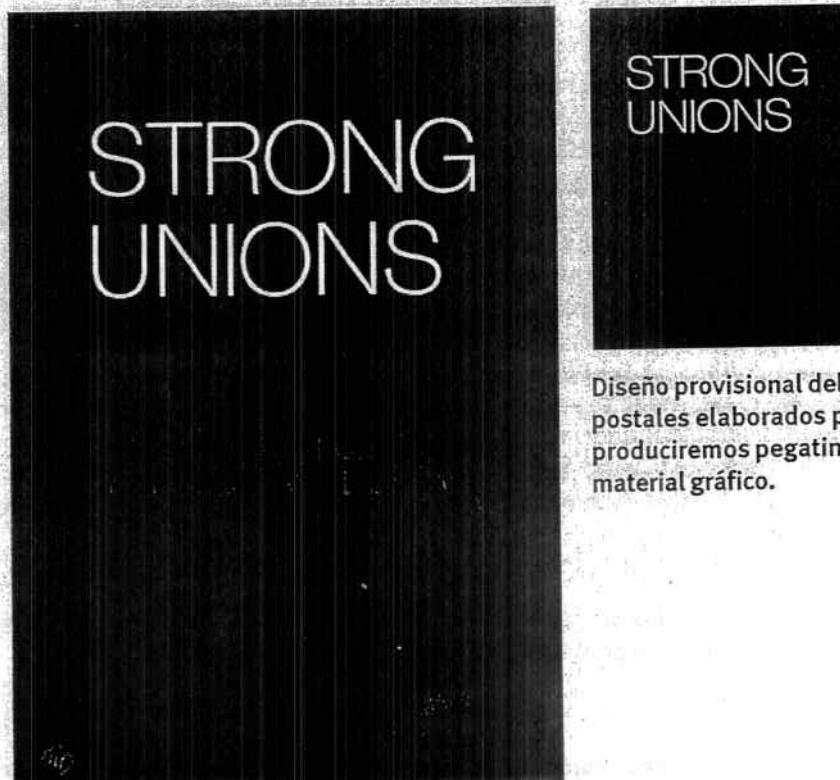
- Obteniendo información sobre cuestiones que afectan a sus mujeres afiliadas
- Organizando a las trabajadoras, especialmente a las jóvenes
- Alentando a las mujeres a presentarse como candidatas a puestos de liderazgo
- Identificando sus propios objetivos en materia de derechos femeninos y que su campaña gire en torno a éstos
- Celebrar actividades para las mujeres que trabajan en los transportes escala sindical y nacional
- Debatir la cuestión de la representación femenina en el sindicato
- Organizar eventos en los que participen y se informe a las familias de las trabajadoras del transporte
- Producir materiales para la campaña
- Interesar a los medios de comunicación
- Sensibilizar acerca de los temas que afectan a las trabajadoras del transporte
- Organizar actividades transfronterizas, utilizando para ello la Red de Mujeres de la ITF

CUÁNDO se celebrará la campaña

- Esta campaña mundial celebrará su día de acción el 8 de marzo de 2004, coincidiendo con el Día Internacional de la Mujer.

CÓMO les ayudará la ITF

- Publicando pósters, tarjetas postales, posavasos y pegatinas en distintos idiomas (ver página siguiente).
- Publicaremos información actualizada y materiales de la campaña en la web de la ITF. Si contamos con suficiente información, enviaremos periódicamente emails a los sindicatos que se han apuntado a la campaña.
- Los eventos de formación que se organicen en las regiones de la ITF incluirán esta campaña en su temario.
- El Secretariado de ITF puede brindarles apoyo práctico de forma limitada. No disponemos de ayudas económicas.



Diseño provisional del póster y de las tarjetas postales elaborados para la campaña. También produciremos pegatinas y posavasos con este material gráfico.

¿En qué beneficia a una mujer afiliarse a un sindicato?

El personal sindicado

- Disfruta de un mayor salario que una persona no sindicada en el mismo empleo;
- Tiene un empleo más estable que el del personal no sindicado;
- Tiene mejores prestaciones sanitarias; pensiones; permiso retribuido por maternidad; permiso parental; horario flexible de trabajo;
- Consigue el reconocimiento de los derechos de colectivos desfavorecidos (jóvenes, emigrantes, minorías étnicas, personas mayores, homosexuales y personas con discapacidades)

¿Cómo pueden ayudar los sindicatos a las mujeres trabajadoras?

