

CUADERNOS DE INFORMACION SINDICAL

«El proceso de elecciones sindicales es el primer foco de atención de todos los cuadros sindicales para el próximo período»

Informe aprobado por el Consejo Confederal
24 de octubre de 2006

- Propuesta de *Plan de Actuación en Materia de Comunicación Confederal* aprobada por el Consejo Confederal

«El proceso de elecciones sindicales es el primer foco de atención de todos los cuadros sindicales para el próximo período»

Informe aprobado por el Consejo Confederal
24 de octubre de 2006

Propuesta de Plan de Actuación en Materia de Comunicación Confederal, aprobada por el Consejo Confederal

Edita: Confederación Sindical de Comisiones Obreras

© Madrid, noviembre 2006

Realiza: Paralelo Edición

Depósito legal: M-48689-2006

Impreso en papel reciclado



ÍNDICE

INFORME APROBADO POR EL CONSEJO CONFEDERAL	5
PROPUESTA PARA UN PLAN DE ACTUACIÓN EN MATERIA DE COMUNICACIÓN CONFEDERAL	19
Caracterización del plan	21
1. Consideraciones de partida	21
2. Finalidad del plan	22
2.1. <i>Objetivos de la comunicación en CC.OO.</i>	22
2.2. <i>Corregir los principales déficit en el tratamiento de la comunicación en CC.OO.</i>	23
2.2.1. <i>Descripción de la situación actual</i>	26
3.- Medidas del Plan de Actuación	30
Comunicación externa	30
3.1. <i>Sobre la imagen corporativa</i>	30
3.2. <i>Sobre las revistas y publicaciones varias</i>	31
3.3. <i>Sobre las campañas</i>	31
3.4. <i>Sobre las páginas web</i>	32
3.5. <i>Sobre los gabinetes de comunicación y la portavocía</i>	32
Comunicación interna	33
3.6. <i>Sobre las circulares</i>	33
3.7. <i>Sobre los recursos técnicos y la red de distribución de la información</i>	34
3.8. <i>Sobre la información confederal a cuadros y en publicaciones confederales</i>	34
4. Recursos	35
Anexo 1	36

INFORME APROBADO POR EL CONSEJO CONFEDERAL

Esta reunión del Consejo Confederal se realiza en una especial coyuntura. Han transcurrido dos años aproximadamente del periodo entre congresos y se ha traspasado también el ecuador de la legislatura. Llevamos dos años de trabajo para impulsar el Programa de Acción aprobado en el Congreso Confederal y dos años de trabajo marcados por la agenda del diálogo social tripartito.

La coyuntura sindical la marca también, de manera relevante, el inicio de la parte más densa del calendario de renovación de los representantes legales de los trabajadores en las empresas, en el cual se determinará el nivel de representatividad de las distintas fuerzas sindicales.

En anteriores Consejos hemos ido valorando los acuerdos en el ámbito del llamado diálogo social. Las dos últimas reuniones de este Consejo (18 de abril y 12 de junio) refrendaron dos acuerdos importantes en materia de mercado de trabajo y de pensiones que, además de otros acuerdos anteriores, componen ya un buen paquete de acuerdos que hace pensar que lo más importante de esta agenda está realizado.

También en Consejos anteriores se han visto los avances en el programa de trabajo que, bajo el nombre de *«hoja de ruta»*, articula medidas para organizar mejor los recursos del sindicato. Hoy mismo hay varios puntos del orden del día en los que abordaremos materias de este apartado de nuestro trabajo organizativo.

Por todo ello, creo que conviene establecer claramente al inicio de este Informe que el Consejo Confederal debe considerar que *el proceso de elecciones sindicales es el primer foco de atención de todos los cuadros sindicales para el próximo periodo* y que toda la acción sindical en la empresa y el sector, y todo el sentido del trabajo organizativo de ordenación de recursos, debe realizarse con conciencia del valor de esta coyuntura.

El trabajo para planificar esta etapa de EE.SS. está ya realizado y coordinado por la Secretaría de Organización, y es de sobra conocido por todos los órganos de dirección de las organizaciones confederadas. Pero, no obstante, es conveniente que desde el Consejo Confederal y, concretamente, desde esta sesión del Consejo establezcamos varios puntos como bases del trabajo de todos.

- CC.OO. ha conseguido el liderazgo en la representación de los trabajadores con el esfuerzo dilatado y el trabajo coordinado de miles de sindicalistas, en primer lugar nuestros representantes en las empresas.

- A pesar de que, al inicio de este periodo de concentración, la diferencia entre CC.OO. y UGT –segundo sindicato– es la más abultada de todas las ocasiones similares, no está determinado el resultado del proceso. Hasta finales de 2007 se renuevan más del 80% de todos los delegados elegidos y este volumen de renovación permite modificaciones importantes del mapa electoral.
- CC.OO. tiene recursos humanos y económicos suficientes como para abordar el proceso con éxito. Esto es sabido y lo demuestran procesos anteriores, y sólo la dirección adecuada y la coordinación planificada y sostenida de la mayor cantidad posible de estos recursos son las claves del éxito.
- Siendo cierto que el trabajo sindical de todo el sindicato es el que sustenta nuestra legitimación entre los trabajadores, y en particular el trabajo en cada empresa, no es menos cierto que sin una planificación no improvisada y sin una buena utilización de nuestros recursos no obtendremos éxitos en renovación de delegados ni en extensión de la representación a otras empresas.
- Durante este periodo, todos los órganos de dirección de la Confederación y de las organizaciones confederadas, en todas sus reuniones, deben tener información del proceso electoral en su ámbito y hacer seguimiento de los planes de trabajo.
- La movilización de todos los recursos humanos del sindicato es absolutamente imprescindible. Como se demuestra fácilmente (*mapa de realidad contrastada*) el volumen de sindicalistas con crédito horario disponible para el trabajo sindical es enorme, en particular en algunas organizaciones. También lo es el de las personas asalariadas por el sindicato. Y también el de contrataciones para extensión electoral. Otra cosa es el nivel de coordinación y la planificación eficiente, que deja bastante que desear en muchos ámbitos tras leer pormenorizadamente resultados anteriores.
- La coordinación entre estructuras (rama y territorio) es imprescindible. Las rencillas cicateras por la titularidad de los recursos resultan en este momento aún más ridículas e irresponsables, dada la evidencia de que la fortaleza de cada organización depende en gran parte de la fortaleza o debilidad de las adyacentes.
- El plenario de Secretarías de Organización del pasado 6 de septiembre y la posterior reunión de la Comisión Ejecutiva Confederal aprobaron un informe y plan de trabajo muy desglosado en cuanto a responsabilidades, programas de trabajo y calendario que, según el eje director de esta tarea, incluye la determinación de «zonas de atención prioritaria», puntos en los cuales, casi siempre y de forma reiterada, los resultados son malos. Son esos puntos los que revelan los fallos que debemos corregir y sus causas, y sólo los órganos responsables de ese área pueden variar las cosas.

- A lo largo del proceso de concentración de renovación se producirán variaciones notables –como en procesos anteriores– de los datos agregados que tengamos en nuestro poder. El retraso en la grabación de actas electorales para su transmisión a la Secretaría Confederal de Organización, la desaparición de empresas o la coincidencia en el calendario de muchos actos electorales pueden producir picos en las gráficas o modificaciones de las diferencias que no serán determinantes, pero que pueden inducir a euforias o estados de desánimo inconvenientes. El antídoto es el conocimiento del proceso en tiempo real y su transmisión correcta y rápida. Al menos así se podrán detectar tendencias y reforzarlas o corregirlas.
- El proceso ya ha comenzado. La planificación de la utilización de los recursos se hizo hace meses. El pasado día 3 de octubre quisimos hacer, en un acto central, una escenificación de nuestra voluntad y compromisos de hacer bien las cosas. Allí afirmamos nuestro perfil propio: reivindicativo y responsable, anclado en una tradición de compromiso con los trabajadores indudable y abierto al actual mundo del trabajo, que representaron fielmente sindicalistas jóvenes de CC.OO. Afirmamos nuestra voluntad de intervención en la vida económica y social en beneficio de la justicia social, no quedándonos en la denuncia impotente de la injusticia sino actuando permanentemente para cambiar las cosas. Afirmamos nuestro pluralismo natural, pero también nuestro compromiso unitario.
- Como en anteriores procesos de renovación de representantes de los trabajadores queremos conseguir la primacía en la representación para nuestras siglas. Pero también –y para ello– llegar a la mayoría de las empresas, ofrecer a los trabajadores representantes eficaces y honestos, y reforzar nuestra imagen propia. Sabemos que, sobre todo en las pequeñas empresas, este esfuerzo es enorme y a veces no muy fructífero. No es el momento de investigar otras fórmulas de medición de la representatividad que optimicen el ratio esfuerzo/beneficio. Es el momento de trabajar y de responder a la exigencia de las actuales normas y del momento actual.
- Nosotros nos creemos que el mapa electoral es la representación de la voluntad de los trabajadores de delegar su representación en una u otra fuerza sindical, como lo son los parlamentos, asambleas o corporaciones en el plano político. Creemos que las elecciones sindicales deben dar como resultado la constitución de los cauces de representación democrática del mundo del trabajo frente al mundo de la empresa y las instituciones. Nuestro sistema electoral es hoy ansiado por el movimiento sindical de muchos países próximos, donde la legitimación sindical no tiene bases firmes, como las tiene en España.
- La afiliación, el eje de trabajo de la afiliación, debe reforzarse en lo posible en este periodo, aprovechando el mayor contacto de la estructura sindical con los trabajadores y la voluntad de muchos trabajadores de figurar bajo nuestras siglas.

