



GUÍA DE CAMPAÑA PARA LA
JORNADA MUNDIAL POR EL TRABAJO DECENTE
7 DE OCTUBRE DE 2009



JMTD

JORNADA MUNDIAL POR EL TRABAJO DECENTE 07.10.09



JORNADA MUNDIAL POR EL TRABAJO DECENTE 2009

Esta guía de campaña para la Jornada Mundial por el Trabajo Decente (JMTD) ha sido elaborada por la Confederación Sindical Internacional. La JMTD tiene lugar el 7 de octubre y se organizó por primera vez el 7 de octubre de 2008. Cientos de miles de personas se lanzaron a las calles, desde Vladivostok en Rusia a Barbados en el Caribe. Otros cientos de miles participaron en los diversos seminarios, debates, mesas redondas y llamamientos lanzados el día mismo o en los días previos o posteriores a la jornada. Sindicalistas del mundo entero usaron su imaginación para proponer actividades espectaculares como juegos, conciertos, seminarios, mesas redondas, eventos culturales y peticiones, reuniones en lugares de trabajo y paros laborales. Esta guía de campaña pretende cumplir diversos propósitos, dependiendo de sus necesidades: como fuente de ideas y sugerencias y como lista de comprobación para ayudarles a asegurarse de no haber olvidado nada. ¡Hagamos de la Jornada Mundial por el Trabajo Decente en 2009 un evento aún mayor y más espectacular que el año pasado!

La JMTD de este año tendrá lugar dentro del contexto de la mayor crisis económica registrada en más de medio siglo. Millones de personas están perdiendo sus empleos a causa de la especulación y la ambición, elementos centrales de un modelo económico fracasado que giraba en torno a la desregulación y a la ideología de libre mercado.

Este año, la Jornada Mundial por el Trabajo Decente se centrará en cómo sacar al mundo de la recesión y construir una nueva economía mundial que sitúe a las personas en primer término. Organizaciones sindicales de todo el mundo pedirán a los gobiernos que tomen medidas respecto a sus propias economías nacionales, y también a nivel internacional.

El trabajo decente es parte esencial de la solución a la crisis mundial. Implica garantizar la creación de empleo y la protección de los derechos de los trabajadores y trabajadoras, especialmente el derecho a organizarse en sindicatos y a negociar colectivamente. Implica poner



SE PIDE A LOS GOBIERNOS QUE CONSTRUYAN UNA ECONOMÍA CAPAZ DE:

- Ofrecer un trabajo decente, con pleno respeto de los derechos sindicales, para todos;
- Basarse en una gobernanza mundial eficaz, democrática y responsable, que dé prioridad a las necesidades de las personas;
- Asegurar una enérgica reglamentación financiera, poner la financiación al servicio de la economía real y la economía real al servicio de las personas;
- Garantizar el respeto de los derechos de todos los trabajadores y trabajadoras y poner fin a la pobreza, la desigualdad, la discriminación y la explotación; y
- Asegurar la sostenibilidad a través de la inversión verde y puestos de trabajo verdes.



En última instancia, el modelo de globalización que ha imperado durante más de dos décadas ha quedado desacreditado.



fin a la discriminación, al trabajo infantil y forzoso, y proporcionar redes de seguridad social para todos aquellos que no tienen empleo. También implica fomentar el diálogo social: que gobiernos, patronal y sindicatos se sienten a negociar para llegar a soluciones aceptables para todos, basándose en el reconocimiento del papel importante y legítimo que tienen los sindicatos en el mundo del trabajo y en la sociedad. El trabajo decente supone poner fin a las enormes desigualdades existentes entre ricos y pobres, que contribuyeron a desencadenar esta crisis, y asegurarse de que los trabajadores y trabajadoras dispongan de unos ingresos adecuados, que les permitan brindar una vida decente para sus familias, lo que a su vez estimulará el crecimiento económico.

TRABAJO DECENTE – PARA UN MUNDO DECENTE

La crisis financiera que amenaza los puestos de trabajo, los hogares y el futuro de miles de millones de seres humanos – aquellos que nunca se beneficiaron de los años de abundancia, cuyo trabajo ha estado siempre mal pagado y poco considerado, y que no tienen responsabilidad alguna por lo que está ocurriendo ahora.

Tras haberse asomado al abismo que ellos mismos contribuyeron a crear, los responsables políticos van despertando y se dan cuenta de que es necesario regular la economía y los gobiernos deciden finalmente asumir las tareas a las que renunciaron hace tiempo: establecer normas para los mercados, proteger y proveer a sus ciudadanos, e intervenir para garantizar unos resultados sostenibles y socialmente justos.

En última instancia, el modelo de globalización que ha imperado durante más de dos décadas ha quedado desacreditado. Pero su fracaso nos brinda la oportunidad de esparcir las semillas para un cambio fundamental.

En el momento de su fundación, en 2006, la CSI hizo hincapié en la necesidad de un cambio fundamental en la globalización, y se comprometió a conseguirlo.

Ha llegado ahora el momento de aplicar dicho cambio.

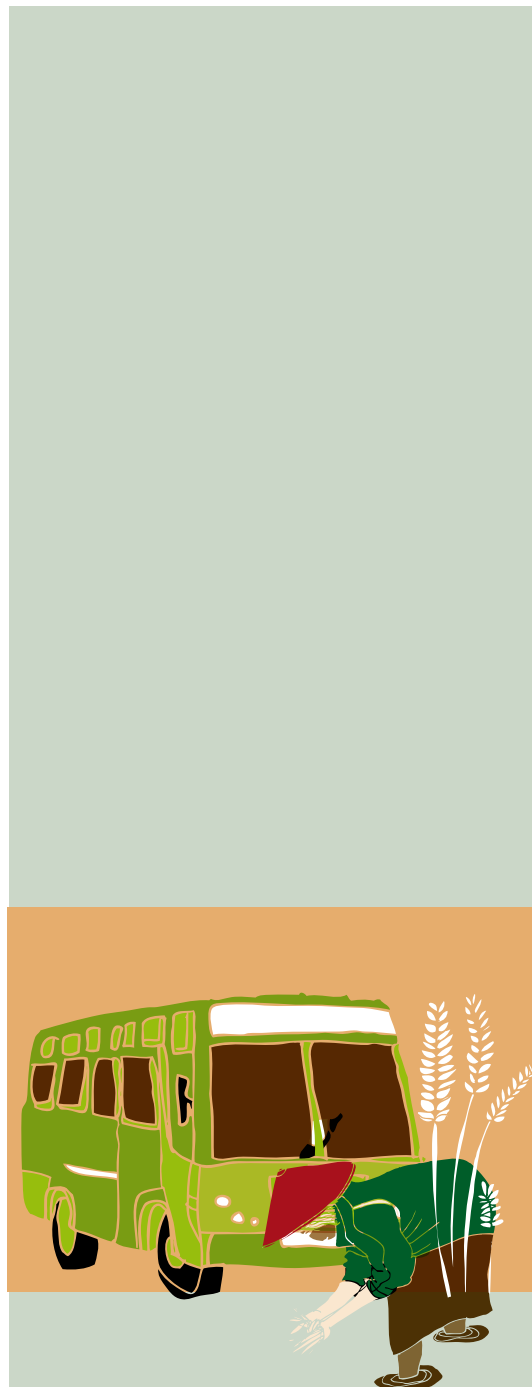
La superación de la crisis financiera ha de complementarse con una acción internacional concertada para estimular el empleo y el crecimiento, de manera que el peligro inminente de la recesión mundial pueda atajarse, y las economías queden encarriladas en la vía de un desarrollo sostenible y justo.

La tarea esencial de regular los mercados financieros, para así cerrar la vía a la posibilidad de volver a la rutina anterior y que termine repitiéndose la debacle actual, debe constituir un componente de un programa más amplio destinado a reformar la gestión de la economía global.

Hace falta corregir los desequilibrios que han ocasionado una caída o un estancamiento de los salarios reales, al tiempo que el capital cosechaba beneficios récord. Los derechos de sindicalización y negociación, reconocidos internacionalmente, han de ser aplicados universalmente de manera que los trabajadores y las trabajadoras tengan una influencia real en sus vidas y su futuro. La agenda comercial, estancada en el punto muerto de la Ronda Doha, sólo podrá seguir adelante cuando se cimiente en los imperativos del trabajo decente, el desarrollo, los derechos y la igualdad. La comunidad internacional se enfrenta asimismo a la obligación inapelable de negociar rápidamente un plan efectivo para combatir el cambio climático, de lo contrario las consecuencias podrían ser mucho más graves que las derivadas de un desmoronamiento financiero.