- Ofrecen protección contra las decisiones arbitrarias de la empresa;
- Negocian los salarios y los planes de igualdad laboral para mejorar la retribución y el acceso al empleo de las mujeres y de los colectivos desfavorecidos;
- Negocian medidas de protección frente a la discriminación y el acoso por razones de sexo, raza, etnia, orientación sexual o discapacidad;
- Ofrecen oportunidades educativas y formativas a sus miembros afiliados;
- Ofrecen la oportunidad de organizar acciones colectivas en defensa de cuestiones de interés de la comunidad.

Hoja informativa 2: Las mujeres que trabajan en los transportes

De acuerdo con datos de 1998, ITF cuenta con casi medio millón (466.027) de mujeres afiliadas que representan entre un 10% y un 14% de la afiliación sindical de la Federación. Dos tercios de las afiliadas a ITF son europeas. La mayor densidad de afiliación femenina la encontramos en las Secciones de Aviación Civil y de Servicios Turísticos. ITF carece de estadísticas sobre la edad de sus mujeres miembros, aunque la mayoría de las asistentes a los diversos seminarios educativos, donde sí se recogen los datos sobre la edad, suelen rondar la treintena.

Una encuesta de la ITF efectuada específicamente para identificar las áreas en que es preciso llevar a cabo campañas sindicales y ejercer presión a favor de iniciativas políticas, encontró numerosos focos de discriminación directa.

- Una elevada proporción de mujeres en la industria del transporte no disfruta de derechos por maternidad; las trabajadoras se sienten discriminadas cuando contraen matrimonio o tienen hijos.
- Una de cada diez encuestadas considera que hay discriminación retributiva entre hombres y mujeres
- Más de un tercio (37%) de las encuestadas no tiene derecho a licencia retribuida por maternidad y más de la mitad afirma que a las empleadas embarazadas no se les garantiza un cambio de funciones sin mermar sus ingresos.
- Un sexto indicó que les impusieron restricciones tras volver del permiso por maternidad.
- Las mujeres no tienen las mismas oportunidades de ascenso; una de cada 5 se siente discriminada.
- Las mujeres consideran también que los hombres disponen de una gama más amplia de oportunidades de empleo.

El estudio reveló asimismo que las compañías de transporte no están abordando eficazmente el tema de la discriminación. Una de cada cuatro encuestadas afirma que sus compañías no cuenta con una declaración o política sobre igualdad de oportunidades. Un tercio de las encuestadas ni siquiera sabe si existe este tipo de política. Solo un tercio declara que existen procedimientos para abordar el acoso sexual, y de éstas, el 12% afirma que la compañía no adopta medidas inmediatas cuando se produce un incidente de acoso. Tres de cada diez encuestadas no saben si su compañía cuenta con estos procedimientos, políticas o acuerdos sobre acoso sexual. La mitad declara que su empresa no disponen procedimientos para tratar con clientes (como tipo de acoso distinto al que se produce con colegas de trabajo), ni tampoco cuentan con personal cualificado para hacer frente a estos acosadores, clientes violentos o borrachos.

La ITF, sus sindicatos afiliados, las empresas y las instancias normativas nacionales deberían desplegar diversas iniciativas políticas, a la luz de los resultados de dicha encuesta. Las áreas prioritarias son las siguientes:

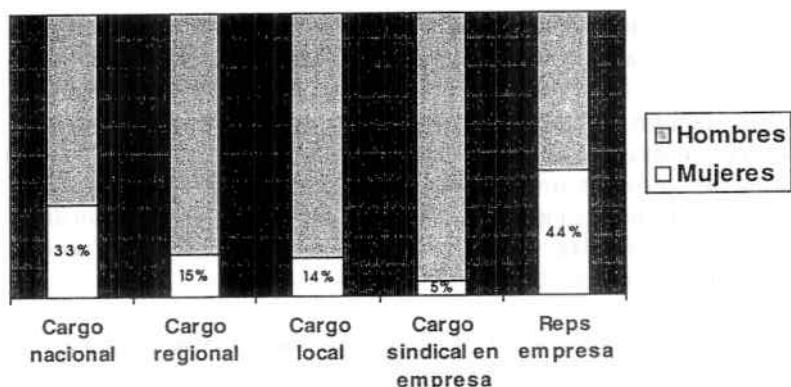
- Discriminación en el acceso al puesto de trabajo
- Incumplimiento de los derechos por maternidad: una cuestión que afecta claramente a las jóvenes trabajadoras
- Menores oportunidades para las mujeres con hijos
- Alto grado de segregación ocupacional
- Falta de formación en las empresas en materia de igualdad de oportunidades y de acoso sexual.