- Por último: la presencia de jóvenes y mujeres en las listas de CC.OO. debe certificar nuestro compromiso con el mundo del trabajo actual en su composición real. No es una cuestión de imagen o marketing: la representación tiene que ver con la identificación del representado con el representante. El mercado de trabajo se mueve, se modifica, se renueva. También un sindicato fiel al mundo del trabajo debe registrar sensiblemente estos cambios.

Siempre que abordamos un nuevo periodo electoral (concentración de la renovación de los representantes de los trabajadores en las empresas) somos conscientes de nuestras deficiencias organizativas. Es este periodo el que mejor ilumina nuestras carencias en esta materia. Estas carencias son las que nos dificultan mantener durante cuatro años conectado el sindicato con sus terminales en las empresas con presencia y representación de CC.OO. Son las que nos dificultan organizar y movilizar según lo establecido nuestros recursos humanos y económicos para los fines acordados.

Para atender a esas debilidades, el Programa de Acción del último Congreso Confederal incluyó varios puntos de desarrollo organizativo, que junto con los puntos de acción sindical confluían en un punto u objetivo general: reforzar la presencia (para la acción) del sindicato en la empresa.

En el orden del día de esta reunión se incluyen desarrollos de la llamada «*hoja de ruta*» que se discutirán separadamente. Pero es –como en consejos anteriores– obligatorio, o al menos conveniente, hacer alguna referencia que los contextualice.

La llamada «*hoja de ruta*» continúa desarrollándose. Para su desarrollo, las EE.SS. no deben ser un alto en el camino. No interfiere este desarrollo el trabajo electoral. Es más, la percepción de nuestras debilidades o deficiencias en los procesos electorales debe ser un estímulo para seguir con un trabajo organizativo que tiene el objetivo de mejorar permanentemente, de forma transparente y consciente, la utilización de nuestros recursos.

El segundo mapa de realidad contrastada es un testigo del avance en el campo de la transparencia de la información. Una vez establecido el primer recorrido del mapa de consolidación fiscal de las estructuras de rama y territorio, el *segundo mapa de realidad* muestra más recursos, ilustra más nuestras potencialidades, que no son pocas. Muestra también que las estructuras van volcando información a ese campo común. No lo hacen de forma homogénea. Quizás la voluntad de hacerlo y la posibilidad de hacerlo no sean homogéneas. Pero el progreso es indudable y debe seguir viéndose cuando tengamos el tercer mapa.

Hoy abordaremos un detallado plan de trabajo (2006-07) para construir y utilizar un nuevo instrumento de trabajo común: el Departamento de Auditoría y Consultoría

Interna (DAYCI), que recibe, para su cumplimiento, claros objetivos. La realización del mapa de realidad, el análisis y evaluación de la utilización de los recursos y el dibujo de perspectivas de trabajo para su aprobación en los órganos; el desarrollo del SIGIS; de las herramientas comunes (confederales) de apoyo a la gestión de sus recursos por las organizaciones confederadas; el desarrollo de infraestructuras comunes –informáticas y tecnológicas, comunicaciones, etc. –.

Concebimos el DAYCI como una herramienta de conocimiento, asesoramiento y evaluación de las prácticas de gestión de recursos. Este instrumento se manejará por todas las estructuras: CEC y organizaciones confederadas. No es, por tanto, su creación y puesta en marcha la adscripción a esta u otra secretaría confederal de nuevos cometidos. No es tampoco un intento de suplir o relevar otras instancias –Comisiones de Control, por ejemplo–. No es más que lo arriba expresado: un instrumento útil para el conocimiento de la realidad de los recursos y su utilización, para la evaluación permanente de los resultados de la gestión y para el asesoramiento (implantación de centros contables, planes contables, desarrollos informáticos, manuales de procedimiento, políticas de recursos humanos). Es un instrumento que debe producir conocimiento, evaluación y asesoramiento para la eficiencia en la gestión de los recursos.

Debemos entender que el volumen de recursos del sindicato requiere atención. Su correcta utilización requiere atención y cuidado. Los resultados «sindicales» no crecen al ritmo de la adquisición de recursos. Las organizaciones confederadas tienen que, desde su autonomía, comprender y practicar la cooperación en beneficio propio y de todos. Deben utilizar sus recursos de forma transparente y eficiente.

La Comisión Ejecutiva Confederal, en su reunión del 4 de julio pasado, aprobó un conjunto de medidas en relación con la «gestión de programas finalistas subvencionados», que han sido enviadas a todos los componentes del Consejo Confederal.

Gestionamos un volumen importante de programas finalistas correspondientes a actividades como: formación, prevención de riesgos, orientación, estudios, etc., gestión realizada con recursos públicos, por lo que nuestra responsabilidad es alta. Lo hacemos desde una organización amplia y con una fuerte autonomía de nuestras estructuras, que hemos de preservar. Precisamente por ello, y para preservar dicha autonomía sin debilitar la responsabilidad, hemos de dotarnos de reglas comunes aceptadas por todos.

Estas medidas se corresponden con la aplicación de la denominada «*hoja de ruta interna*» y pretenden mejorar nuestra gestión, hacerla más transparente, asegurar la calidad del trabajo realizado y reducir los riesgos. La Comisión Ejecutiva Confederal recibirá la información correspondiente sobre los resultados de la aplicación de las citadas medidas.

Este Consejo Confederal tiene que ser el primer impulsor de esta política de responsabilidad.

En este campo del desarrollo organizativo, este Consejo va a tomar en consideración una propuesta de *Plan de Actuación en Materia de Comunicación*. Al igual que el punto anteriormente citado (DAYCI), este plan ha sido debatido y respaldado por los responsables de este área de las organizaciones confederadas.

Quizás la discusión más viva haya sido la habida sobre el punto 3.1 («Sobre la imagen corporativa»); pero no es ese el centro de gravedad de la propuesta. La comunicación del sindicato con los trabajadores y la sociedad debe ser permanente, clara, no ambigua, influyente y cuidada. Lo demás son instrumentos para este objetivo tan importante y más en nuestra época, en la cual el mundo de la comunicación, los medios tan potentes, potencian o interfieren, refuerzan o deforman, acreditan o desacreditan.

Nuestros déficit son notorios y nuestros afiliados los sufren. Nuestros déficit de comunicación nos restan, además, poder sindical.

Nuestros déficit nos obligan a mejorar en todos los ejes. La información a través del contacto personal, a través de nuestros medios—instrumentos escritos, informáticos, publicitarios—o a través de nuestros instrumentos permanentes: teléfonos o locales.

La congruencia de nuestra información, la congruencia de nuestros mensajes; la rapidez de la transmisión; la veracidad y fiabilidad, la claridad y comprensibilidad de lo que transmitimos son las claves del éxito o del fracaso casi siempre.

Por ello, normas compartidas, buenas prácticas constatadas y una transmisión clara que refuerce nuestro discurso unificando nuestro perfil y nuestra imagen, son necesidades evidentes. Para ello, el trabajo debe abordarse en la comunicación interna y en la externa.

Ahí se incluye la pieza de la imagen corporativa fuerte que sea capaz de expresar en simultáneo lo general y lo particular, y lo asocie y lance la idea conjunta de lo permanente y lo actual.

Esto se ha trabajado con ilusión, paciencia y tiempo. Por ello, no podemos hoy despreciar esta ilusión, esta paciencia y este tiempo ya invertidos. No debemos guiarnos por lo que nos demande nuestro particular y siempre discutible gusto estético. Hemos sido convenientemente asesorados por profesionales. Debemos aprovechar este nuevo instrumento de proyección pública como otro impulso a nuestro crecimiento cuantitativo y cualitativo.

Este Consejo Confederal debe impulsar decididamente estas tareas, consciente de los retos que tiene la organización y del momento en que enfrenta estos retos.

Dije al principio del Informe que hemos atravesado el ecuador del mandato congresual y de la legislatura. También que la parte más sustancial de la agenda del diálogo

social, tantas veces repasada, está cumplida con resultados positivos y que ahora toca pisar el acelerador en el trabajo de elecciones sindicales y en el del perfeccionamiento de nuestra capacidad de utilizar nuestros recursos y aumentarlos.

No hacemos esto sólo por cumplir el Programa de Acción. Lo hacemos porque la coyuntura lo demanda.

¿Qué nos indica esta coyuntura?

Cosas sabidas, pero que debemos saber y comunicar. Que la economía española y el empleo siguen creciendo más que el entorno. Que este crecimiento no resuelve incógnitas o riesgos de futuro: sigue cayendo nuestra balanza comercial, sigue sin contenerse la inflación y los precios en sectores importantes, sigue apostando el capital por sectores de poco riesgo por estar albergados de la competencia exterior: construcción y servicios, siguen atrayendo estos sectores productivos a mano de obra poco cualificada y en gran parte precaria y beneficiándose de la inmigración masiva y descontrolada y reduciendo el impacto de reformas laborales positivas y dirigidas a mejorar la calidad de los contratos. Siguen produciéndose accidentes laborales en tasa inasumible, a pesar de leyes positivas y de esfuerzos sindicales no sólo por la denuncia sino por la construcción de instrumentos que remedien la sangría (movilizaciones en el sector de la construcción y logros como una nueva regulación legal en materia de contratación y subcontratación en el sector; negociación de una «estrategia en materia de seguridad laboral» o nueva «regulación de enfermedades profesionales»).

Sigue el discurso incontestable y compartido en todos los campos (gubernamental, patronal y sindical) de la necesidad de mejorar el aparato productivo para que genere más competitividad, más empleo de calidad y más cohesión económica y social, pero tras años de discurso coincidente –y nosotros, CC.OO., levantamos hace años esta bandera– no se ven avances.