Los Gobiernos del G20, que representan más de tres cuartas partes de la economía total mundial, se reunieron en Londres en abril de 2009. Sus decisiones abrirían la vía para un cambio real y fundamental, pero aún queda mucho por hacer para que esta probabilidad se traduzca en realidad. Lo que es más importante, la opinión pública debe seguir presionando a favor de un cambio.

Es por ello que el Consejo General de la CSI decidió que, este año, la JMTD sirva de punto focal global para impulsar las demandas del movimiento sindical internacional a favor de una acción destinada a sacar al mundo de la recesión y construir una nueva economía mundial



Cualquier persona en el mundo debería poder llevar una vida digna y tener cubiertas sus necesidades básicas.



¿POR QUÉ EL TRABAJO DECENTE?

Cualquier persona en el mundo debería poder llevar una vida digna y tener cubiertas sus necesidades básicas. El empleo es un elemento crucial para lograrlo. Los millones de hombres, mujeres, jóvenes y migrantes que trabajan o que buscan un empleo necesitan que sus gobiernos adopten medidas adecuadas para:

- asegurarse de que la protección social y los derechos de los trabajadores/as se respeten plenamente tanto en la legislación laboral como en la práctica. El nivel de vida y las economías requieren un empleo productivo para poder desarrollarse.
- crear millones de empleos significativos para hombres y mujeres. Los empleos sólo se verán mejorados si están vinculados a unas normas y a unos derechos. La protección social aporta a los trabajadores/as la seguridad necesaria para afrontar el futuro con confianza.

Es por ello que habría que instar a todos los gobiernos a hacer más respecto a la creación de empleo. Y no sólo de cualquier tipo de empleo, sino de empleos decentes para todos y todas. Muchas veces se aduce que los países no pueden permitirse unos salarios justos y mejores condiciones, sin embargo los costos a corto plazo se verían rápidamente superados por los beneficios a largo plazo. Es por eso que el Trabajo Decente es la mejor manera de luchar contra la pobreza en el mundo. Porque para muchas personas en el mundo entero, la falta de trabajo es sinónimo de pobreza.

¿QUÉ ES EL TRABAJO DECENTE?

La respuesta inmediata es que se trata de un empleo que permita a una persona vivir correctamente. Pero también hay una respuesta más compleja: el trabajo decente, en tanto que concepto y que programa, fue introducido y promovido inicialmente por la Organización Internacional del Trabajo (OIT) en 1999. Consta de cuatro componentes: empleo, derechos, protección y diálogo. El Trabajo Decente se basa en la convicción de que los cuatro componentes resultan indispensables para crear las mejores perspectivas de progreso social y desarrollo.

Por empleo se entiende...

- unos ingresos justos que garanticen una vida decente
- igualdad de trato y oportunidades para todos
- unas buenas condiciones de trabajo
- salud y seguridad en el lugar de trabajo
- acceso a un trabajo significativo y productivo
- perspectivas de desarrollo personal

Los derechos de los trabajadores/as en relación con el empleo son...

- libertad para organizarse
- libertad de expresión
- que hombres y mujeres puedan participar en las decisiones que afectan sus vidas
- el derecho a negociar colectivamente
- no sufrir discriminación
- no estar sujetos a trabajo forzoso
- no estar sujetos a trabajo infantil
- reconocimiento legal y acceso a un sistema legal
- existencia de leyes laborales y el respeto de la legalidad

La protección social subraya...

- el importante vínculo entre empleo productivo y seguridad para aquellos que por cualquier motivo se encuentran sin trabajo
- protección frente a la pérdida o reducción de ingresos debido al desempleo, a una lesión, en caso de maternidad, paternidad o en la vejez
- sociedades justas e inclusivas

El diálogo social subraya...

- que trabajadores/as y empleadores tengan el derecho y la posibilidad de estar representados por sus organizaciones
- que las mejores soluciones, y las más duraderas, se logran mediante la cooperación como elemento central de la estabilidad social, el crecimiento duradero y el desarrollo sostenible
- que existen canales por medio de los cuales pueden tratarse y resolverse los conflictos

Si desea saber más sobre el Trabajo Decente y la política en la que se basa, puede visitar el sitio web de la Jornada Mundial por el Trabajo Decente en www.wddw.org y consultar la sección “Material informativo” y “Material para las acciones”.



JMTD:

La jornada mundial puede utilizarse como una oportunidad para reforzar aún más sus estrategias sindicales sobre Trabajo Decente, por ej. respecto a la creación de empleo, igualdad salarial, organización de nuevos miembros, trabajadores/as migrantes y situación de los jóvenes. Conviene centrarse particularmente en las mujeres y la juventud, dado que se concentran mayoritariamente en trabajos mal pagados, no protegidos, temporales o casuales.

- *Las mujeres se enfrentan a múltiples formas de discriminación y representan una creciente proporción de los pobres en el mundo*
- *Hasta el 93 % de los puestos de trabajo disponibles para los jóvenes son informales o no protegidos*

Comprueben de qué manera puede integrarse el programa de Trabajo Decente en sus actuales políticas y actividades. Incluyan información sobre la campaña de Trabajo Decente en sus publicaciones sindicales y promuevan la campaña en su labor habitual, viendo qué partes encajan en el programa de Trabajo Decente. ¿Cómo pueden promover este trabajo dentro de su propio movimiento y entre sus miembros?

Puesto que el Trabajo Decente es un concepto tan amplio, podría ser conveniente reflexionar sobre la posibilidad de organizar esta campaña desde una red o coalición más amplia – quizás con otras organizaciones sindicales, Federaciones Sindicales Internacionales, sindicatos asociados en otros países y ONG.



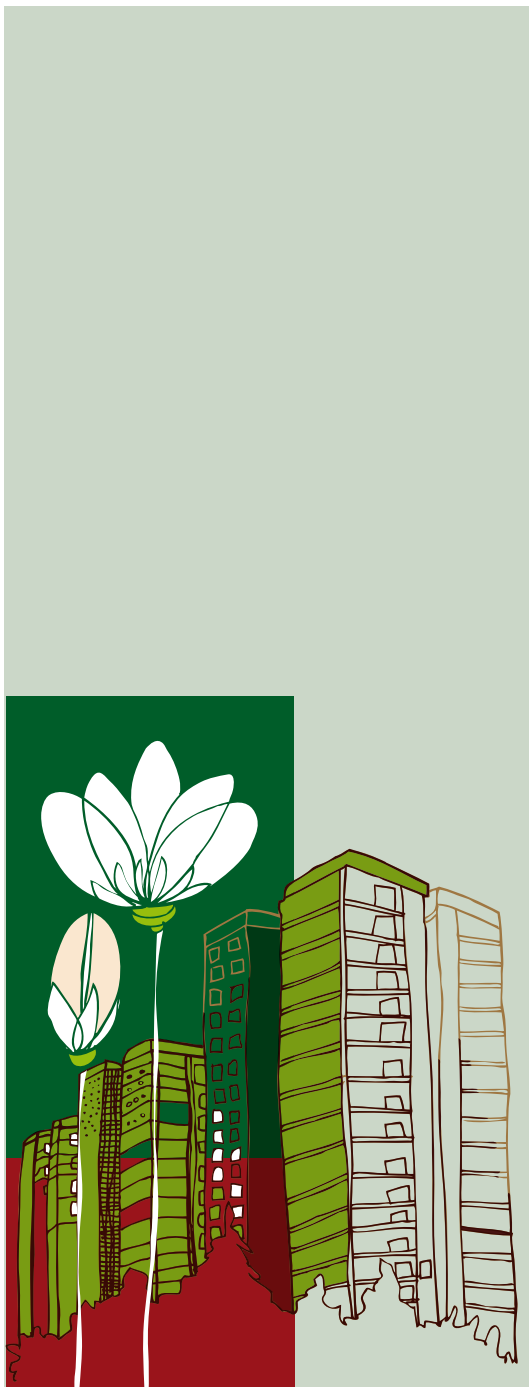
LISTAS DE COMPROBACIÓN SOBRE TRABAJO DECENTE

Preguntas básicas sobre Trabajo Decente en su propio país:

- ¿Tienen todos los hombres y mujeres en su país la oportunidad de obtener un trabajo que les permita a ellos y a sus familias llevar una vida decente?
- ¿Puede cualquier persona en su país afiliarse a un sindicato de su elección?
- ¿Son los sindicatos en su país libres para realizar su trabajo sin interferencia exterior y sin restricciones respecto a la organización, la negociación o la huelga?
- ¿Están protegidas las personas en su país frente a una pérdida o reducción de ingresos a causa del desempleo, la discriminación, lesiones o accidentes, maternidad, paternidad, vejez, o frente a cualquier otro tipo de dificultades financieras que pudiesen preocupar a la sociedad?
- ¿Mantienen sindicatos y empleadores un diálogo social en su país, o están involucrados en discusiones tripartitas con el gobierno y otras autoridades respecto a cuestiones que les conciernen?
- ¿Disfrutan las mujeres de iguales oportunidades en el trabajo o a la hora de obtener un empleo? ¿Gozan de una protección adecuada frente a la discriminación tanto en la ley como en la práctica?