Hoja informativa 3: Sindicatos de la ITF y mujeres sindicalistas

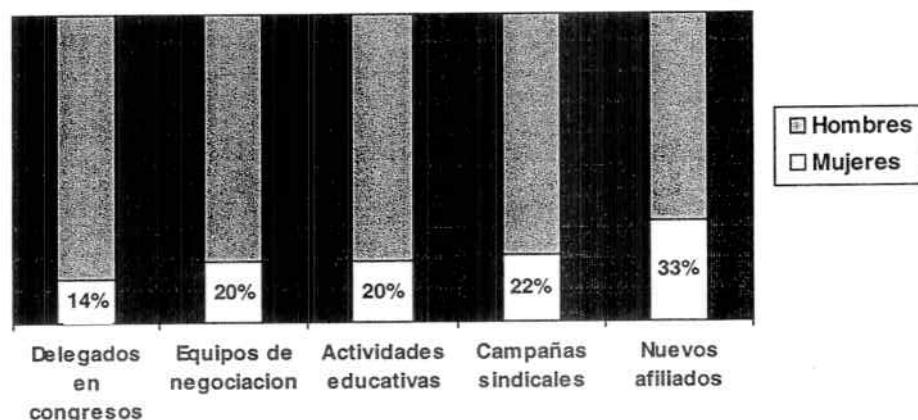
En el 2002 ITF envió a todos sus sindicatos afiliados el cuestionario '**El género en los sindicatos del transporte**' para recabar datos actuales sobre la proporción de hombres y mujeres que ocupan cargos sindicales y participan en los sindicatos del transporte afiliados. Respondieron a la encuesta 99 sindicatos (el 16%) de un total de 636 organizaciones afiliadas a la ITF. Esta cifra representa a casi 1.500.000 miembros, un tercio del total de miembros de la ITF. He aquí algunos resultados preliminares a tenor de la información recibida:

- Como media, los sindicatos cuentan con un 16% de mujeres afiliadas
- A excepción de las tripulantes de cabina, la mayoría de las mujeres en la encuesta ocupan empleos sedentarios
- La mitad de los sindicatos encuestados tienen al menos una mujer ocupando un cargo ejecutivo
- 53 de los 99 sindicatos encuestados poseen estructuras para las mujeres; 26 afirman carecer de ellas
- La mayoría de los encuestados cree en la efectividad de la acción positiva y de la igualdad de oportunidades

El siguiente gráfico ilustra otros resultados importantes de la encuesta. En primer lugar, la mujer está bien representada en la categoría de representante de empresa (delegada sindical, etc.), y en cargos sindicales de ámbito nacional (posiblemente gracias a los sistemas que garantizan la representación a escala nacional). Sin embargo, en los cargos de ámbito local y regional encontramos menos mujeres, un aspecto que será preciso abordar.



La encuesta también revela que las mujeres representan un porcentaje estimable de las nuevas afiliaciones y que participan aceptablemente en las campañas sindicales, todo lo cual evidencia su participación efectiva en las bases del sindicato. Sin embargo, su presencia en las delegaciones que asisten a congresos sindicales no refleja dicho nivel de participación.



Hoja informativa 4: Objetivos de la ITF, 2002-2006

"La globalización afecta a las mujeres que trabajan en los transportes de forma diferente que a sus colegas masculinos. Aunque muchas de las "nuevas" áreas de trabajo se caracterizan por una fuerte presencia femenina, los empleos que se les ofrecen suelen ser de baja calidad, es decir: están mal retribuidos, son a tiempo parcial o temporal, precarios y sin organización sindical.