Por ello, no parece estar el error en un diagnóstico tan compartido. Parece más bien que no se toman las medidas necesarias para cambiar las cosas.

El Gobierno conoce nuestras críticas.

Por ejemplo: las empresas constructoras, que han generado importantes excedentes durante estos años, en lo que puede ser un claro indicador de reducción de expectativas en el sector, toman decisiones de inversión en otros campos como el energético en los que esperan mejores perspectivas a futuro, no tanto por que el cambio de modelo se esté impulsando conscientemente en España, sino más bien por el atractivo que supone una política de incremento de tarifas superiores a los objetivos de inflación, además de los previsibles efectos de la –hasta ahora tímida– recuperación

del crecimiento de las economías de los países centrales de la UE. Crecimientos que a su vez explican los mejores resultados cosechados por la industria española en los últimos meses.

Sin recurrir a más testimonio, el día 10 de octubre se elaboró la «Valoración de CC.OO. al Informe de Actualización 2006 del Programa Nacional de Reformas para España 2005-2008». Este texto nace de las aportaciones al primer borrador que nos remitió el Gobierno, aportaciones no recogidas y despreciadas ya que el Gobierno ha saldado el proceso de consultas con dos reuniones –más formales que de contenido– con los agentes económicos y sociales, sin tomar en consideración y negociar la inclusión de sus aportaciones antes de llevar a Bruselas el texto.

En el texto de CC.OO. se denuncian los desequilibrios de la economía española como problemas que nos alejan de la convergencia con la UE: diferencial de inflación, intenso endeudamiento de las familias, déficit de nuestra balanza de pagos, menor inversión en factores de competencia (educación, I+D+i, tecnología), menor productividad del trabajo y deficiente calidad del empleo.

No vemos voluntad de coordinación del Gobierno central con los gobiernos autonómicos en materias claves para la competitividad de la economía y la cohesión social, en política educativa, por ejemplo, donde todos los indicadores son desalentadores (escasa inversión, elevados niveles de fracaso escolar, segmentación de la población autóctona e inmigrante entre centros privados y públicos) y donde la LOE recientemente aprobada no se acompaña de Ley de Financiación que garantice la convergencia en gasto educativo / PIB con la UE –casi el 1% de diferencia– ni de mecanismos que incardinan la acción de Gobierno central y Gobiernos autonómicos en un país donde el Gobierno central sólo dispone de un presupuesto educativo de 1.888,15 sobre más de 40.000 millones de euros del presupuesto.

No vemos en política de inmigración ni coordinación entre Ministerios ni entre Administraciones, ni para gobernar flujos de entrada, ni para detectar necesidades del mercado de trabajo, ni para implementar políticas de integración congruentes.

Lo mismo se puede decir del gobierno del Sistema Nacional de Salud (SNS). En política sectorial (industrial) no hay instrumentos para generar sinergias y aprovechar las ventajas de la dimensión de Estado. La política energética es un factor clave para el desarrollo económico y social de nuestro país. No parece que el Gobierno esté en disposición de abordar una discusión sobre este asunto para dar orientaciones y tomar decisiones que den seguridad al futuro.

En materia de formación y empleo se aprecia un creciente divorcio entre necesidades del mercado y oferta de cualificaciones, que transcurre en paralelo al divorcio existente entre las acciones del Ministerio de Trabajo –responsable del empleo– y el

Ministerio de Educación –responsable de los circuitos para producir cualificaciones–. Cito este texto de CC.OO. como una muestra más de la persistencia de nuestra posición y de la escasez de sensibilidad y de respuesta. Y lo cito para volver a denunciar lo grave de esta falta de respuesta y de gobierno de lo que son los ejes del futuro de nuestro país (la competitividad de la economía, la calidad del trabajo y la cohesión económica y social).

Lo pactado en materia de reforma del mercado de trabajo y de Seguridad Social está aún, en parte en lo referido a mercado de trabajo y en su totalidad en materia de pensiones, en sede parlamentaria para su conversión en reformas legales. Estamos en contacto con los grupos parlamentarios y en conocimiento de las enmiendas a los textos propuestos por el Gobierno –que respetan lo pactado– para evitar la desvirtuación de los acuerdos.

En relación con el acuerdo de empleo, se han realizado reuniones con las organizaciones confederadas para estimular en las empresas el primer tramo de lo acordado, en lo referido a la conversión de contratos temporales en indefinidos y en lo relativo a implementar medidas para ayudar a la evitación del encadenamiento de contratos temporales. No hemos querido adherirnos a la eufórica propaganda gubernamental sobre los efectos positivos del acuerdo y evaluaremos los resultados positivos, que los hay y los habrá, en tiempo y forma. Porque para nosotros el ingrediente imprescindible de una valoración positiva debe ser que una buena parte de los nuevos contratos indefinidos se deban a la acción del sindicato en la empresa.

El Parlamento ha aprobado el Proyecto de Ley de Atención a las personas en situación de Dependencia. Lamentamos que no se haya conseguido el acuerdo en el texto de todos los grupos parlamentarios (PNV y CiU se mantuvieron fuera del texto acordado), pero valoramos positivamente la inclusión en el acuerdo del Grupo Parlamentario Popular, así como algunos anclajes en el texto del carácter subjetivo del derecho, etc.

La Secretaría Confederal de Política Social ha mantenido contacto con todos los grupos parlamentarios para impulsar el respeto al acuerdo bipartito y el acuerdo lo más general posible. Quedaron fuera de él los partidos nacionalistas citados por pretender mermar las competencias estatales –ya hoy reducidas–; el carácter general de la ley y el carácter subjetivo del derecho.

La Secretaría de Política Social ha desarrollado una jornada de trabajo con las organizaciones más afectadas para la necesaria conjunción de políticas centrales y autonómicas y para la decisiva implementación en materia de empleo del sistema de atención a las personas dependientes. La participación de las organizaciones territoriales en el primer frente de trabajo y de las Federaciones de Sanidad, Actividades Diversas, FSAP y Enseñanza en el segundo es clave. Debe proseguir la coordinación.

La Federación de Jubilados y Pensionistas ha sido nuestro mejor portavoz para difundir antes nuestras propuestas y ahora el proyecto de sistema de atención a las personas dependientes.

Queda seguir los desarrollos reglamentarios con tanta o mayor intensidad que el desarrollo del debate parlamentario sobre el texto legal para que la ley sea operativa y no se desvirtúe el ejercicio del nuevo derecho, para que las prestaciones sean de calidad, para que haya garantías de igualdad de todas las personas en el acceso a los servicios y para que haya un seguimiento efectivo de estas políticas en el órgano (Comité Consultivo) creado para la presencia de las organizaciones sindicales y empresariales.

Esta ley es un avance importantísimo. Hoy es un potencial avance. Pero igual que CC.OO. fue la organización decisiva para la existencia de la ley, debemos todavía trabajar mucho con intensidad y coordinación para que se abra paso el ejercicio del derecho.

Una tarea sindical de primer orden que debemos abordar ahora es la de asegurar que en los desarrollos reglamentarios de la ley se arbitren los instrumentos necesarios para *asegurar la calidad del empleo del nuevo sistema de atención*. Desde la Confederación, con la participación de todas las estructuras del sindicato, se ha hecho una Propuesta Sindical de los contenidos que deben contemplar los desarrollos reglamentarios de la ley en materia de calidad en el empleo, así como un plan de trabajo que persigue coordinar los esfuerzos de todas las organizaciones. Influir sindicalmente en los desarrollos normativos que regularán la *acreditación de empresas y los criterios de empleo* que se les exigirá a éstas para su participación en el nuevo sistema de atención resulta estratégico para asegurar la calidad del empleo recogida en la ley.

En materia de salud laboral, la creación de una fiscalía especial para la persecución de las actuaciones delictivas en esta materia es una buena noticia. Pero será la capacidad de actuación de esta fiscalía y sus prolongaciones en todo el Estado, con dotación de medios suficientes, lo que la convertirá en un instrumento eficaz para disuadir y sancionar.

Una vez cerrados los acuerdos sobre mercado de trabajo, Seguridad Social y de atención a la dependencia, se ha reanudado la mesa de diálogo social en la que se está negociando la denominada *Estrategia Española en materia de Salud y Seguridad en el Trabajo*. Con la presentación por parte del Gobierno del documento de estrategia, esta negociación se encuentra ahora en la recta final y culminará en los próximos meses.

Como ya hemos dicho en anteriores ocasiones, esta estrategia debe servir para alcanzar una reducción significativa de los accidentes de trabajo, pues si bien se han reducido de manera importante los índices de incidencia de los accidentes mortales en los últimos diez años, bajando de 10 muertes por cien mil a algo más de 6, las cifras abso-

lutas que rondan el millar siguen siendo inasumibles y están todavía muy por encima de las 4 por cien mil de la Unión Europea de los 15. Es por ello absolutamente necesario conseguir una buena estrategia española que corrija los déficit preventivos actuales, en particular el incumplimiento de las obligaciones preventivas por parte de las empresas y la escasa implicación de empresarios y trabajadores.

Para conseguir la mayor implicación de los empresarios es necesario que el sistema preventivo estimule que las empresas asuman de verdad la prevención en el conjunto de su estructura de gestión, corrigiendo la excesiva externalización actual de los medios preventivos, así como extender la prevención también a la pequeña y muy pequeña empresa.

Para conseguir extender el derecho a la seguridad y salud en el trabajo para todos los trabajadores, sea cual sea el tamaño de su empresa, incluidos los trabajadores y trabajadoras de los cientos de miles de empresas que carecen de representación, los sindicatos venimos reivindicando la creación de la figura de los delegados de prevención territoriales y sectoriales. En esa misma línea entendemos que se ha de reconocer el derecho de los representantes de los trabajadores a decidir con el empresario sobre la modalidad preventiva más adecuada a adoptar en la empresa.

