

RESOLUCIÓN SOBRE DEFENSA DE LA INDUSTRIA 2º CONGRESO DE CCOO INDUSTRIA

Somos conocedores de las campañas en defensas de nuestros sectores y del trabajo que se está realizando en nuestra Federación de Industria, que proponemos potenciar e intensificar con instrumentos y propuestas que a continuación detallamos:

- Trabajar nuevamente en una campaña en Defensa de la Industria, que dirija sus objetivos a concienciar a la sociedad de que, la Industria es un problema social, y tenemos que acatarlo como cualquier otro.
- Campaña que debe ser potencial con una difusión brutal, para la que se tienen que crear grupos de trabajo.
- Iniciar una importante movilización en Defensa de la Industria, realizando manifestaciones en las principales ciudades del país, y en aquellas localidades, donde se identifiquen acuciantes problemas sectoriales. Pero estas movilizaciones necesitan de nuevas fórmulas de organización y visualización, con actos escénicos y/o culturales, entre otros, que las hagan llamativas y salgan de la rutina.
- Generar espacios en los que trasladar el trabajo y la información de los problemas que acontecen en la Industria, en asociaciones vecinales, centros educativos, polígonos, etc.
- Campañas de consumo responsable, que apuesten por un consumo de productos producidos en nuestros sectores industriales nacionales.

Entendemos que para la defensa de la industria CCOO ha dado pasos importantes en relación a redes sociales, y otros canales de comunicación existentes hoy en el sindicato, que sin embargo debemos renovar, repensar y adecuar su adaptación al medio de difusión y sociedad. Para ser capaces de llegar donde no estamos llegando, dentro de una vorágine de campaña de desacreditación sindical, o situaciones difíciles negativas que hemos vivido en el último período. Más allá de los resultados en las urnas en EESS, tenemos que trabajar en el próximo mandato para ganarnos el respeto de la sociedad en general y poner de manifiesto potencialmente nuestras acciones y actividad sindical.

Por todo lo expuesto proponemos:

- Organización y Centralización de la información para evitar que un mismo mensaje, email o convocatoria se reciba por varias vías. Del mismo modo buscar la optimización de recursos utilizando los cauces más adecuados.
- Para comunicados, folletos y propaganda, utilizar en el mensaje redacción breve, lenguaje concreto y llamativo. Incluyendo links para profundizar sobre el asunto.
- Pensar como reiventarnos con nuevas fórmulas de comunicación para poder captar a la ciudadanía y que tanto nuestro mensaje como trabajo diario sea el que llegue a aquellos espacios que consideremos necesario.
- Contar con asesores externos, expertos en comunicación, en momentos de ataque agresivo contra CCOO. Organizar gabinetes de crisis, ante situaciones tanto difíciles como positivas, para poder obtener un mejor resultado.

- Política de transparencia: Publicación de las cuentas económicas de CCOO con resúmenes que los entienda todo el mundo, no sólo personas con conocimientos financieros.

Entendiendo el crédito horario como patrimonio del sindicato, se antoja fundamental la optimización de todos los recursos, de manera que se produzcan sinergias entre la estructura del sindicato y las diferentes secciones sindicales. Debe existir cohesión entre todas las partes que componemos el sindicato atendiendo, no sólo al centro de trabajo, sino a la representación de los valores de CCOO, a la vocación solidaria de nuestra organización y al espíritu socio-político. Por ello entendiendo que las horas sindicales son una de las herramientas principales que tenemos en el sindicato para poder trabajar, no deberíamos dejar que un número de horas se perdiese. Por lo que aquel crédito horario que los delegados sindicales en la empresa no vayan a aprovechar dentro de las labores que realizan en su centro deberían ser destinadas a la realización de trabajos de apoyo a la estructura que tendrá además como ventajas no sólo estas sinergias de feedback Sindicato-Centro de Trabajo sino que aumentará cuantitativamente el número de Secciones Sindicales y Delegados vinculados a la Organización.

Esto conseguiría un efecto multiplicador en la calidad de la gestión de la realidad sindical en todos los ámbitos, y debería hacerse sin imposiciones, por lo que habría que desarrollar campañas de sensibilización que explicasen el sindicato y que queremos en el corto y medio plazo respecto a la defensa de la industria.

A nadie se nos escapa que un número importante de representantes de CCOO no están afiliadas/os. Presentarse en las listas de CCOO por primera vez sin estar afiliada, puede ser una fórmula para sumar personas valiosas que no lo harían en otras condiciones... pero es en las situaciones de renovación de candidatura tras cuatro años de actividad sindical, adquiere especial preocupación. Dificilmente va a defender los valores representados por CCOO alguien que no quiere afiliarse tras cuatro años de representación y más complicado todavía será, que transmita la importancia de la afiliación cuando no asume ese discurso como propio.

En esa dicotomía entre calidad o cantidad, debemos ser auto críticos y valientes, y reconocer que esas situaciones en su amplia mayoría, no benefician al conjunto de la organización.