Al mismo tiempo, la reducción del personal y la reestructuración introducidas en respuesta a la competencia agresiva y descontrolada, junto con la privatización y la reducción de las prestaciones sociales ocasionadas por la reestructuración gubernamental, provocan miedo y reducen las expectativas de la mano de obra.

Estas tendencias enfrentan a unos trabajadores contra otros, a las mujeres contra los hombres, y favorecen un entorno de trabajo sumido en la intimidación y el miedo, en el que el personal se siente, con frecuencia, sin poder para actuar. La organización sindical poderosa, con su consecuente capacidad de contraataque, resulta fundamental ante esta situación. En la economía globalizada, una organización sindical poderosa reviste mayor importancia que nunca para las mujeres que trabajan en el transporte.

Conclusiones de la Conferencia de las mujeres de la ITF, 2002

La misión principal de la ITF en el periodo 2002-2006 consiste en mejorar las vidas de las mujeres empleadas en los transportes, liberándolas del miedo gracias a la fuerza y la solidaridad sindicales. En concreto, ITF se esforzará por:

- Fortalecer a las organizaciones afiliadas a la ITF mediante la mejora de la participación femenina tanto en los sindicatos como en la fuerza laboral, a través de la adopción de medidas estructurales y estatutarias, además de medidas educativas y de formación (incluida la formación sobre liderazgo)
- Recabar el apoyo decidido de nuestros colegas masculinos, aliándonos con ellos y, cuando resulte apropiado, ofrecer a hombres y a mujeres iniciativas de sensibilización en materia de género.
- Continuar identificando qué áreas necesitan mejorar la participación de las mujeres que trabajan en el transporte.
- Analizar desde la perspectiva del género, los efectos de la globalización sobre el empleo del personal de los transportes, para que sirva de base a nuestra posición en futuras campañas en defensa de los derechos fundamentales de las mujeres empleadas en el transporte
- Ejercer presión para que el tema de la igualdad entre los géneros se erija entre las prioridades de la agenda sindical internacional en sus deliberaciones sobre las normas laborales fundamentales.
- Esforzarse por combatir la intimidación y la violencia

Si lo desean, pueden combinar cualquiera de estos objetivos en su campaña

ITF ha decidido también recopilar datos sobre compañías de transporte que emplean prácticas flagrantemente discriminatorias y lanzar campañas publicitarias que expongan a la luz pública a dichas compañías; examinar las compañías multinacionales y las alianzas transnacionales con el objetivo de articular códigos de conducta en materia de género; y analizar la función de las mujeres que trabajan en las áreas de logística, centros de llamadas, trabajo informal y teletrabajo.

Además, nuestra federación se esfuerza por garantizar que no se pierden las prestaciones sociales y, en concreto, las disposiciones sobre maternidad, a consecuencia de la contratación transfronteriza.

5. Cómo planificar su campaña, en 10 pasos

Cada sindicato decide cómo participar en la campaña. Pedimos a cada sindicato participante que defina sus propios objetivos. Pueden planificar su campaña siguiendo los diez pasos que les proponemos:

1^{er} paso: Identificar los objetivos de la campaña

- Las mujeres de los sindicatos o en grupos nacionales deberían reunirse – bien de manera oficial, a través de una reunión que forme parte de la estructura democrática del sindicato, en pequeños grupos o de manera informal – para decidir qué cuestión consideran prioritaria.
- Si en su país se ha nombrado a una persona de contacto de la Red de Mujeres ITF, podrían consultar con ella (pregunten al Departamento de la Mujer de la ITF, cuando desconozcan quién es la persona de contacto).
- Su campaña puede girar en torno a la violación de un derecho fundamental, por ej: el incumplimiento de los derechos por maternidad por parte de una empresa o de un gobierno
- puede consagrarse a un objetivo político, como un cambio legislativo
- puede ser una campaña mediática de sensibilización
- Puede poner el acento en que su sindicato intensifique las medidas tendientes a resaltar la importancia de los temas que afectan a las mujeres en su agenda de la negociación colectiva
- Puede consagrarse a otro objetivo sindical. De nuevo este año la ITF pone el acento en la organización y reclutamiento de las jóvenes trabajadoras, así que tal vez puedan ustedes organizar iniciativas que ayuden a elevar la afiliación de mujeres jóvenes.
- Decidan a qué personas o grupos tienen intención de influir mediante su campaña, por ejemplo: miembros de los sindicatos, público general, un empleador, una determinada instancia gubernamental