La propuesta del Gobierno contempla medidas para facilitar el cumplimiento de la normativa preventiva por parte de la pequeña empresa e incluye la figura del delegado territorial y sectorial, así como la conveniencia del consenso para la elección de la modalidad preventiva y del servicio de prevención a contratar, aunque con una fórmula a nuestro juicio todavía incompleta.

Elaboraremos de manera unitaria con UGT las propuestas correspondientes para mejorar el documento del Gobierno y nos esforzaremos por mantener todas aquellas propuestas del documento dirigidas a favorecer la participación de los trabajadores.

El Gobierno ha expresado su deseo de sacar adelante la estrategia con el máximo consenso posible de todas las partes y también su determinación de que haya una estrategia aprobada con los elementos esenciales de la propuesta a inicios del próximo año. Los sindicatos, que trabajaremos por el acuerdo, apoyaremos el mantenimiento de los derechos reconocidos y hemos manifestado que es una condición sine qua non para que la estrategia cuente con nuestro apoyo.

Si finalmente no hubiera decisión política de hacer valer estos derechos, no permaneceríamos impasibles, sino que llamaríamos a la movilización para alcanzarlos.

Del paquete del diálogo social lo sustancial está acordado y una parte en fase de transposición a norma.

Hay un aspecto –posible reforma de la negociación colectiva– reservado al campo del trato bilateral de sindicatos y organizaciones empresariales. No hay mesa compuesta aún y sólo la habrá si hay certeza de objetivos asumibles por todos para reforzar el carácter normativo del convenio, reducir los márgenes de inseguridad y ampliar la protección y cobertura. La Secretaría de Acción Sindical hará un muestreo de las necesidades sectoriales y se debatirá nuestra alternativa para conjugarla con UGT cuando esta información interna clarifique los objetivos. Sólo si éstos son claros, útiles y asumibles, la mesa debería constituirse.

A final de año evaluaremos la evolución de la negociación colectiva del último ejercicio y a la luz de los resultados discutiremos la estrategia general, incluyendo lo relativo al ANC. Hoy no hay aún elementos para el debate.

Inmediatamente después de este Consejo, mañana y pasado, el Plenario de Acción Sindical se reúne para, a partir de los datos de la evolución de la negociación colectiva 2006, preparar las reuniones de los órganos de dirección confederal en los que hayan de tomarse las oportunas decisiones al respecto de los objetivos para la negociación colectiva 2007, incluida, si es el caso, la renovación del AINC, así como los objetivos de la CS de CC.OO. en relación con la hipotética negociación para la reforma de la misma.

Hemos opinado sobre el anteproyecto de PGE 2007 desde una somera información del Ministerio de Economía y Hacienda. El Gabinete Económico Confederal elaborará, como todos los años, un análisis de la coyuntura económica y social y una valoración de la pertinencia de la política fiscal y presupuestaria. Ya hemos hecho la evaluación de la reforma del IRPF y del Impuesto de Sociedades, y la hemos publicitado.

La política fiscal y presupuestaria del actual Gobierno nos merece una valoración que podríamos resumir en las siguientes consideraciones:

España ha convergido con los países de la zona euro en los últimos 25 años, pero en la segunda mitad de la década de los 90 esta convergencia se ha acelerado (79,3% en 1995 y 85,5% en 2005). El índice de convergencia real por habitante aumenta hasta el 98,2% con la UE de 25 miembros.

Los desequilibrios como excesiva inflación, déficit exterior y endeudamiento familiar apuntan un futuro complicado si no se corrigen, y pueden colapsar la capacidad de crecimiento económico y de creación de empleo tan vigorosa que han demostrado los últimos diez años de la economía y la sociedad españolas.

Las respuestas no pueden ser ni cortoplacistas ni inconexas. Se requieren esfuerzos sostenidos y conjugación de esfuerzos. Se requieren acuerdos de todas las Administraciones y continuidad. No parece que el tiempo de la política (enfrentamientos políticos que se agravarán cuando se acerquen las citas electorales) sea propicio. Y los síntomas económicos citados se agravan.

Hacer bascular el modelo de crecimiento económico del actual patrón (basado en la demanda interna) a otro más competitivo y seguro y sostenible (basado en la competitividad y el sector exterior) requiere acciones gubernamentales y no sólo prédicas para el cambio de mentalidad. Requiere gobierno. Y en un país tan descentralizado requiere gobierno y concierto. Requiere recursos gobernados de forma sostenible y sostenida en una dirección.

Medidas como la rebaja fiscal van en dirección contraria (transferencia de 0,7% del PIB/año del sector público al privado -6.000 millones anuales de euros-). Es una reforma innecesaria porque su contenido podría reservarse para otro momento del ciclo (ahora el problema no es el consumo) y es injusta en la distribución de las rebajas y es, además, una rebaja que hace perder al Gobierno ingresos y capacidad de gasto para los retos que hay que afrontar y herramientas para abordarlos (educación, tecnología, I+D+i).

El Gobierno central dispone sólo del 18% del presupuesto de las Administraciones Públicas, y por ello tiene muy reducida su capacidad de gobernar la economía nacional.

Por ello, siendo loables los incrementos que este magro segmento del sector público produce para educación, investigación y desarrollo, etc., son mínimos en términos absolutos y no determinantes.

La reforma fiscal es continuista con anteriores reformas. Agota el margen de ingresos y la tendencia a externalizar inversiones en sociedades estatales (+18,9%) o en activos financieros (+25%) significa un aplazamiento del endeudamiento o un equilibrio presupuestario imposible a futuro.

Así, un gobierno limitado ya en su acción por la descentralización, se limita aún más con rebajas fiscales innecesarias, injustas y arriesgadas y los retos que nos aguardan son comunes y demandan cada vez más gobierno, cuando cada vez hay menos.

No se puede cabalgar un ciclo como si fuera eterno.

No se puede gobernar pensando en los dos próximos años. Los retos son graves y no se responde sino con políticas coyunturales y estéticas.

CC.OO. debe difundir estas opiniones. No sólo se presiona con movilización laboral. Hay que movilizar ideas y consensos. Nuestra acción en reformas laborales y sociales es positiva, pero si los retos expuestos no se abordan los efectos serán efímeros. De la misma forma que el mercado de trabajo lo dibuja el modelo económico y no el Estatuto de los Trabajadores, de la misma forma que la potencia de los sistemas de previsión social la construye la productividad y calidad del empleo, el futuro del país y su cohesión lo definen y lo sostienen políticas económicas firmes y sostenidas, y no gestos demagógicos y populistas.

El sindicato, con su discurso, con su equilibrio en la reivindicación y en la crítica, con su autonomía y su lealtad a intereses generales es una pieza clave de cohesión, de educación moral y no de inductinamiento.

Tenemos la gran responsabilidad de ser la primera organizacin del país. Nos debemos a los trabajadores y atravesamos las coyunturas económicas, sociales y políticas. Es por ello por lo que ahora nuestro liderazgo sindical, nuestro perfeccionamiento organizativo y nuestra coherencia y cohesión interna son más necesarios.

No hemos faltado a la cita de las manifestaciones contra la pobreza y el hambre en el mundo y estaremos el próximo 1 de noviembre en Viena para constituir la nueva Central Sindical Internacional, conscientes de la necesidad de una acción sindical global.

La lucha sindical no es efímera.

Tampoco aquí, este Consejo debe conocer que están siendo condenados sindicalistas por participar en piquetes informativos en huelgas. Nos hemos solidarizado con ellos. Demandamos indultos. Quizás haya que plantear reformas legales. Pero si cito ahora este asunto no sólo es para que este Consejo Confederal exprese su apoyo solidario, sino para reforzar la idea de que el movimiento sindical de clase tiene que defender su espacio, debe sostenerse en sus propios pies, debe construir constantemente y reconstruir su fortaleza.

Dos luchas sindicales significativas ilustran hoy la necesidad y la vigencia del movimiento sindical. La de los trabajadores y trabajadoras de *Panrico*, que no sólo luchan por el mantenimiento de sus puestos de trabajo, sino por el mantenimiento de los derechos laborales básicos: respeto al convenio colectivo y respeto al derecho de huelga. De la misma forma, los trabajadores de *Ryanair* están defendiendo los derechos sindicales y laborales recogidos en el ordenamiento español frente a una empresa que aboga por considerar que debe exportar las prácticas que más le interesen a cualquier país, ignorando su legislación laboral y social.

La coyuntura económica, social y política lo demanda claramente. Por ello, el trabajo afiliativo, la tarea organizativa y las elecciones sindicales son ahora nuestra parcela –para ganarla– de la lucha sindical.

José M^a Fidalgo Velilla
Secretario general CS de CC.OO.

Propuestas para un Plan de Actuación en Materia de Comunicación Confederal

CARACTERIZACIÓN DEL PLAN

El plan de actuación contenido en este documento fue elaborado por la Secretaría de Comunicación Confederal en octubre de 2005, se debatió en dos sesiones plenarios de la Comisión Confederal de Comunicación y desde primeros de 2006 ha estado sometido a consideración de las diferentes organizaciones. Con las propuestas aquí recogidas pretendemos salir al paso de aquellas cuestiones que desde el inicio de este mandato nos han parecido mejorables en el funcionamiento de la comunicación confederal.