Pueden utilizar estas listas para hacerse una idea sobre la situación que ocupa su organización o su país en lo que respecta al Trabajo Decente.





Preguntas básicas sobre la manera en que su país influye en la promoción del Trabajo Decente en el resto del mundo:

- ¿Apoya su país la labor de la Organización Internacional del Trabajo en la promoción del Trabajo Decente?
- ¿Apoya su país una mayor promoción del Trabajo Decente en el marco de la gobernanza regional (por ejemplo en la UE, la Unión Africana, ASEAN o Mercosur) y global (el sistema de Naciones Unidas)?
- ¿Da prioridad su país al Trabajo Decente en la cooperación al desarrollo, incluso en la adjudicación de ayuda al desarrollo?
- ¿Concede su país importancia al Trabajo Decente en su política social, incluyendo el hecho de dar prioridad al impacto sobre el empleo en las negociaciones comerciales y apoyar la integración del respeto de las normas fundamentales del trabajo en los acuerdos comerciales?
- ¿Apoya y considera prioritario su país la promoción del Trabajo Decente en los créditos de las instituciones financieras internacionales (como el Banco Mundial y el FMI), incluyendo la exigencia de que las condiciones crediticias incluyan el respeto de las normas fundamentales del trabajo y que dichos créditos promuevan políticas de empleo intensivo, protección social y la participación de los interlocutores sociales (sindicatos y empleadores) en la gobernanza?
- ¿Incluye su país propuestas para alcanzar la igualdad de género en las áreas antes citadas?

También pueden examinar cómo está respondiendo su país a la crisis económica mundial. ¿Es la respuesta adecuada o no está resultando efectiva para la economía nacional? ¿Está su país dispuesto a apoyar la introducción de cambios importantes en la toma de decisiones económicas a escala mundial?

CAMPAÑA TRABAJO DECENTE, VIDA DECENTE PARA LA MUJER

En colaboración con las Federaciones Sindicales Internacionales (FSI), la CSI lanzó con éxito el 8 de marzo de 2008 la campaña ‘Trabajo Decente, Vida Decente para la Mujer’: Con tal ocasión, 89 centrales nacionales en 61 países organizaron eventos centrándose en: derechos de protección de la maternidad, guarderías infantiles, equidad salarial, equilibrio entre vida laboral y privada, e igualdad de género en los sindicatos. La CSI estableció una lista electrónica y distribuyó diverso material (mediante una carta circular y en línea) incluyendo la guía de la campaña, el cartel y una presentación Power Point.

8 de marzo de 2008 y 2009:

Informes sobre la Brecha Salarial de Género

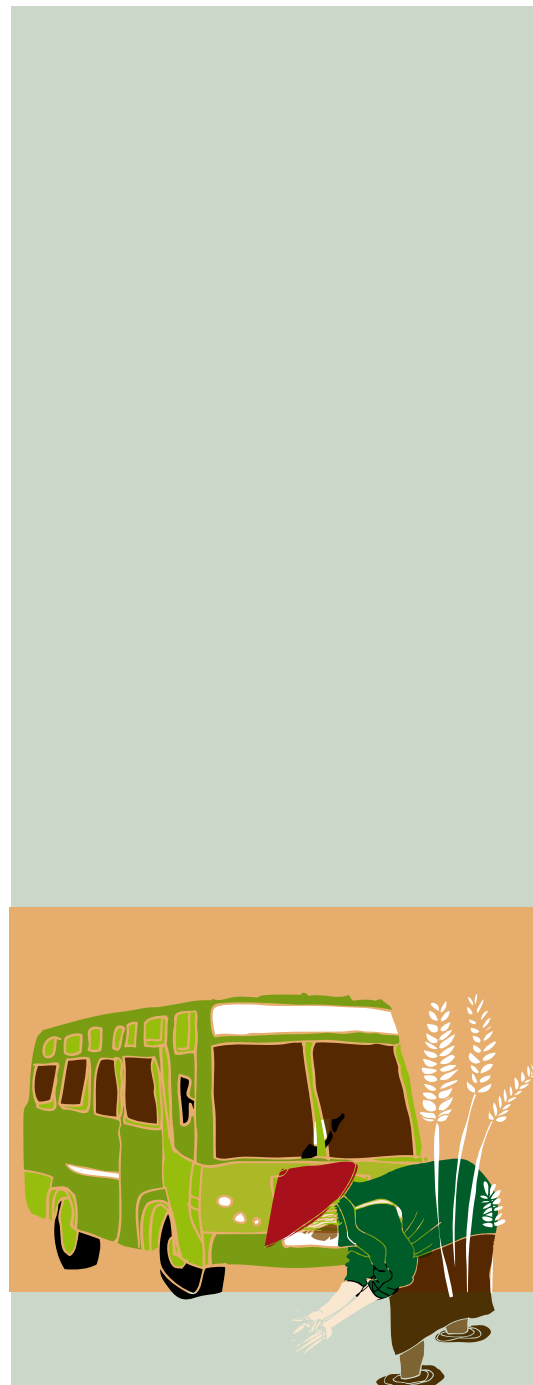
La CSI elaboró dos informes sobre la brecha salarial de género, publicados el 8 de marzo de 2008 y 2009, que recibieron una amplia cobertura en los medios de comunicación. Pueden consultarse en: <http://www.ituc-csi.org/spip.php?rubrique198&lang=es>

Protección de la maternidad

Luxemburgo (abril de 2008) y Malí (junio de 2008) ratificaron el Convenio 183 de la OIT, con lo que pasan a ser 15 los países que lo han ratificado hasta la fecha. La CSI distribuyó un nuevo folleto sobre la protección de la maternidad y creó una página web. NZC-TU/Nueva Zelanda y UATUC/Croacia organizaron campañas de presión hacia sus respectivos gobiernos pidiendo que se ratifique e implemente el Convenio 183 de la OIT. La CSI también realizó un vídeo sobre la protección de la maternidad, que puede encontrarse en el canal de la CSI en youtube: <http://www.youtube.com/user/ITUCCSI>

7 de octubre de 2008: Jornada Mundial por el Trabajo Decente

Las mujeres organizaron y/o participaron en eventos sindicales organizados por 216 organizaciones afiliadas. Varios cientos de miles de personas tomaron parte en mítines públicos, marchas y manifestaciones.





7 de octubre de 2009: Jornada Mundial por el Trabajo Decente

La red de la campaña Trabajo Decente, Vida Decente para la Mujer está preparando ya las actividades para la JMTD de este año. No olviden que si no nos informan sobre lo que planean hacer, tampoco podremos comunicárselo a otros. Infórmennos sobre sus acciones en: www.JMTD.org o enviando un e-mail con todos los detalles de su acción a: JMTD@ituc-csi.org.

Proyecto Decisiones para una Vida:

La CSI obtuvo una subvención MDG3 del Ministerio de Exteriores de los Países Bajos para un proyecto de dos años y medio de duración. Pretende sensibilizar a las trabajadoras jóvenes en el sector de servicios sobre futuras oportunidades de empleo y posibilidades de carrera profesional, la creación de una familia y el equilibrio entre vida laboral y familiar. El proyecto incluye dos tipos de actividades:

- 1) Campañas sindicales para lograr mejores condiciones de trabajo;
- 2) Creación de sitios web de mujeres, para abordar las decisiones que estas jóvenes trabajadoras deben tomar en una etapa crucial de sus vidas.

Todas las herramientas disponibles en línea podrán ser descargadas y utilizadas en las campañas sindicales. Los 12 países cubiertos por el proyecto son: Brasil, India, Indonesia, Azerbaiyán, Belarús, Kazajstán, Ucrania, Angola, Mozambique, Sudáfrica, Zambia y Zimbabwe. Los principales asociados de la CSI son UNI (también en cooperación con UITA y la ISP), la Fundación WageIndicator (especializada en el establecimiento de sitios web relacionados con los salarios) y la Universidad de Ámsterdam (especializada en inventarios mundiales relativos al programa de trabajo decente, salarios, y sistemas de relaciones industriales de las empresas).