2º Paso: Cómo evaluar el éxito de su campaña

Decida cómo medirá el éxito de su campaña. Podrían tomar en cuenta aspectos como:

- Si el objetivo es movilizar a sus miembros, ¿cuál será el número de participantes? (ITF probablemente les pedirá este dato) ¿cómo recopilarán estos datos?
- ¿De qué tipo de campaña se trata? Por ejemplo, si luchan por un objetivo político, una forma de medir el éxito de su campaña es comprobando si han alcanzado dicho objetivo. Si pretenden organizar una campaña mediática, entonces tendrán que evaluar la cobertura que la prensa ha dado a los actos.
- Recuerden, para evaluar su campaña, primero tienen que definir qué esperan conseguir con ella.

3^{er} Paso: Consultar y recabar apoyos y aliados

- Una vez identificados los objetivos y destinatarios de la campaña, será necesario que las mujeres consulten y conciencien a todas las categorías del sindicato, para recabar su apoyo.

4º Paso: Programar la fase de precampaña

- ¿Cómo pretenden influir sobre su grupo destinatario, para alcanzar su objetivo? Decidan qué actividades van a organizar. He aquí algunos ejemplos:

De forma individual, los miembros podrán:

- Distribuir información a familiares y compañeros de trabajo
- Escribir a parlamentarios o ministros encargados de los asuntos de la mujer, relaciones industriales/laborales, etc., pidiéndoles que presten apoyo a la campaña sindical
- Invitar a oradores/as a las reuniones en el lugar de trabajo, que hablen sobre alguno de los aspectos de la campaña
- Escribir cartas a los periódicos locales

LA CAMPAÑA DE LAS MUJERES QUE TRANSPORTAN EL MUNDO, 2004

En la comunidad, los sindicatos podrán:

- Celebrar foros para explicar los objetivos y solicitar el apoyo comunitario a la campaña
- Obtener firmas y presentarlas a los políticos
- Organizar grupos de simpatizantes y de familias que asistan a eventos locales tales como ferias, festivales, mítines, etc. para distribuir información
- Trabajar con grupos de mujeres
- Celebrar días especiales, tales como el Día Internacional de la Mujer (8 de marzo) y el Día del Trabajo (1º de mayo) y el 25 de noviembre, el Día Internacional para la eliminación de la violencia contra las mujeres.

Los sindicatos podrán:

- Distribuir información a sus miembros
- Organizar eventos especiales
- Dar publicidad a los objetivos de la campaña a través de artículos periodísticos y boletines de noticias dirigidos a los miembros
- Organizar campañas en su sector pidiendo a las empresas que respeten los derechos básicos
- Preparar material publicitario que puedan utilizar los miembros del sindicato y representantes comunitarios
- Preparar una campaña en los medios informativos

5º Paso: Decidir los requisitos prácticos

Decidir qué necesitarán para acometer las actividades propuestas. Preparar un plan. Designar a una persona de contacto que se encargue de informar a la ITF y a otros sindicatos miembros de la ITF.

6º Paso: Informar a la ITF

Completen los formularios que encontrarán en las páginas 14 y 15, para informar a la ITF. Comunicaremos sus actividades a otros sindicatos y publicaremos sus informaciones en la página web y en sesiones informativas sobre la campaña

7º Paso : Llevar a cabo los preparativos

- Como preparación, coordinen sus actividades con otros miembros de la ITF en su región/país, incluyendo a posibles sindicatos afiliados.
- Planifiquen la cooperación transfronteriza
- No olviden que pueden utilizar la Red de Mujeres ITF para apoyar su labor
- Estudien qué materiales van a necesitar

8º Paso: Lanzamiento de la campaña

■ Antes de poner la campaña en marcha, repasen la lista siguiente:

LISTA DE VERIFICACIÓN

No olviden:

- formular objetivos claros para la campaña
- decidir a quién va dirigida (autoridades, organizaciones, miembros de los sindicatos)
- informar bien a sus miembros sobre la campaña
- perfilar un plan de preparación de la campaña
- formular un plan y actividades que culminen en fechas especiales, tales como el 1º de mayo o el 8 de marzo
- asignar el presupuesto correspondiente a estas actividades
- establecer contacto con otros sindicatos nacionales y de países vecinos
- informar a otras organizaciones sindicales y centrales nacionales
- informar a la prensa
- designar a una persona que se encargue de enviar reportes al Secretariado de la ITF sobre las actividades realizadas

9º Paso: Informar a la ITF

- Informen a la ITF cuáles de sus objetivos han alcanzado, así daremos publicidad a sus esfuerzos. ¡No olviden enviarnos fotos!