En ese sentido, no se trata de un plan de trabajo (donde se contemplan actuaciones precisas en un espacio de tiempo limitado) sino que tiene más que ver con un proyecto estratégico cuya finalidad es que *la comunicación confederal se rija por determinadas «normas» o pautas, de manera que se convierta en el verdadero vínculo entre lo que el sindicato hace y lo que los trabajadores y trabajadoras perciben de nuestro trabajo, facilitando, así, que la acción sindical e institucional del sindicato se transforme en afiliación, reforzamiento organizativo y extensión electoral.*

Siendo esta la intención del presente plan se entenderá que el ámbito temporal para la puesta en marcha de las medidas contempladas en él no se acote de manera precisa, sino que su implementación se prolongue a lo largo del presente mandato.

En conclusión, no pretendemos hacer un documento sobre las teorías de la comunicación ni un manual de buenas prácticas (sobre esto ya tenemos documentos anteriores que siguen siendo útiles), aspiramos a plantear problemas concretos y a proponer líneas de actuación precisas que, tras el debate orgánico, deberían comprometernos a todos para promover un cambio significativo en la comunicación confederal.

1. CONSIDERACIONES DE PARTIDA

El presente plan parte de dos consideraciones generales:

La primera: la idea que los trabajadores y trabajadoras se hacen de CC.OO. la construyen, esencialmente, a través de la persona del sindicato que desde su propio centro o en una visita al mismo se relaciona con ellos; a través de la información que le trasladamos mediante distintos soportes escritos, informáticos...; a través de la información que los medios de comunicación les trasladan de nuestras actividades y a través de la atención que se les presta o del trato que reciben cuando se dirigen a nosotros, por lo general, yendo a nuestros locales pero también cuando nos telefonan (tiene que ver con el grado de satisfacción que ha obtenido cuando, por cualquier razón, nos ha necesitado: si le hemos atendido bien, si hemos satisfecho sus

preocupaciones...). Cuando se trata de afiliados o afiliadas el vínculo que establecen con el sindicato se fortalece o debilita en función de lo atendidos que se sienten, de la sensación que tengan de que seguir estando afiliados les es de utilidad y, en consecuencia, también es fundamental cómo nos relacionamos con ellos.

Todo ello tiene que ver, lógicamente, con la acción sindical en la empresa o sector y con la acción sociopolítica e institucional que realiza el sindicato. Pero *deberemos convenir que si esta acción sindical o institucional no les llega, no les llega de manera satisfactoria (en tiempo y forma) y, por tanto, no se sienten partícipes de ella ni sujetos de atención por parte del sindicato, sirve de poco para el objetivo de seguir incrementando la afiliación y de evitar la rotación de la misma. Así, podemos afirmar que el vínculo entre lo que el sindicato hace y lo que los trabajadores perciben de ello se encuentra en la comunicación (y en la imagen): es decir, en qué información les damos y qué información recibimos de ellos y en cómo se la damos (si verbalmente de manera personalizada o en actos colectivos, si a través de soportes escritos o tecnológicos, si a través de los medios de comunicación...).*

La segunda consideración de partida es que la comunicación ha mejorado notablemente en CC.OO. Pero, a pesar de que cada vez se le da más importancia, aún dista mucho de ocupar el lugar que le corresponde, dado su valor estratégico como servicio a los afiliados y afiliadas y a los trabajadores en general, como vínculo entre la acción del sindicato y los trabajadores y como expresión del poder institucional de Comisiones Obreras; en definitiva: como medio para conformar la idea que los trabajadores tienen de nosotros y como vehículo para estimular y mantener la afiliación.

2. FINALIDAD DEL PLAN

Alcanzar de la manera más eficaz los objetivos de la comunicación en CC.OO.

Corregir los principales déficit detectados en el tratamiento de la comunicación, que lastran nuestra eficacia en la consecución de nuestros objetivos.

Todo ello enmarcado en el *Plan de Acción* aprobado en el 8º Congreso y en la «hoja de ruta» confederal. Especialmente pensando en dos de las grandes apuestas de ambos proyectos: la prioridad dada al tratamiento de la afiliación y al sindicato en la empresa.

2.1. Objetivos de la comunicación en CC.OO.

La información es un derecho que tienen nuestros afiliados y afiliadas por el mero hecho de serlo. Así, la dirección del sindicato contrae una obligación para con ellos debiendo facilitarles la información más precisa y puntual sobre todo aquello que el sindicato hace y, particularmente, sobre aquello que más directamente les afecta. La

información se convierte así en *un servicio* que el sindicato debe prestar. Por otra parte, y en la medida en que la acción del sindicato, en sus vertientes contractual y político social, trasciende los límites de nuestra afiliación y afecta-beneficia a todos los trabajadores y trabajadoras y, por extensión, al conjunto de la sociedad, se puede decir que la información es *una responsabilidad* que el sindicato contrae con todos los trabajadores y trabajadoras y con toda la sociedad.

La información, concebida como la difusión entre los trabajadores y ante la sociedad de nuestra actividad en los más diversos campos, es al mismo tiempo *un medio* que fomenta la participación de los trabajadores y trabajadoras y que revaloriza nuestra imagen como organización útil, lo que nos permite ganar en eficacia y presencia en el plano organizativo, contractual y político social. En definitiva, una buena imagen corporativa, difundida adecuadamente, *nos permite incrementar nuestro poder sindical*.

Por último, la información es también un derecho que tienen los órganos de dirección de las organizaciones confederadas y los responsables sindicales del sindicato para mejorar su participación y la toma de decisiones.

En consecuencia, los grandes objetivos de la comunicación confederal se pueden resumir en:

- Informar a los afiliados y afiliadas, los trabajadores y trabajadoras y a la sociedad en general de la actividad que desarrolla el sindicato en los diferentes planos en los que interviene, de forma precisa y puntual, a través de soportes propios y de los medios de comunicación.*
- Garantizar la circulación de la información interna, de forma rigurosa y puntual y convenientemente seleccionada, por los ámbitos correspondientes de la estructura sindical, desde los cuadros de dirección hasta los responsables sindicales en la empresa.*

2.2. Corregir los principales déficit en el tratamiento de la comunicación en CC.OO.

Ya hemos apuntado que la idea que se forman de nosotros los trabajadores y trabajadoras la construyen a través de cuatro canales esenciales:

- El contacto personal con nuestros responsables sindicales en las empresas o en las visitas de los equipos de extensión.
- La información que les trasladamos a través de diferentes tipos de soportes.
- La información que les llega a través de los medios de comunicación.
- La atención que reciben cuando recurren a nosotros, telefoneándonos o visitándonos en nuestros locales.

En la medida en que nuestros resultados en las variables más «medibles», que son la afiliación y el número de delegados y delegadas que obtenemos en las elecciones sindicales, aun siendo buenos, son manifiestamente mejorables (como ponen de manifiesto la relación de la afiliación con la población ocupada y el número de empresas blancas que todavía existen) parece obvio que deberíamos replantearnos la manera en *cómo nos relacionamos con los trabajadores y trabajadoras*.

Para ello, deberíamos actuar en la dirección de:

- Mejorar la información directa que reciben los trabajadores a través del contacto personal, de los medios escritos o de los nuevos soportes electrónicos.
- Garantizar la información indirecta que les llega por lo general a través de los medios.
- Mejorar la atención que reciben cuando recurren a nosotros, sea en los locales, a través del teléfono...

En este sentido, debemos incidir en:

Qué información transmitimos

- La selección de la información: la que está más directamente relacionada con sus condiciones de trabajo en su empresa o sector, la que les interesa como perceptores de prestaciones (pensiones, desempleo, formación continua), la que les interesa como usuarios de servicios (sanidad, educación, transporte...).
- La veracidad de la misma. Se debe explicar con rigor cómo son las cosas y por qué son así.
- La rapidez en la transmisión. La información sobre lo que hace el sindicato, que siempre se supone que es de su interés, les debe llegar en el plazo de tiempo más breve posible. Una información fuera de plazo no sólo no les sirve de nada, sino que da una mala imagen de la organización.

Cómo la transmitimos

- La manera en que trasladamos la información personalizada (que es la que consideraremos más eficaz, aunque no siempre es posible).
- La manera en que trasladamos la información en actos colectivos.
- La manera en que tratamos la información en los distintos soportes.

- Cómo actuamos para que los medios de comunicación se hagan eco de nuestras actividades.
- La manera en que atendemos los teléfonos.
- La manera en que atendemos en la recepción de los locales.
- La manera en que les atendemos en los servicios jurídicos y, por extensión, cuando pretenden utilizar los servicios que les brindamos.

Quién la transmite

Nuestros transmisores de información son numerosos y diversos, y abarcan desde el delegado de una empresa hasta el secretario/a de una sección sindical, desde los componentes de los equipos de extensión hasta los miembros de una comisión ejecutiva, desde la persona que atiende un teléfono hasta los asesores sindicales, desde nuestros abogados hasta el personal de los CITE, desde el gabinete de prensa de una organización federal o territorial hasta el gabinete confederal, desde el portavoz de la organización hasta el secretario general.

Todos ellos, en su ámbito correspondiente, deben saber seleccionar qué información corresponde transmitir en cada momento, deben saber cómo transmitirla y deben saber hacerlo adecuando el qué y el cómo al foro en el que se deba intervenir (sea una comunicación personalizada, una asamblea, una rueda de prensa...).

Por lo general, todas las personas que son transmisores de información tienen una formación personal y profesional diversa y se han capacitado ejerciendo la actividad sindical, que es tanto como decir que nadie se ha formado para la comunicación, de manera que el que se desenvuelvan mejor o peor en las lides de la comunicación depende más de su intuición y de sus dotes naturales que de cualquier otra cosa.