ALGUNOS MITOS COMUNES

1. CUALQUIER EMPLEO ES MEJOR QUE NO TENER EMPLEO

En realidad, el objetivo no consiste meramente en crear puestos de trabajo, sino en la creación de puestos de trabajo de calidad aceptable. En todos los rincones del mundo existe actualmente el concepto de empleo decente, pero para los trabajadores/as la calidad de un empleo tiene diversos significados. Puede estar relacionada con el salario, con los derechos, con distintas formas de trabajo y diferentes condiciones de trabajo, además de incluir el sentimiento de valor y satisfacción. Es esencial establecer políticas capaces de crear empleos donde los derechos de los trabajadores/as sean respetados de manera que puedan obtener los salarios, las condiciones, la protección social y la satisfacción que desean.

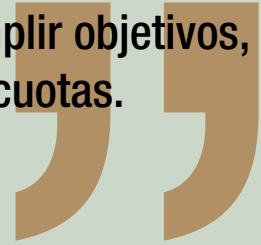
En el mundo del trabajo hoy en día lo que hace falta es crear sistemas sociales y económicos que garanticen una seguridad básica, una remuneración adecuada y empleo, al tiempo que sean capaces de adaptarse a circunstancias cambiantes en el mercado laboral. Un trabajo que ponga en peligro la salud o que deje al trabajador incapacitado para poder mantener a su familia no es un empleo decente.

2. LAS NORMAS Y LOS PRINCIPIOS Y DERECHOS FUNDAMENTALES EN EL TRABAJO SON UNA CARGA PARA AVANZAR EN LA GLOBALIZACIÓN.

¡Falso! Vivimos en un mercado global altamente competitivo donde los trabajadores y trabajadoras se enfrentan a presiones constantes para cumplir objetivos, plazos y cuotas. La globalización, junto con muchas ventajas, también ha aportado una creciente inseguridad, incertidumbre, subcontratación de trabajo y la posibilidad de trabajar fuera de las fronteras nacionales con leyes distintas en cada lugar.

Para asegurarnos de que los trabajadores/as estén protegidos y sean tratados de manera justa, necesitamos el reconocimiento y la aplicación efectiva de las normas internacionales del trabajo sobre libertad sindical, igualdad, y trabajo forzoso e infantil. Se trata de compromisos compartidos que pueden combatir la incertidumbre, prevenir el dumping social competitivo y garantizar la igualdad de

Vivimos en un mercado global altamente competitivo donde los trabajadores y trabajadoras se enfrentan a presiones constantes para cumplir objetivos, plazos y cuotas.



El trabajo decente en todas sus formas puede ayudar a establecer un modelo de desarrollo más inclusivo socialmente y económicamente dinámico.



trato, responsabilidad y respeto, al tiempo que aportan un punto de referencia mundial respecto a la legislación laboral. Los derechos de los trabajadores/as deben convertirse en un punto de referencia para la industria mundial y para la buena gobernanza.

3. EL TRABAJO DECENTE YA EXISTE EN TODOS LOS PAÍSES INDUSTRIALIZADOS.

No necesariamente y, de hecho, en muchos países industrializados el programa de trabajo decente se considera obsoleto. No obstante, siguen existiendo enormes brechas sociales dentro de algunos países, donde aún hay retos que superar respecto a la discriminación contra la mujer y contra los trabajadores migrantes, continúan produciéndose ataques a los derechos sindicales en numerosos países, y persisten sectores y países donde el diálogo social entre la patronal y los trabajadores es inexistente.

Se necesitan más y mejores puestos de trabajo en los países industrializados, y parte del trabajo decente es garantizar también la formación, el reciclaje profesional, el progreso social, una seguridad básica y derechos para todos los trabajadores/as, como parte de la dimensión social de la globalización.

4. EL PROGRAMA DE TRABAJO DECENTE NO ES RELEVANTE EN LOS PAÍSES EN DESARROLLO A CAUSA DE LA EXTENDIDA ECONOMÍA INFORMAL

¡Falso! La mitad de la población de África vive en la más extrema pobreza, con apenas US\$1 al día y los mercados laborales africanos se caracterizan por una considerable economía informal urbana y una enorme fuerza laboral rural. La mayoría de estos 300 millones de personas no consiguen mantenerse y mantener a sus familias pese a tener una ocupación.

Los retos de conseguir una vida decente son quizás aún mayores en los países en desarrollo, y algunos de los obstáculos existentes provienen de las relaciones internacionales, otros de dentro del propio país. La promoción del trabajo decente para todos en los países en desarrollo creará nuevas oportunidades sostenibles para hombres y mujeres de manera que puedan trabajar de forma productiva, reciban unos ingresos regulares y sus derechos estén protegidos, contribuy-

endo en última instancia a la lucha contra la pobreza. El trabajo decente en todas sus formas puede ayudar a establecer un modelo de desarrollo más inclusivo socialmente y económicamente dinámico.

5. EL MERCADO DE TRABAJO EN NUESTRA ECONOMÍA GLOBALIZADA NO ES COMPATIBLE CON EL TRABAJO DECENTE.

En realidad, debemos darle una cara humana a la economía globalizada. Una competición cada vez mayor, cambios económicos y sociales acelerados y la mejora de la productividad en una economía controlada por el mercado no conducen automáticamente a la inclusión social, ni crean una vía para el desarrollo sostenible.

Las consecuencias sociales de la globalización pueden resultar adversas si los trabajadores y trabajadoras no luchan por obtener y promover igualdad de oportunidades para hombres y mujeres en el marco del Programa de Trabajo Decente de la OIT: la promoción de derechos en el trabajo; empleo; protección social; y diálogo social. El desarrollo sostenible y el trabajo decente para todos deben convertirse en parte integral de la globalización, para lograr un acceso en pie de igualdad al empleo, con equidad y dignidad humana.

Debemos darle una cara humana a la economía globalizada.



¿Por qué hay que actuar?

La Confederación Sindical Internacional fue fundada en noviembre de 2006, agrupando a las antiguas afiliadas de la Confederación Internacional de Organizaciones Sindicales Libres (CIOSL), la Confederación Mundial del Trabajo (CMT) y centrales sindicales nacionales que no pertenecían anteriormente a ninguna de las dos confederaciones internacionales. Se decidió durante el Congreso fundador en Viena que la CSI tomaría medidas firmes y globales a favor de una nueva globalización – donde los beneficios no se obtengan de explotar a la mano de obra y donde se respeten los derechos fundamentales de los trabajadores y trabajadoras.

JMTD 2008

La primera JMTD tuvo lugar el 7 de octubre de 2008. Se desarrollaron más de 616 acciones en 130 países, con la participación de más de un millón de personas. Una lista impresionante de actividades se registraron en todo el mundo – desde el amanecer en Fiji hasta el ocaso en Alaska. Todos los eventos fueron publicados, en el momento de tener lugar o inmediatamente después, en la página web especial de la JMTD: www.JMTD.org. Más adelante en esta guía pueden ver ejemplos de acciones desarrolladas ese día.

Se abordaron muchos temas diferentes de distintas maneras – pero todos tenían algo en común: el trabajo decente. La jornada mundial representa una gran ocasión para que los sindicatos y otras organizaciones demuestren su apoyo por el trabajo decente y destaquen la importancia de la labor que está desarrollando el movimiento sindical.