10º Paso: Evaluación y seguimiento

- Una vez concluidas sus actividades, evalúen los logros conseguidos. ¿Pueden introducirse mejoras?
- ¿Cuál será su próximo paso? Elabore un plan estratégico para su próxima actividad.
- Recuerde responder a los siguientes interrogantes: quién, qué, cuándo, dónde, por qué, cómo y... con qué recursos

6: Cómo utilizar la web de la ITF

A partir de enero de 2004 tendrán a su disposición un enlace especial en la web de la ITF para apuntarse a la campaña de las mujeres, suscribirse al servicio de emails y publicar sus actividades previstas. También podrán bajarse los materiales de forma electrónica. Esperamos utilizar mucho más las comunicaciones electrónicas este año pero, para ello, necesitamos que ustedes nos envíen información. Así que, por favor, contribuyan y utilicen este servicio.

"Durante la jornada de acción se alcanzó el mayor número de visitas realizadas en un solo día a nuestra web (esta cifra ha sido ya superaba, pero entonces constituyó todo un récord): 3.772 páginas consultadas. Ese mes se consultaron 67.142 páginas y recibimos 13.068 visitas (de 74 países) que, como media, dedicaron 6:03 minutos a nuestra web. Podemos decir sin temor a equivocarnos que este repunte se debe a las dos campañas en curso en aquel momento. El día de campaña de las mujeres superó a la jornada ferroviaria en términos de páginas consultadas."

Manager de la web ITF, refiriéndose a la Campaña de las mujeres del 2002.

7: Cómo utilizar los materiales de campaña de la ITF

- **Materiales impresos:** Estamos preparando un póster, tarjetas postales, posavasos y pegatinas con el lema de la campaña «Los sindicatos fuertes necesitan a las mujeres»
- **Folletos sobre afiliación:** al dorso pueden ver el borrador de un folleto dirigido a afiliar nuevos miembros. Si lo desean, pueden elaborar algo similar.
- **Mujeres transportando el mundo: manual de consulta**
Este recurso es importante ya que sus capítulos contemplan gran parte de los materiales que deberán examinar para alcanzar los objetivos de la campaña. Está a su disposición en tres idiomas (francés, inglés español) en versión impresa o en la web de la ITF
- **Materiales de prensa** (véase *Cómo utilizar la prensa*, al dorso)
- **Pack informativo sobre la Red de mujeres ITF**
Contiene información sobre la red de contacto de las mujeres de ITF. Pueden solicitarlo al Secretariado de la ITF
- **Encuesta sobre igualdad y género en los sindicatos del transporte**
Esta publicación destaca las áreas en que es preciso incidir para conseguir la igualdad laboral en los transportes. Pueden solicitarla al Secretariado de la ITF y les puede servir como herramienta informativa en su campaña. También pueden utilizar la 'Hoja Informativa 3' que encontrarán en la página 7.

AFILIARSE A UN SINDICATO: ¿QUÉ IMPLICA PARA LAS MUJERES?

Las trabajadoras tienen derecho a afiliarse a un sindicato del mismo modo que los hombres. Un sindicato poderoso puede proteger y defender los derechos de la mujer pero, para lograrlo, las mujeres afiliadas han de participar y estar bien organizadas.

He aquí algunos de los derechos de toda mujer que se afilia a un sindicato:

- Ser invitada a las reuniones del sindicato, que deben ser organizadas en horas que sean convenientes para las mujeres;
- Expresar sus propios puntos de vista;
- Ser consultadas sobre el salario y las condiciones de trabajo antes de que el sindicato inicie, en su nombre, las negociaciones con el empleador;
- Conocer quién es su representante sindical y cómo contactarle/la;
- Participar en la elección de representantes sindicales;
- Ser representada por el sindicato si tiene una queja o si tiene problemas con su empleador;
- Participar en los debates sobre las políticas del sindicato;
- Participar en los programas de educación y formación del sindicato.