De ahí que el objetivo debería ser cualificar a todos y todas los que, en un plano u otro, son comunicadores potenciales. Cualificar no debe entenderse únicamente como «formación reglada» (hacer pasar a todo el mundo por cursos de formación sobre técnicas de comunicación), también se cualifica transmitiendo pautas y estableciendo reglas, dando elementos que progresivamente vayan generando hábitos (no hace falta que cada uno seleccione la información que corresponde dar de un convenio, esta información puede seleccionarla la dirección de la federación y dársela a quien después debe transmitirla).

Pero abordar en su conjunto estos ámbitos de intervención requiere de una actuación transversal y coordinada desde las Secretarías de Organización, de Formación, de Comunicación, de Servicios..., donde juegan un papel esencial tanto la Confederación como las Federaciones y Uniones o Confederaciones territoriales.

Parece obvio que la estrategia de comunicación sobre la negociación colectiva de una determinada federación le corresponde definirla a ésta, como corresponde a ésta cualificar a sus delegados y delegadas. También es obvio que la cualificación de los/las recepcionistas de los locales corresponde a las Uniones o Confederaciones territoriales. Así, en el presente trabajo de la Secretaría de Comunicación Confederada abordaremos, aunque los límites siempre son difusos, lo que parece que puede ser más de nuestra competencia.

2.2.1. Descripción de la realidad actual

Plantearse salir al paso de las deficiencias que observamos en el tratamiento de la comunicación presupone que hemos detectado esos déficit. Veamos, aunque sea someramente, el diagnóstico que podemos hacer del tema que nos ocupa.

Sobre la comunicación externa

Sin aspirar a hacer una «auditoría de la comunicación» en Comisiones Obreras (que en un futuro no debería descartarse para verificar el rigor del análisis que vamos a realizar) se puede afirmar, sin equivocarnos mucho, que la comunicación en CC.OO. se caracteriza por la dispersión y la heterogeneidad.

Dispersión y heterogeneidad en todos los órdenes que puede contemplar el ámbito de la comunicación: imagen corporativa, soportes tecnológicos, soportes gráficos, escritos, responsables de comunicación, equipos de comunicación, profesionales en estos equipos, tratamiento de la información con los medios, distribución de la información entre los afiliados, formación sindical en materia de comunicación...

De la imagen corporativa se puede asegurar que existe una imagen fuerte de la Confederación, que se va diluyendo progresivamente a medida que descendemos en el organigrama. Así, esta imagen fuerte se modifica por territorios y federaciones, siendo habitual que haya un «logo» complementario al confederal que incorpora a éste la especificidad sectorial o territorial.

En el caso de los territorios, la mayoría de los logos sólo se distinguen por la incorporación de la bandera de la C.A., aunque en algún caso la especificidad territorial llega hasta el punto en que el logo propio sólo se reconoce con el confederal por el uso de las siglas CC.OO. Si hablamos de las federaciones, un grupo de ellas, aun teniendo logo propio, éste es complementario al confederal, no lo anula, mientras que otras han optado por hacer prevalecer la seña de identidad de la federación frente al elemento común que representa el logo confederal, llegándose a dar el caso de que el logo confederal quede reducido a la mínima expresión.

Hacia abajo la realidad es más descorazonadora, pues, por lo general, la mayoría de nuestras organizaciones, sean territoriales (sedes) o federativas (secciones sindica-

les), optan por una iconografía propia a medio camino de su imaginación, del interés por destacar su particular idiosincrasia o de sus recursos materiales y económicos; de manera que nuevamente sólo se identifica que se trata de CC.OO. por el uso de estas siglas, ya que ni la tipología de las letras, ni el uso de los colores, ni del romboide es común. Es frecuente enmarcar las siglas en el mapa comarcal o provincial, añadirle el denominativo del lugar del que se trata más el logo o la referencia del sector al que corresponde.

Sin ir tan lejos, en el propio ámbito confederal nos encontramos con Secretarías con logo específico, con instituciones, organismos, fundaciones que tienen su denominación particular sin ninguna referencia ni distintivo que las pueda asociar, aunque sea subliminalmente, con CC.OO.

La imagen no se expresa únicamente en la utilización de los logos sino que está presente en todos los ámbitos en los que se proyecta el sindicato. Así, a las campañas de todo tipo que realizamos, las jornadas que convocamos, etc., les damos forma en soportes gráficos (carteles, dípticos, tarjetas, pegatinas...) que trasladan una determinada imagen corporativa. Pues bien, en este plano, la dispersión y la heterogeneidad se expresan con más fuerza si cabe. Salvo excepciones elogiadas que no hacen más que confirmar la regla, se puede afirmar que cada campaña tiene una factura distinta, que no hay una línea de continuidad que permita una identificación ni directa ni subliminal con la organización. Desde las dimensiones de los soportes hasta el juego de colores, pasando por la composición de los elementos que componen un cartel, la portada de un folleto, etc., son distintos y eso no sólo dificulta la identificación, sino que le resta el valor añadido que supone una imagen corporativa fuerte.

Si observamos los soportes escritos que utilizan nuestras organizaciones, la realidad es similar y la dispersión también aumenta cuanto más descendemos. Para empezar, no todas nuestras organizaciones tienen publicaciones escritas. Las que las tienen se caracterizan por una denominación diferente, a cual más curiosa, donde la referencia de que se trata de una publicación del sindicato queda reflejada de manera marginal; la maqueta de cada una es diferente, su periodicidad también, como lo es la calidad de sus contenidos. Al mismo tiempo, nos encontramos con la peculiaridad –que también se observa si atendemos a las páginas web– de que puede haber una organización federal o territorial que no tenga publicación pero sí editen organizaciones del ámbito local o secciones sindicales.

La realidad de las páginas web es muy similar. La mayoría de nuestras organizaciones tienen o aspiran a tener una, pero lo cierto es que en casi todos los casos su concepción, elaboración, estructura y alimentación dependen más de la disposición y cualificación de determinada persona del equipo que de una apuesta profesional y vinculada a un proyecto más general y estratégico. De esta manera, nos encontramos

con páginas muy bien concebidas, fáciles de navegar por ellas, alimentadas puntual y rigurosamente junto a otras atiborradas de información, en las que es prácticamente imposible encontrar lo que se busca u otras prácticamente vacías y con una actualización tan dilatada en el tiempo que las hace inútiles. Como sucede con las publicaciones y los logos, en algunas páginas web tampoco es fácil reconocer que pertenecen a CC.OO. y la dispersión aumenta a medida que descendemos en el organigrama.

En este caso nos encontramos con un problema suplementario que deriva de la legislación vigente. Nos estamos refiriendo a la Ley de Protección de Datos y a las demandas que a este respecto ya hemos tenido en alguna de nuestras organizaciones confederadas. La dispersión y la heterogeneidad en el caso de las páginas web no es sólo un problema de perder lo que tiene de valor añadido una buena y unificada imagen corporativa, sino también, y fundamentalmente, de control sobre lo que se publica, de manera que nos atengamos escrupulosamente a los márgenes que establece la ley.

Una de las referencias que más nos puede ilustrar para entender cómo el conjunto de nuestras organizaciones trabajan la comunicación consiste en atender a los responsables sindicales de esta materia, a si cuentan con un departamento para tal cuestión y éste está dotado de profesionales, y a cómo trabajan con los medios de comunicación de su respectivo ámbito de actuación.

Pues bien, haciendo un repaso somero vemos cómo la mayoría de nuestras organizaciones se han ido dotando de responsables de comunicación, que pertenecen a los órganos de dirección del sindicato, pero esta responsabilidad está más asentada en los niveles de federación estatal y unión regional o de nacionalidad que en los niveles descendentes; no obstante, no es extraño encontrar, incluso en el plano en que mejor está contemplada esta figura, que todavía hoy existen responsables de comunicación que simultanean esta responsabilidad con otras.

Hacia abajo, tal y como hemos señalado, la realidad es más heterogénea. No existe responsable concreto de comunicación y, en consecuencia, no hay una presencia organizada en los medios, actuando el secretario general o el responsable de una determinada negociación como portavoz esporádico y puntual del sindicato.

Aquellas organizaciones que progresivamente le han ido dando más importancia a la comunicación han ido configurando departamentos que cuentan, en no pocos casos, con profesionales como elemento de apoyo fundamental. Pero esta apuesta, aunque ha ido extendiéndose, todavía no se ha generalizado.

Aunque el tratamiento que nos dan los medios no está únicamente relacionado con la sistematización y la profesionalización de la comunicación en el sindicato, sí se puede decir que hay una cierta relación entre la existencia de responsables, de

equipos, de profesionales, de política de comunicación y el grado de proyección mediática de nuestra actividad. Así, encontramos organizaciones muy activas y que poco a poco van consiguiendo una presencia regular (en algunos casos son referencia obligada para los medios de su ámbito) y a otras que, prácticamente, no trabajan los medios y, en consecuencia, su presencia y proyección es escasa, cuando no nula.

Sobre la comunicación interna

Si el objetivo más general de la comunicación es que nuestros afiliados y afiliadas, los trabajadores y trabajadoras y, por extensión, la sociedad conozcan y puedan valorar nuestra actividad sindical, *el objetivo esencial de la comunicación interna será que quienes deben ejercer la labor de transmisores hacia abajo de la actividad del sindicato estén puntual y rigurosamente informados de la misma.*

Los transmisores y receptores de la comunicación interna varían según la naturaleza de la información que en cada momento debemos transmitir; así será distinta la información sobre iniciativas de tipo orgánico: finanzas, elecciones sindicales, afiliación..., que la referida a la acción sindical e institucional. Mientras la primera es de consumo eminentemente interno y acaba en las personas que en las diferentes estructuras deben hacerse cargo de las tareas citadas, la que hace referencia a la acción sindical, en la mayoría de los casos, deberá llegar a las empresas y a los afiliados y afiliadas.