JMTD 2009

El contenido de la Jornada Mundial por el Trabajo Decente queda enteramente en manos de su organización. Lo único que hace la CSI es proporcionarles algunas herramientas que podrían utilizar de la manera en que mejor se ajusten a su país y a su organización. Todas las herramientas de la campaña están disponibles en el sitio web www.JMTD.org. También encontrarán ahí más información sobre el trabajo decente, incluyendo esta guía de campaña, así como todas las



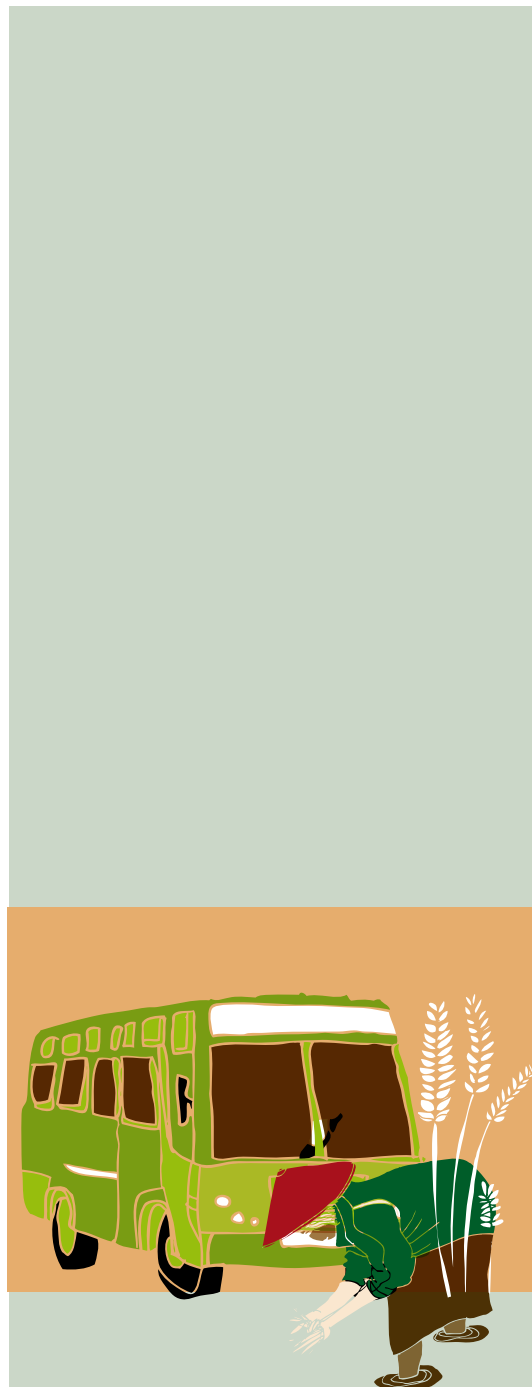
acciones previstas para esa jornada, que se irán incluyendo conforme nos informen al respecto. El logotipo, los distintos materiales e ilustraciones están a su disposición y pueden usarse con total libertad. También pueden seleccionar “2008” para ver todas las acciones que se desarrollaron el año pasado.

Les invitamos a incluir el sitio web de la JMTD en los preparativos para ese día. Pueden también animar a otras personas a emprender acciones durante la jornada misma – incorporaremos en vivo los eventos, fotos y vídeos según vayamos recibiendo – en todos los rincones del mundo.

No esperen, empiecen YA a planificar los eventos que organizarán este año. Y no olviden incluir en la planificación al mayor número posible de personas en su organización, especialmente los que trabajan en prensa y comunicaciones.

A continuación encontrarán algunas ideas de las acciones que pueden llevar a cabo. Hay multitud de ejemplos de distintos países tomados de la jornada del año pasado. Algunos exigen considerables recursos humanos y materiales, otros menos. Pero siempre encontrarán algo que puedan hacer.

¡Buena suerte!



Cuánto más próximos consigan estar de su audiencia, mayores serán sus probabilidades de tener éxito con la campaña.



¿Cómo emprender acciones?

¿EN QUÉ CONSISTE UNA CAMPAÑA?

Una campaña puede definirse como una labor intensiva durante un período de tiempo definido, con objeto de intentar obtener un resultado específico. ¿Cómo pueden organizar o participar en una campaña?

Ante todo, deberán hacerse un par de preguntas para evaluar si lo que tienen previsto está adecuadamente relacionado con lo que quieren conseguir.

JMTD: La Jornada Mundial por el Trabajo Decente puede calificarse como una campaña, puesto que implica actividades enmarcadas en un período específico (7 de octubre) con objeto de intentar obtener un resultado específico (involucrar al mayor número posible de personas y organizaciones para sensibilizar simultáneamente respecto al trabajo decente en todo el mundo).

¿CUÁL ES EL OBJETIVO DE SU CAMPAÑA?

¿Hay varios temas o sólo uno? Tienen que tener en cuenta que cuánto más se amplíe el contenido, más recursos y tiempo llevará lograr el objetivo. Si repiten lo mismo una y otra vez, tendrán más probabilidades de ser comprendidos. Pero una campaña consiste igualmente en decir lo mismo una y otra vez de distintas maneras, de modo que pueda exponerse lo que busca de forma constante pero sin resultar demasiado obvio o repetitivo.

Cuánto más próximos consigan estar de su audiencia, mayores serán sus probabilidades de tener éxito con la campaña.

Organizar nuevos miembros, no obstante, no constituye una campaña particular, puesto que la sindicalización es una labor constante para los sindicatos. Sin embargo, pueden optar por organizar una acción de sindicalización específica durante un período determinado, y en tal caso sí que sería una campaña. Con una campaña de sindicalización pueden intentar reclutar distintos tipos de trabajadores/as, por ejemplo, centrarse en los jóvenes, los estudiantes, los jubilados

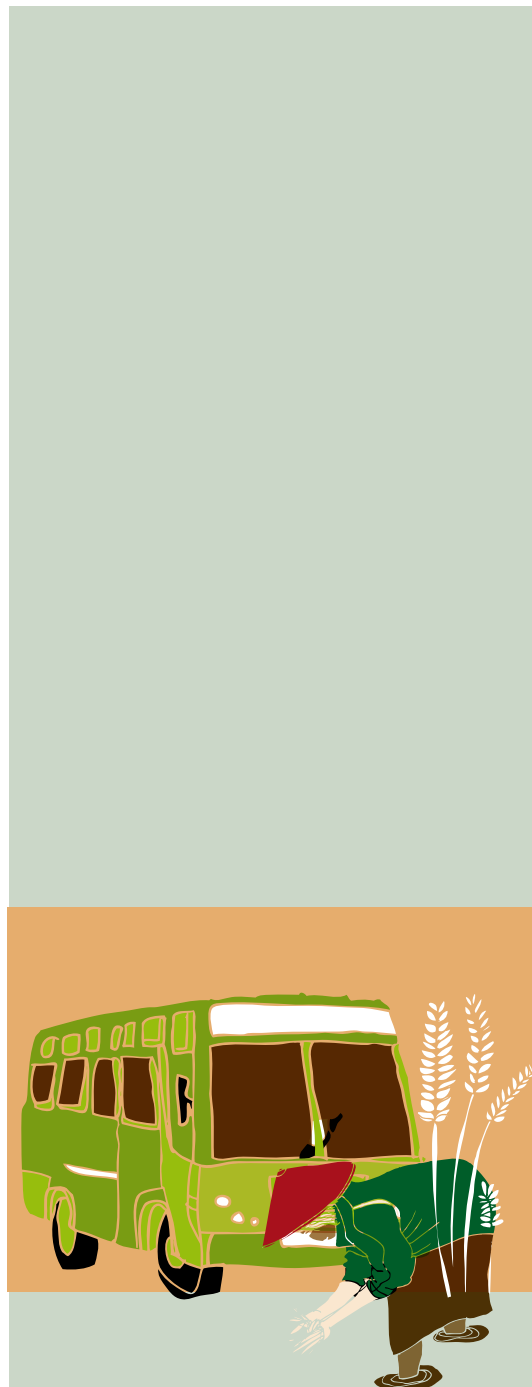
o en una compañía o un lugar de trabajo específicos. Simplemente recuerden que una campaña debe tener un punto de inicio y final. De lo contrario, no se trataría de una campaña, sino de parte de su labor sindical cotidiana.

JMTD: En 2008 el tema era El Trabajo Decente y los subtemas: Derechos en el trabajo, Solidaridad y Poner fin a la pobreza y la desigualdad. En 2009 el tema es la crisis financiera y cómo el trabajo decente es crucial para superarla.

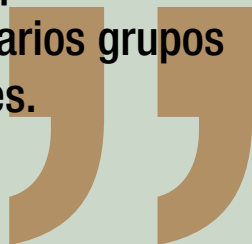
¿QUÉ ES LO QUE DESEAN CONSEGUIR?

¿Quieren marcar la diferencia en política y realmente cambiar las cosas? ¿O simplemente desean informar a la opinión pública sobre quiénes son y lo que hacen? ¿O quizás lo que buscan es transmitir a otros que su solución a un problema es realmente la mejor solución? Ha de tenerse en cuenta que será muy difícil vender su solución a alguien si no son conscientes previamente del problema. El año pasado fue mucho más difícil convencer a los medios de comunicación y a los responsables de tomar decisiones sobre la importancia del programa de Trabajo Decente. ¿Por qué? Sencillamente porque no veían la necesidad inmediata o los beneficios personales que podrían obtener. ¿Qué es lo que ha cambiado? Con la profunda crisis financiera mundial que nos está afectando a todos y en el mundo entero, puede decirse que el problema ha quedado establecido – y sus consecuencias son tremendas en muchos casos. Es por tanto el momento ideal para hacer saber a los responsables políticos, instituciones, compañías y gobiernos que el programa de Trabajo Decente puede ser la solución a los problemas que atraviesa el mundo. Si se hubiesen establecido unas regulaciones más adecuadas y rígidas, la crisis no habría tenido consecuencias tan graves. Y con una mejor protección social en multitud de países, muchas tragedias personales podrían haberse evitado.