¿Cómo puedo participar en el trabajo de mi sindicato?

Puedes hacer lo siguiente:

- Plantear con más contundencia las opiniones de las trabajadoras en las discusiones con la dirección;
- Ocuparte de casos de trato injusto por parte de los empleadores;
- Participar en negociaciones por mejorar el salario y las condiciones de trabajo, sobre todo del personal con salarios más bajos, que en general son mujeres;
- Identificar y poner fin a políticas y prácticas que discriminan a la mujer en áreas tales como la formación y las evaluaciones de empleo;
- Negociar con los empleadores la mejora de la protección de la maternidad y de los servicios de cuidado a la infancia;
- Promover mejoras en las condiciones de salud y seguridad ocupacional;
- Ocuparte de los casos de acoso sexual en el trabajo;
- Aprender sobre los derechos de los trabajadores y sobre los derechos de las mujeres, para defender mejor a tus colegas;
- Colaborar con otras organizaciones para promover los derechos de las mujeres en la comunidad.

¿Quieres más información? (incluir aquí los datos del sindicato del transporte)

8: Cómo relacionarse con la prensa

RECOMENDACIONES para preparar una nota de prensa: Lo fundamental es decidir el mensaje principal que deseas que aparezca en los medios de comunicación, y escribirlo de forma concisa, vigorosa, utilizando el lenguaje que normalmente se emplea en el medio de comunicación elegido. Si consigues una nota de prensa bastante breve, que contenga todos los elementos de interés y todos los datos para escribir un artículo será más probable que la utilicen con los mínimos recortes.

Las notas de prensa siguen la siguiente estructura estándar, de arriba a abajo:

- **Encabezado:** escribe el nombre de tu ‘sindicato’ y también: “nota de prensa”.
- Has de indicar la fecha y, a continuación, especificar “para su publicación inmediata” o “no utilizar antes de”, (en caso de que la envíes con tiempo suficiente para que la publicación organice la cobertura de la noticia, pero no quieras que aparezca demasiado pronto, porque en ese caso sus competidores y periódicos diarios no la utilizarán.)

El titular que lleva la nota de prensa sirve tan solo para referencia del periodista. Es muy poco probable que publiquen ese mismo titular. El texto que va a continuación debe estar escrito a doble espacio, o a espacio y medio, y por una sola cara. No subrayes nada.

La primera frase es la más importante. No debe exceder las 25 a 30 palabras y debe contener la respuesta a las cinco preguntas clave:

- **QUÉ** está sucediendo
- **QUIÉN** lo está llevando a cabo
- **DÓNDE** está sucediendo
- **CUÁNDO** va a suceder
- **POR QUÉ** está sucediendo

Si, por alguna razón, no puedes incluir algunas de estas preguntas en la primera frase, deberás incluirlas en la segunda frase, por ejemplo:

“Las mujeres trabajadoras del transporte (*quién*) del mundo entero (*dónde*) se reunirán el 8 de marzo (*cuándo*) para un día de actividades (*qué*) durante el cual reivindicarán sus derechos fundamentales (*por qué*).”

Debes intentar utilizar verbos en activa y no en pasiva: Es preferible decir que estamos acometiendo una acción para conseguir un objetivo, a solo expresar una opinión en contra de, por ejemplo, una determinada ley que afecta a las mujeres. A continuación enumera las razones por las que se está organizando el evento y explica sus antecedentes, si lo consideras necesario. Señala los objetivos que tienen un impacto positivo sobre el público en general, así como sobre los sindicalistas. (No tengas miedo a organizar eventos publicitarios espectaculares que con frecuencia generan más interés en la prensa que una gran manifestación). Intenta incluir, sobre el cuarto párrafo, varias citas. Éstas te brindan la oportunidad de ofrecer un estilo más emotivo que el utilizado en el resto del texto, y permite al periodista que escribe el artículo parecer que ha entrevistado a las personas afectadas. Solo por esta razón, siempre deberías incluir citas, preferiblemente atribuidas (y aprobadas por) alguien con una categoría que suene importante. Nunca incluyas jerga o siglas sin explicar. Evita los clichés y, sobre todo, huye de lo que se conoce como idioma “sindicalés”.