En este sentido, la información suele partir del área de competencia que la produce en el ámbito federal, territorial o confederal, y es de suponer que cada una de estas estructuras tiene sus canales de distribución propios según sea la persona que la debe recibir y éstos, a su vez, los suyos. Por lo general, la comunicación fluye a través del correo electrónico, aunque en determinados niveles se recurre a las llamadas telefónicas, correo escrito, se utilizan las reuniones, las visitas a nuestros locales, etc.

Los problemas nos los encontramos en dos órdenes esencialmente: uno, la pluralidad de emisores de información para un mismo receptor, particularmente en lo referente a la acción sindical. En este plano emite información la Confederación, la federación y la unión o confederación territorial y, como queda dicho, el receptor es la persona que en su ámbito ejerce a su vez de transmisor. Otro, en los diferentes niveles que existen en el seno de nuestras organizaciones en lo que a medios técnicos se refiere para transmitir la información. Mientras unas organizaciones tienen una excelente red de ordenadores en las secciones sindicales de empresa con su correspondiente correo electrónico, otras se encuentran con una notable insuficiencia de medios técnicos y de canales organizados que limitan notablemente la transmisión eficaz de la información.

Así las cosas, todo apunta a que sería necesario actuar en una doble dirección: racionalizar la información que se transmite de manera que se eviten duplicidades y que aseguremos que nuestros transmisores últimos reciben la información que deben tener en el momento en el que deben tenerla, y otra, en la de organizar los canales de distribución y los soportes tecnológicos para hacerla más rápida y eficaz.

En esa misma dirección nos encontramos con la dificultad para que la información confederal se abra paso entre la información federativa y territorial que se produce y distribuye.

3. MEDIDAS DEL PLAN DE ACTUACIÓN

COMUNICACIÓN EXTERNA

3.1. Sobre la imagen corporativa

La finalidad de abordar esta cuestión, sobre la que llevamos trabajando cerca de un año, es triple:

- Abordar una imagen corporativa más actualizada y moderna (sin que por ello se devalúen nuestras señas de identidad).
- Lanzar esta nueva imagen como expresión de los retos que nos hemos planteado en el 8º Congreso Confederado de aumentar y mantener la afiliación, de acercar el sindicato a la empresa y de cambiar la mecánica congresual para dar voz y voto directo a los afiliados y afiliadas.
- La nueva imagen debería servir para unificar imagen corporativa. Una imagen confederal fuerte donde se preserve el necesario equilibrio entre ésta y las identidades sectoriales, aportadas por nuestras federaciones, y territoriales, impulsadas por nuestras uniones y confederaciones de nacionalidad. Una imagen corporativa unificada nos aportaría el valor añadido del que ahora carecemos.

La aprobación de una nueva imagen corporativa debería suponer un proceso de unificación que afectase a todas las estructuras y, en esa medida, nuestras organizaciones deberían velar por que este cambio llegase hasta nuestras unidades más básicas: secciones sindicales, organizaciones comarcales o zonales.

Esta nueva imagen debería hacerse presente, también, en todos nuestros canales de expresión: publicaciones, páginas web, locales...

En caso de aprobarse la propuesta, ésta no se aplicaría hasta una vez finalizado el grueso del proceso electoral. El tiempo que transcurra entre su aprobación y su puesta en marcha se

empleará para: elaborar un «libro de estilo» que nos dé las pautas de actuación futuras en materia de imagen; un plan de aplicación del cambio que garantice que éste se lleva a cabo en un plazo limitado en el tiempo y con la mayor proyección pública y, por último, un presupuesto para hacer frente al citado plan.

3.2. Sobre las revistas y publicaciones varias

Las revistas y publicaciones, de todo tipo, que el sindicato edita deben regirse por parámetros estéticos y de contenidos que sean homologables.

Lo ideal sería poder contar con una maqueta similar, una cabecera similar, que se garantizase una extensión adecuada y unos contenidos seleccionados rigurosamente y trabajados con profesionalidad. En la medida que esto no es viable, al menos a corto plazo, si deberíamos garantizar:

- La identificación clara de que se trata de una publicación de CC.OO.
- Algunos elementos del diseño y la composición que nos identifiquen más allá del logotipo.
- En el caso de las revistas debe garantizarse la presencia de trabajos elaborados desde la dirección confederal (como se viene haciendo desde el inicio de este mandato).

Igual que en el caso de la imagen corporativa, estos criterios deben recorrer todas nuestras estructuras y para garantizar que esto sea así deben poder jugar un papel decisivo los respectivos departamentos de comunicación de Federaciones, Territorios y Confederación.

3.3. Sobre las campañas

Las campañas (jornadas, encuentros...) que en cada momento decidamos lanzar deben también atender a determinados criterios:

- Deben preverse con la mayor antelación posible y deben poder orquestarse de tal manera que se eviten solapamientos en el tiempo.
- Deben garantizar la edición de materiales respetando la pluralidad lingüística del Estado.
- Se debe poder medir con antelación el impacto económico y la coherencia con la línea publicitaria y de imagen. *Para ello debe configurarse una comisión, en cada ámbito correspondiente, formada por el o la responsable del área promotora de la campaña, el o la responsable de finanzas y el o la responsable de comunicación.*

- Al finalizar cada proceso electoral o congresual se establecerá una línea de imagen que se mantendrá a lo largo de todo el mandato y que tendrá su máxima expresión en los procesos electorales. Esta línea de imagen aparecerá reflejada en toda suerte de publicaciones y campañas que en cualquier ámbito se impulsen durante el periodo de su vigencia.

3.4. Sobre las páginas web

Nuestras páginas web deben hacerse eco de las indicaciones antes planteadas para imagen corporativa o publicaciones y campañas, pero, en todo caso, requieren de cuatro tipos de actuaciones ineludibles:

- La creación de una web con las siglas de CC.OO., en cualquiera de las estructuras confederadas, debe ceñirse a un «protocolo de creación de páginas web». Norma que debe contemplar el visto bueno del órgano de dirección de la organización de ámbito superior que la genera; normas de estilo y mínimos de contenidos sindicales confederales; protección de datos; datos personales y claves de la(s) persona(s) responsable(s) de su gestión, convergencia de sistemas informáticos, etc.
- Mantener una imagen, diseño y estructura similar que las haga reconocibles como de CC.OO.
- Hacerlas más manejables y útiles, sobre todo para los afiliados y afiliadas.
- Garantizar un control que evite cualquier riesgo de ser demandados en virtud de la Ley de Protección de Datos.

Así, y en la medida en que se está reformando la página de la Confederación, éste podría ser un buen momento para proceder a una reforma de las páginas federales o territoriales que más lo necesiten, incorporando no sólo los aspectos de imagen, sino también aquellos de contenido que en su día fueron aprobados por la Comisión Confederada de Comunicación.

Estos cambios deben recorrer todas nuestras estructuras hasta llegar a las secciones sindicales.

En todos los casos, y en aras a garantizar el cumplimiento de la legislación vigente y de preservar las responsabilidades confederales, se deberán seguir los protocolos que a propuesta del responsable confederal de protección de datos, en su momento, se establezcan.

3.5. Sobre los gabinetes de comunicación y la portavocía

La misma disparidad de situaciones que caracteriza los planes hasta aquí tratados se da en lo referente a las Secretarías de Comunicación, y para corregirla y buscar una mayor

armonización que abundase en una mayor eficacia en el tratamiento de la comunicación, particularmente hacia fuera, sería necesario trabajar en las siguientes direcciones:

- Todos los órganos de dirección de nuestras estructuras deberían dotarse de un responsable de comunicación, cuya dedicación fuese lo más exclusiva posible a este campo.
- Todas las federaciones y territorios deben dotarse de un gabinete de comunicación que progresivamente incorpore a profesionales debidamente cualificados.
- Las citadas Secretarías deben tener capacidad para intervenir con tal de preservar la identidad de la imagen corporativa y la unidad de criterios sobre todos los productos que en el ámbito de su competencia se editen.
- Las Secretarías de Comunicación deben canalizar la opinión del sindicato hacia fuera. En ese sentido, se debe tender a que los/las responsables de comunicación ejerzan, en la medida en que las condiciones lo permitan, de portavoces de la organización junto al secretario/a general, salvo en las ocasiones en que se requiera una voz más especializada. En cualquier caso, hay que evitar múltiples voces que desorienten a los medios y favorezcan la dispersión de los mensajes.
- Los responsables de comunicación deben, también, colaborar con otras Secretarías para mejorar la circulación de la comunicación interna.

COMUNICACIÓN INTERNA

3.6. Sobre las circulares

- Las circulares que elaboramos deberían empezar por distinguir si trasladan información de uso exclusivamente interno o información que es susceptible de volcarse hacia fuera (debemos pensar que muchas de nuestras organizaciones, cuando reciben determinada información, la reproducen sin introducir ninguna modificación y la distribuyen y cuelgan en los tablones de anuncios).
- Sería aconsejable que las circulares que trasladan información que puede ser pública deberían elaborarse siguiendo algunos criterios para que, cuando se reproduzcan, sean fácilmente comprensibles: deben ser razonablemente breves, deben redactarse con lenguaje claro huyendo de los términos más técnicos, deben tener una estructura clara: información precisa, posición de CC.OO., valoración y orientaciones.
- Las circulares internas deben tener claramente identificados quiénes las elaboran y cuáles son los destinatarios, de tal manera que, por una parte, evitemos que quie-

nes no necesitan de esa información se vean saturados y, por otro, que quienes las deben recibir las reciban. Así deberemos garantizar que los equipos de dirección y no sólo los responsables de determinadas áreas son concedores de todo aquello que reviste el carácter de información más general (ejemplo: diálogo social). *Para garantizar que esto sea así, cada Secretaría, además de canalizar las circulares que elabora a través de su red habitual y según el tipo de información de la que se trate, debería trasladarlas a los responsables de Comunicación para que éstos velasen para que las conozcan quienes se considere que deben conocerlas.*

– Sería, por tanto, aconsejable la elaboración de un mapa de comunicación interna que determine y concrete las vías de comunicación y los destinatarios.