Así pues, lo importante es que analicen la situación a fin de establecer el programa para su campaña. ¿Pretende su campaña informar a la opinión pública sobre el problema, o más bien hacerles saber que existe una solución, o quizás que la solución que ofrecen es mejor que las soluciones que ofrecen otros? Podrían incluso informar sobre lo que hayan hecho ya, y pedir que se tomen medidas para aplicar los resultados obtenidos.



Es muy probable que una campaña esté dirigida a varios grupos diferentes.



JMTD: Queremos más trabajos decentes en el mundo. Más trabajadores y trabajadoras que obtengan un salario digno y por tanto una vida más digna. Más niños que acudan a la escuela en lugar de trabajar. Más condiciones de trabajo decentes. Queremos lograr el programa de Trabajo Decente. Se trata de un tema muy amplio y se recomienda por tanto que cada organización y cada afiliada establezca sus propios objetivos específicos.

¿A QUIÉN ESTÁ DIRIGIDA SU CAMPAÑA?

Deben decidir cuáles son los grupos a los que está destinada su campaña. Por ejemplo, si realmente quieren lograr un cambio, por ejemplo la aprobación de una ley o la ratificación de un convenio, deberán destinarla a los encargados de tomar las decisiones al respecto. ¿Cuál es la mejor manera de hacerlo? En algunos casos lo mejor podría ser actuar en la sombra, sin informar a nadie – por ejemplo, si tienen buenas conexiones a las que podrían recurrir. Lo malo de este método es que sus miembros no verían los beneficios de este trabajo, aunque eso no significa que no sea importante o valioso. Sencillamente, deben establecer sus prioridades. ¿Es su prioridad conseguir realmente un cambio, o más bien dar a conocer su implicación al respecto? Algunas veces, el simple hecho de dar a conocer su opinión puede constituir el objetivo de una campaña, con el fin de informar y concienciar a la opinión pública.

¿Es una campaña externa o interna? ¿Está o no dirigida a sus propios miembros?

Es muy probable que una campaña esté dirigida a varios grupos diferentes. Un investigador de una universidad requiere un enfoque y un lenguaje totalmente distinto que un periodista. Así que deberá también considerar su audiencia cuando al dirigir su campaña. Intente prever lo que reclamarán y anticipar sus objeciones y utilícelo en sus comunicaciones. Además deberán pensar en QUIÉN transmitirá su mensaje. ¿Quién es la persona a la que más atenderá su audiencia? Puede que una persona de edad no sea la más adecuada para intentar organizar a los más jóvenes. Pero quizás sí que sea la persona ideal para mostrar la importancia de la cuestión y el programa al dirigirse a políticos o a instituciones.

Hay que tener en cuenta que una audiencia general es precisamente eso – muy general. Si realmente quieren que su mensaje tenga éxito, deben ser mucho más específicos. Apuntar a los jóvenes trabajadores de 25-35 años dentro de cierto sector de actividades y con determinadas características sería un objetivo concreto.

JMTD: Desde el punto de vista de la CSI, la campaña está dirigida a nuestras afiliadas y sus organizaciones miembros, al movimiento sindical en general y a organizaciones e instituciones interesadas en trabajar a favor del programa de Trabajo Decente. No obstante, se trata de una campaña que incluye numerosas sub-campañas y todas estas otras acciones deberán dirigirse específicamente a los grupos a los que están destinadas.

¿CÓMO PUEDEN DECIRLO?

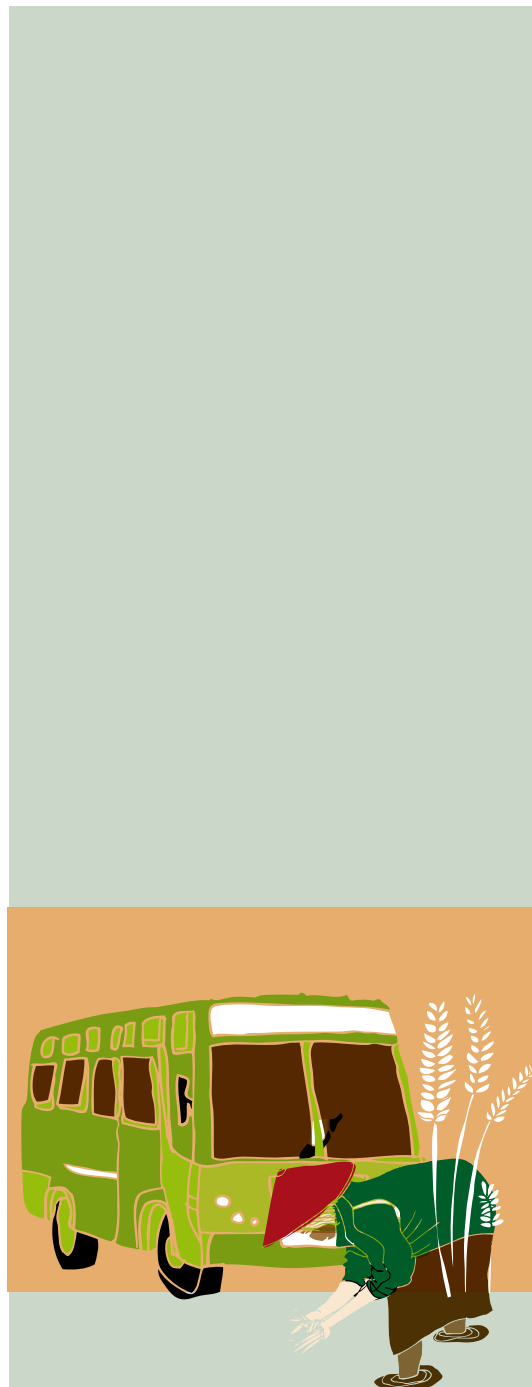
Una vez establecido el tema y sabiendo lo que quieren decir y a quién, habrá que pasar a considerar CÓMO decirlo. La formulación del mensaje debe ser la adecuada para su audiencia y los grupos a los que se destina. Para escribir un informe se requiere contar con datos y cifras y utilizar un lenguaje factual. Para promocionar un producto en publicidad se requiere un mensaje rápido y directo. Y el mensaje no será el mismo si se destina a mujeres, a hombres, a los jóvenes, a los políticos o a cualquier otro grupo de personas.

JMTD: En lugar de “limitarse” a pedir Trabajo Decente para todos, pretendemos defender el Trabajo Decente como un elemento esencial para resolver la crisis económica y construir una nueva economía.

¿CUÁNDO LLEVAR A CABO LA CAMPAÑA?

También deberá reflexionar sobre cuándo desarrollar sus acciones. Si hay negociaciones en curso con el gobierno o con alguna institución, por ejemplo, podría no resultar adecuado lanzar al mismo tiempo una campaña pública que tenga como objetivo ese mismo gobierno. Intenten lanzar su campaña en los medios de comunicación cuando haya ya cierto interés en relación con su programa. Si hubiera alguna reunión o seminario importante susceptible de interesar a la prensa, quizás podría aprovecharse la ocasión en su propio beneficio.

JMTD: Para la JMTD es fácil – ¡el 7 de octubre! Pero puede haber otros detalles que considerar a la hora de conectar sus acciones con el trabajo que



También conviene ser persistente a la hora de ejercer presiones.



están realizando ya en su organización. ¿Cómo pueden aprovechar mejor el 7 de octubre?

¿CÓMO DESPLEGAR LA CAMPAÑA?

¡Hay múltiples y diversas maneras de desarrollar una campaña! Intentaremos darles unos cuantos ejemplos a continuación. Sigán leyendo y posiblemente encontrarán algunas ideas sobre los ingredientes que podrían utilizar en sus propias campañas.

PRESIONES POLÍTICAS (LOBBYING)

Existen tantos tipos de lobbying como existen políticos. Ante todo deben tener claro cuál es su objetivo y qué es lo que desean cambiar. ¿Quiénes componen ese grupo específico de personas? ¿Quién encabeza el grupo? ¿Qué personas en el grupo están de acuerdo con ustedes y quiénes están en su contra? Tras considerar estas cuestiones, deberán reflexionar sobre la mejor manera de desarrollar la campaña. ¿Es preferible hacerlo de manera discreta o llamando la atención lo más posible? ¿Ayudarían a su causa, por ejemplo, las presiones desde los medios de comunicación, o serían contraproducentes?