Si la nota de prensa tiene más de una página, escribe abajo “*continúa*” y repite el titular en la segunda página, en letra pequeña. Grapa y numera las páginas e intenta que la nota de prensa nunca sobrepase las dos páginas. Al final de la nota de prensa escribe ‘*firm*’ y, a continuación, indica los datos de la persona que haya sido designada como contacto con la prensa. Esto es esencial.



ITF House
49–60 Borough Road
London SE1 1DR
Telephone +44 20 7403 2733
Fax +44 20 7357 7871

国 Federación Internacional de los Trabajadores del Transporte
際 Fédération internationale des ouvriers du transport
運 Internationella Transportarbetarfederationen
輸 Internationale Transportarbeiter-Föderation
連 International Transport Workers' Federation

A todas las organizaciones afiliadas a la ITF

Circular N°:205/A.17/2003

Or: 10 de noviembre de 2003
Sp: 15 de diciembre de 2003



Estimados/as colegas:

Nº 59 FECHA 20/10/04.

Mujeres Transportando el Mundo: Jornada de acción ITF, 8 de marzo de 2004

Les escribo para informales sobre la jornada de acción de la Campaña en defensa de los derechos fundamentales de las mujeres, prevista para el próximo 8 de marzo de 2004. Venimos celebrando este día de campaña desde el 2001, con el objetivo de apoyar la sindicalización y afiliación de las jóvenes que trabajan en los transportes y de incrementar las actividades de las organizaciones afiliadas a ITF, dirigidas a luchar por los derechos de las mujeres que trabajan en el transporte. Cada vez es más evidente que, en la mayor parte del mundo, afiliar a más mujeres en sindicatos del transporte constituye una de las claves para el futuro a largo plazo de las organizaciones sindicales.

Durante los últimos tres años, nuestra campaña se ha vertebrado en torno a varias prioridades de las trabajadoras de los transportes, (identificadas por el Comité de la Mujer de la ITF), a saber: violencia y acoso; salud y seguridad; y derechos familiares en las empresas de transporte. En el 2004 ITF pide a todos sus sindicatos afiliados que vuelvan a apuntarse a esta campaña mundial, unidos bajo el eslógán “Los sindicatos fuertes necesitan a las mujeres”.

Les adjunto un ejemplar de las *Directrices para las actividades de campaña* que hemos redactado con objeto de ayudarles a planificar su campaña. En la última página encontrarán un formulario de participación. Rogamos a todas las organizaciones afiliadas que lo complete y nos lo envíen. Publicaremos la información sobre las actividades que tengan ustedes previsto celebrar, en la web de la ITF. Si desean ponerse al día informarse sobre las actividades organizadas desde el 2001, visiten la web de la ITF: <http://www.itf.org.uk/women/index.htm>.

Les agradecería que completaran tanto el *Formulario de participación* (Anexo 1), incluyendo los detalles de las actividades que tienen previsto celebrar; como el *Formulario de solicitud* (Anexo 2), si desean recibir materiales que hemos preparado para esta campaña. Por favor, envíenme ambos formularios al Departamento de la Mujer, por fax, al nº: +44 20 7357 7871; o por email: women@itf.org.uk, tan pronto como les sea posible, para que nos dé tiempo a remitirles por correo los materiales.

En el 2003 participaron en este día de campaña 85 sindicatos de 45 países, un número superior al del año precedente, en el que participaron 66 sindicatos. Animo a todos y cada uno de nuestros sindicatos afiliados a unirse a esta jornada de campaña, para lograr que el próximo 8 de marzo constituya un éxito rotundo. Mejorar la participación femenina en los sindicatos beneficia a todos, ya que el futuro de nuestros sindicatos del transporte depende de nuestra capacidad de sindicar a las mujeres.

Esperando una mayor participación en la jornada de acción del 2004, les envía,

Un saludo solidario:

David Cockroft
Secretario General

Adjunto: Anexo 1: Directrices para las actividades de campaña
Anexo 2: Formulario de solicitud de materiales de la campaña

511/DC/el/kw