3.7. Sobre los recursos técnicos y la red de distribución de la información

La clave última de una buena distribución de la comunicación interna es tener claramente identificados los destinatarios y disponer de los mecanismos adecuados para garantizar que éstos reciben la información en tiempo y forma.

De esta manera, el objetivo es tener garantizada una red que desde el vértice confederal va bajando hasta llegar a las secciones sindicales en la empresa, que, cabe recordar, es la estructura de base que debemos reforzar según el Plan de Acción acordado en el 8º Congreso Confederal.

Junto a ello, y no de menor importancia, deberemos garantizar que la terminal última, la sección sindical, dispone de los medios técnicos adecuados para recibir la información que les remitimos.

En este sentido, junto a un mapa de secciones sindicales constituidas, deberemos conocer los recursos de los que disponen para poder contribuir, por los medios que se acuerden, a que finalmente todas ellas cuenten con los medios técnicos necesarios. Esta misma lógica debe presidir el proceso de constitución de nuevas secciones sindicales.

3.8. Sobre la información confederal a cuadros y en publicaciones confederales

La profusa actividad de cada una de nuestras organizaciones y sus dinámicas internas favorece que la información que con más facilidad fluye sea la que estas mismas elaboran, pasando la información confederal a otro plano, en no pocas ocasiones secundario. La conveniencia de que la información confederal esté en el lugar que le corresponde y, a través de ella, la necesidad de contribuir a incrementar el sentimiento de pertenencia y la cultura confederal, nos ha llevado a promover tres iniciativas que ya están en marcha y que, en todo caso, deberemos seguir perfeccionando:

- La inclusión en las publicaciones de los diferentes órganos de expresión territoriales y federales de artículos elaborados desde la Confederación sobre la actividad de ésta.
- La elaboración de una publicación confederal dirigida a lo que podemos denominar «cuadros sindicales» con la vocación de que la actividad confederal llegue a aquellas personas que desde las diferentes estructuras, pero muy particularmente desde el seno de la empresa, son transmisores-generadores de opinión y acción sindical.
- La distribución a los miembros de las estructuras de dirección de federaciones y territorios de «*Gaceta Sindical. Reflexión y Debate*».

4. RECURSOS

La Confederación, como promotora de estos cambios y primera interesada en que prosperen, debe buscar un mecanismo de cofinanciación de las medidas apuntadas que supongan costes económicos.

Una contribución económica importante por parte de la Confederación sería un estímulo para la implementación de las medidas aquí contempladas. Se podría pensar en la posibilidad de que para determinadas acciones se dispusiese de una unidad de compra «más o menos» centralizada, lo que garantizaría la ejecución de alguna de las medidas, permitiría actuaciones sincronizadas en el tiempo y, sin duda, abarataría costes.

Madrid, octubre 2006

ANEXO 1

SÍNTESIS DEL PLAN

Finalidad del Plan

- Alcanzar de la manera más eficaz los objetivos de la comunicación en CC.OO.
- Corregir los principales déficit detectados en el tratamiento de la comunicación.

La finalidad última es que la comunicación confederal se rija por determinadas «normas» o pautas de manera que se convierta en el verdadero vínculo entre lo que el sindicato hace y lo que los trabajadores y trabajadoras perciben de nuestro trabajo, facilitando así que la acción sindical e institucional del sindicato se transforme en afiliación, reforzamiento organizativo y extensión electoral.

Objetivos de la comunicación confederal

- Informar a los afiliados y afiliadas, los trabajadores y trabajadoras, y a la sociedad en general, de la actividad que desarrolla el sindicato en los diferentes planos en los que interviene de forma precisa y puntual a través de soportes propios y de los medios de comunicación.
- Garantizar la circulación de la información interna, de forma rigurosa y puntual y convenientemente seleccionada, por los ámbitos correspondientes de la estructura sindical desde los cuadros de dirección hasta los responsables sindicales en la empresa.

Descripción de la situación actual

Comunicación externa

La comunicación en CC.OO. se caracteriza por la dispersión y la heterogeneidad.

Dispersión y heterogeneidad en todos los órdenes que puede contemplar el ámbito de la comunicación: imagen corporativa, soportes tecnológicos, soportes gráficos, escritos, responsables de comunicación, equipos de comunicación, profesionales en estos equipos, tratamiento de la información con los medios, distribución de la información entre los afiliados, formación sindical en materia de comunicación...

Comunicación interna

Los problemas nos los encontramos en dos órdenes esencialmente:
En, la pluralidad de emisores de información para un mismo receptor.

En los diferentes niveles que existen en el seno de nuestras organizaciones en lo que a medios técnicos se refiere para transmitir la información.

Medidas del plan de actuación

1. *Sobre la imagen corporativa*

- Plantearnos una imagen corporativa más actualizada y moderna.
- Lanzar una nueva imagen asociada a unas «nuevas CC.OO».
- La nueva imagen debería servir para unificar imagen corporativa. Una imagen confederal fuerte donde se preserve el necesario equilibrio entre ésta y las identidades sectoriales, aportadas por nuestras Federaciones, y territoriales, aportadas por nuestras Uniones y Confederaciones de nacionalidad.

2. *Sobre las revistas y publicaciones varias*

- La identificación clara de que se trata de una publicación de CC.OO.
- Algunos elementos del diseño y la composición que nos identifiquen más allá del logotipo.
- En el caso de las revistas debe garantizarse la presencia de trabajos elaborados desde la dirección confederal (como se viene haciendo desde el inicio de este mandato).

3. *Sobre las campañas*

- Deben preverse con la mayor antelación posible y deben poder orquestarse de tal manera que se eviten solapamientos en el tiempo.
- Deben garantizar la edición de materiales respetando la pluralidad lingüística del Estado.
- Se debe poder medir con antelación el impacto económico y la coherencia con la línea publicitaria y de imagen. *Para ello debe configurarse una comisión, en cada ámbito correspondiente, formada por el o la responsable del área promotora de la campaña, el o la responsable de finanzas y el o la responsable de comunicación.*
- Al finalizar cada proceso electoral o congresual se establecerá una línea de imagen que se mantendrá a lo largo de todo el mandato y que tendrá su máxima expresión en los procesos electorales.

4. Sobre las páginas web

- La creación de una web con las siglas de CC.OO., en cualquiera de las estructuras confederadas, debe de ceñirse a un «protocolo de creación de páginas web».
- Mantener una imagen, diseño y estructura similares.
- Hacerlas más manejables y útiles, sobre todo para los afiliados y afiliadas.
- Garantizar un control que evite cualquier riesgo de ser demandados.

5. Sobre los gabinetes de comunicación y la portavocía

- Todos los órganos de dirección de nuestras estructuras deberían dotarse de un responsable de comunicación.
- Las Federaciones Estatales y las Uniones deben dotarse de un gabinete de comunicación que progresivamente debe incorporar a profesionales debidamente cualificados.
- Los citados departamentos deben tener capacidad para intervenir con tal de preservar la identidad de la imagen corporativa y la unidad de criterios sobre todos los productos.
- Los departamentos de comunicación deben canalizar la opinión del sindicato hacia fuera. En ese sentido, los/las responsables de comunicación deben ejercer, en la medida en que las condiciones lo permitan, de portavoces de la organización junto al secretario/a general, salvo en las ocasiones en que se requiera una voz más especializada.

6. Sobre las circulares

- Deberían empezar por distinguir si trasladan información de uso exclusivamente interno o información que es susceptible de volcarse hacia fuera.
- Deberían elaborarse siguiendo algunos criterios para que cuando se reproduzcan sean fácilmente comprensibles: deben ser razonablemente breves, deben redactarse con lenguaje claro huyendo de los términos más técnicos, deben tener una estructura clara: información precisa, posición de CC.OO., valoración y orientaciones.
- *Cada Secretaría, además de canalizar las circulares que elabora a través de su red habitual y según el tipo de información de la que se trate, debería trasladarlas a los responsables de comunicación para que éstos velasen para que las conozcan quienes se considere que deben conocerlas.*

- *Sería aconsejable la elaboración de un mapa de comunicación interna que determine y concrete las vías de comunicación y los destinatarios.*

7. Sobre los recursos técnicos y la red de distribución de la información

- El objetivo es tener garantizada una red que desde el vértice confederal va bajando hasta llegar a las secciones sindicales en la empresa que, cabe recordar, es la estructura de base que debemos reforzar según el Plan de Acción acordado en el 8º Congreso Confederado.
- Garantizar que la terminal última, la sección sindical, dispone de los medios técnicos adecuados.
- El mapa de secciones sindicales constituidas debe darnos a conocer los recursos de los que disponen.

8. Sobre la información confederal a cuadros y en publicaciones confederales

- La inclusión en las publicaciones de los diferentes órganos de expresión territoriales y federales de artículos elaborados desde la Confederación sobre la actividad de ésta.
- La elaboración de una publicación confederal dirigida a lo que podemos denominar «cuadros sindicales»
- Distribución entre los miembros de las estructuras de dirección de federaciones y territorios de «*Gaceta Sindical Reflexión y Debate*».

Recursos

- Las medidas apuntadas que supongan costes económicos deberían abordarse desde la cofinanciación.
- *Una contribución económica importante por parte de la Confederación sería un estímulo para la implementación de las medidas aquí contempladas.*