Conviene no olvidar que las instituciones internacionales están integradas por individuos, que también tienen una nacionalidad, y pueden presionar desde sus respectivos países para que se tomen las decisiones adecuadas.

Pongamos, por ejemplo, que tengan una petición política destinada a una institución en particular. Podrían invitar a todos los políticos de dicha institución a firmar y luego hacer público, en sus campañas y en su sitio web, quién ha firmado y quién no.

Con todo, los mejores resultados suelen obtenerse por medio de conexiones personales. Pero ha de tenerse en cuenta que utilizar dichos contactos implica también que no podrán atribuirse el mérito de los cambios obtenidos – ¡especialmente si quieren estar seguros de poder contar o utilizar nuevamente esos contactos personales!

También conviene ser persistente a la hora de ejercer presiones. Cuanto mayor parezca ser el problema para aquellos a su alrededor,

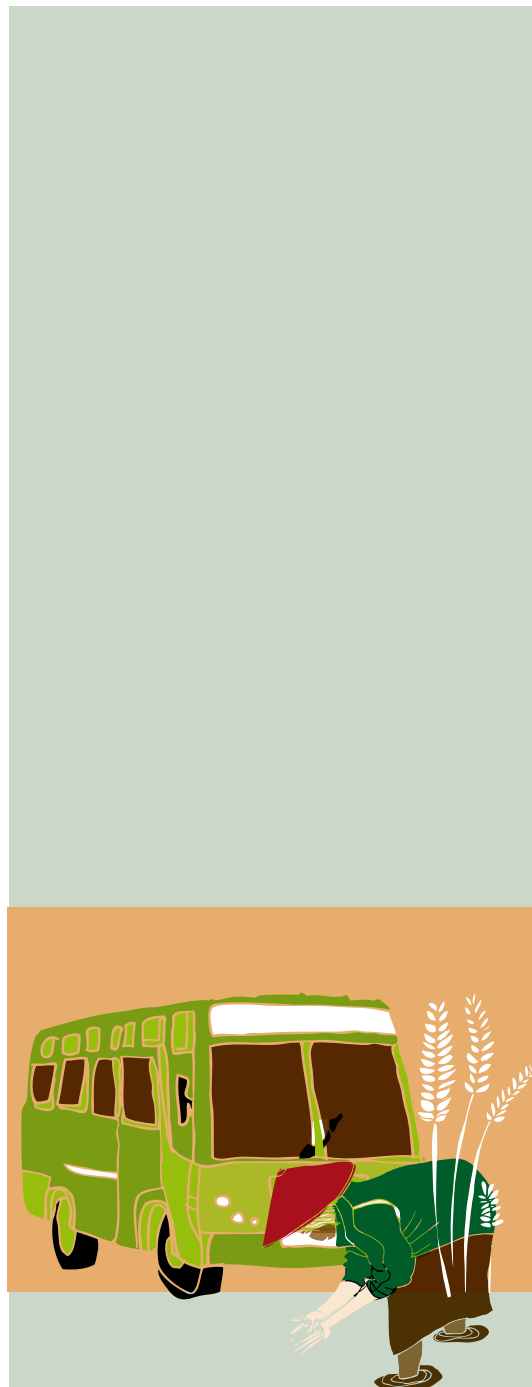
más probabilidades habrá de que estén de acuerdo concertar una reunión para intentar buscar una solución.

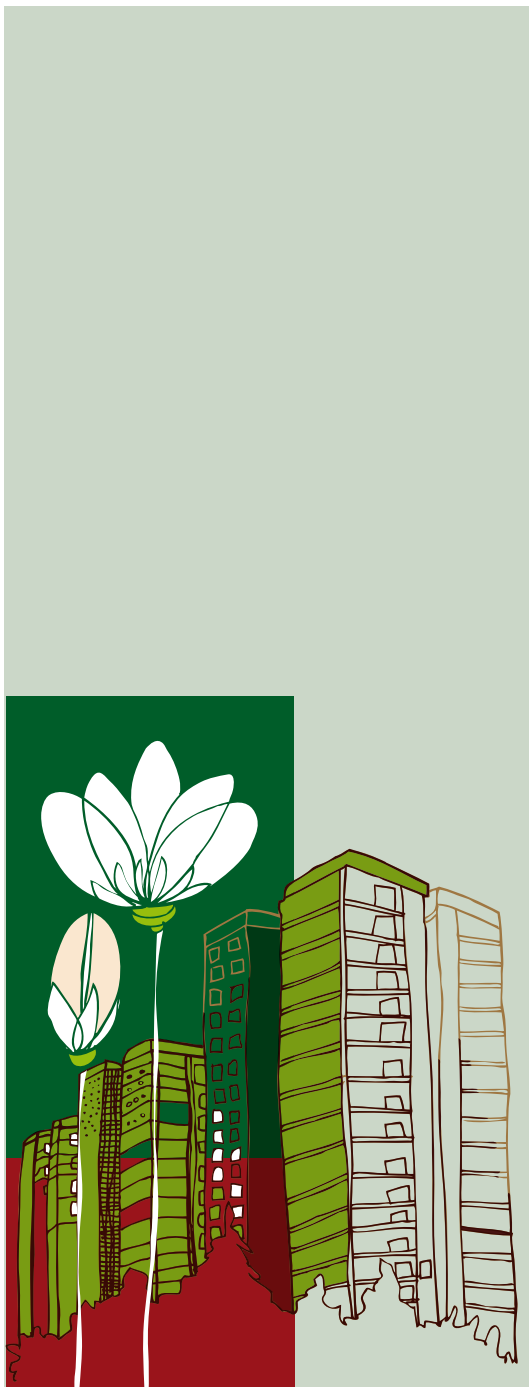
Hagan bien sus tareas: deben conocer todos los datos y las cifras y contar con argumentos convincentes. Esto es también en parte una negociación. ¿Qué demandas serían posibles? Si piden demasiados cambios a la vez, quizás parecería imposible conseguirlos, y las demandas podrían ser desestimadas directamente y sin vacilar. Quizás pudiera ser preferible obtener algunos cambios – uno a la vez, con una perspectiva a más largo plazo. ¡Intenten encontrar intereses comunes!

Si no hubiera manera de conseguir una reunión con el gobierno, por ejemplo, aún contando con el apoyo de la mayoría de la población del país, quizás podría considerarse la posibilidad de obtener apoyos internacionales, siempre y cuando el problema sea lo suficientemente serio. ¿Estarían interesados los países vecinos en sumarse a su campaña?

También pueden enviar una delegación para reunirse con los responsables políticos a quienes desean convencer. En ocasiones un grupo de personas en representación de distintas organizaciones resulta más persuasivo que una sola persona. Piensen bien en quién va a decir qué y en lo que la delegación pretende negociar, y – lo que es igual de importante – sobre qué cuestiones no podrán tomar ninguna decisión.

Deben mostrarse muy profesionales al tratar con este tipo de personas. Acudan con puntualidad a las reuniones concertadas y confirmen las reuniones y sus agendas con antelación. También es importante ser muy educados: aunque pueden no estar de acuerdo con sus ideas políticas, es importante mantener la calma y dar muestras de profesionalismo para conservar siempre abiertas sus opciones con vistas a una negociación. Establecer una confrontación puede en ocasiones servir para algo, pero en tal caso debe hacerse de forma deliberada y decidirse estratégicamente.





Un informe factual basado en hechos y cifras, que se hace público, es muy difícil de ignorar.

CAMPAÑAS EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

La prensa es un buen medio para hacer oír su voz y también para llegar a los ciudadanos y a sus miembros. Hay muchos detalles que tener en cuenta al hacer una campaña en los medios de comunicación. En primer lugar, es necesario reflexionar sobre los objetivos de la campaña y a qué grupos va dirigida. A continuación hay que estudiar los medios de comunicación presentes en su país (y en algunos casos incluso a nivel internacional) para conocer las opciones disponibles. Distintos medios exigen distintos enfoques. Digamos que disponen de un informe con distintas estadísticas para diversas partes del país, ¿qué medio podría estar interesado? Si consiguen que resulte accesible al público y fácil de comprender, quizás un periódico vespertino donde se traten las condiciones existentes en distintas regiones o municipalidades podría ser una posibilidad, incluyendo un titular del tipo “Lo que perdería su municipalidad con las nuevas regulaciones”.

Si tienen previsto organizar una manifestación frente a un edificio políticamente importante, quizás la televisión pudiera captar buenas imágenes del evento.

Si pretenden abordar un tema complejo, pero interesante, posiblemente convendría organizar un debate en profundidad en la radio.

Lo más importante, al intentar trabajar con los medios de comunicación, es que se trate de novedades. Si queremos que el tema resulte interesante – se trate de una estadística, una propuesta o una opinión – conviene que se trate de algo nuevo.

Cuanto más local y representativa sea la presentación de la noticia, mejor para los medios de comunicación. Si afecta a muchas personas, tiene un amplio impacto y resulta fácil de explicar – es justamente lo que busca la prensa.

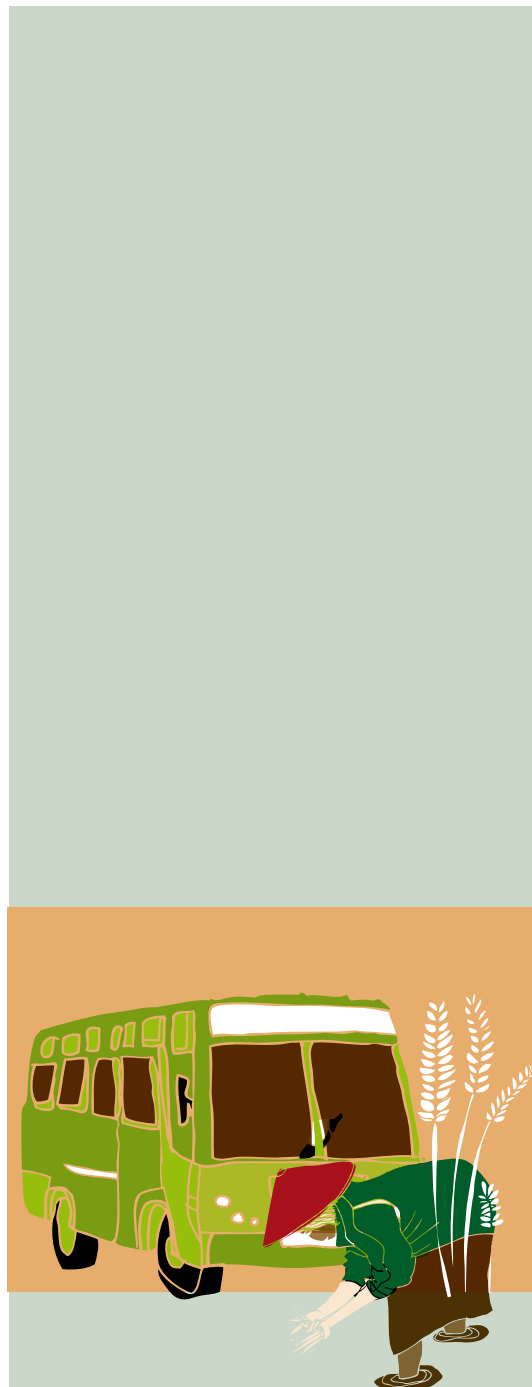
También ayuda el que algunas personalidades o líderes locales hablen en los medios de comunicación. Asegúrense de ceñirse a los

hechos. Si les pillan diciendo una mentira, las consecuencias podrían ser mucho peores que lo que hubiesen podido ganar con mentir. Sean honestos y sinceros y háganse dignos de confianza. Cuando sean entrevistados, intenten no resultar excesivamente complicados al explicar algo. Una buena manera de prepararse es elaborar una hoja con preguntas y respuestas. Escriban las preguntas que podrían hacerles los periodistas (incluyendo, sobre todo, las más complicadas, aquellas a las que preferirían no dar una respuesta directa). A continuación escriban las respuestas a estas preguntas e intenten memorizarlas, de manera que cuando les pregunten algo parecido, sepan como responder. Las preguntas y respuestas deberían cubrir las siguientes cuestiones: quién, cuándo, qué, dónde y por qué.

Si tiene lugar algún evento significativo, podría ser conveniente publicar un comunicado u organizar una conferencia de prensa sobre el tema. Pero para convocar una conferencia de prensa el tema debe ser realmente importante y contar con una personalidad altamente relevante para que realmente surta efecto o incluso merezca la pena convocarla. Organizar demasiadas conferencias de prensa con asiduidad para tratar cuestiones sin importancia haría que la prensa pierda interés en su organización y en las cuestiones que les preocupan. Lo mismo se aplica a los comunicados de prensa. Publiquen un comunicado únicamente cuando tengan algo realmente nuevo que decir – si envían demasiados comunicados de prensa, los medios sencillamente terminarán ignorando sus mensajes. Al igual que con las preguntas y respuestas de las que hablábamos antes, el comunicado o la conferencia de prensa debe responder a las cuestiones básicas: quién, cuándo, qué, dónde y por qué.

Un comunicado de prensa debe ser breve y conciso (idealmente, no más de una página). Los hechos más importantes deben figurar en primer término. Una o dos citas de alguna personalidad importante también pueden ayudar. Además, es importante que no olviden incluir los detalles de contacto, de manera que si alguien quisiera obtener mayor información sepa cómo contactarles.

Si es una persona real quien cuenta su historia, tendrán más probabilidades de que la prensa les dé cobertura. No se limiten a hablar en tercera persona de los problemas existentes en una fábrica que produce mercancías sino, por ejemplo, consigan que un(a) empleado/a



presente el caso (aunque sea de forma anónima) – resultará mucho más interesante para la prensa.

Cuanto mejores sean las imágenes o fotos que ofrezcan, mayores serán sus oportunidades de aparecer en los medios de comunicación.

Al conceder una entrevista, muéstrense confiados y apasionados. Conviene ceñirse a las respuestas de su lista de preguntas y respuestas. No olviden ser simpáticos y sonreír. Si están nerviosos, siempre pueden pedir que les entreguen las preguntas por adelantado. Y si la entrevista no es “en directo” y no sabe cómo responder, puede pedir que dejen esa pregunta para más tarde. Piense bien en su respuesta, consulte con otros, pero no olvide responder finalmente a la pregunta. Debe asumir que todo lo que diga será considerado como una declaración “oficial” es decir que quedará registrado y podrá citarse, a menos que hable con un(a) periodista de su confianza y que esté de acuerdo en dialogar de manera “extraoficial”.



3 tipos distintos de acción: Movilización, actividades temáticas y actividades electrónicas

En algunos países y regiones, la movilización es la mejor herramienta para mostrar el apoyo y la fuerza de los sindicatos. En otros lugares del mundo, los miembros no están dispuestos a demostrar su apoyo mediante movilizaciones en masa. Pueden considerar las ideas que figuran a continuación, como distintas opciones que podrían combinar de la manera que resulte más apropiada a sus circunstancias, a su organización y a su país. También existe la posibilidad de organizar distintos tipos de actividades en paralelo, de esta manera ampliarían sus posibilidades de llegar a más gente. Con todo, conviene examinar las preguntas que respondiera ya anteriormente. ¿Quiénes son las personas a quienes se dirige su acción y dónde puede encontrarlas?

Digamos que pretende cambiar una ley a nivel nacional. Ha decidido por tanto que el grupo al que dirige su acción son las personas que ocupan cargos en el gobierno y en el ministerio encargado de la cuestión. ¿Qué tan profundo e importante es el cambio deseado en la legislación? ¿Lo bastante como para pedir a miles de personas que se sumen a una manifestación? ¿Lo suficientemente importante como para emprender otras acciones? En este caso, el resultado evidente buscado es presionar a los políticos para que actúen al respecto. Pero, ¿son conscientes los políticos de la solución que ofrecen ustedes? Quizás sería recomendable empezar con actividades temáticas, como seminarios, la publicación de artículos de debate y editoriales en periódicos y medios de comunicación destacados, o quizás una petición en Internet. Podrían invitar al ministro responsable a una mesa redonda pública. ¿Dispone de buenas conexiones informales como para poder solicitar una reunión directamente? ¿Cuenta incluso con el apoyo del ministerio – en tal caso quizás una conferencia de prensa conjunta podría resultar apropiada?

Lo más importante aquí es pararse a pensar sobre la estrategia a emplear y ver de qué manera se puede sacar el mayor partido de la



herramientas e ideas que figuran a continuación (hay muchísimas más, estos son sólo algunos ejemplos). Si pretenden apuntar a los jóvenes, en muchos países el medio más fácil de llegar a ellos es a través de Internet, por lo que deberían dedicar sus esfuerzos esencialmente a nuevas aplicaciones y sitios web, más que a la prensa escrita. Pero también existen diferencias culturales a este respecto, y ustedes están mucho mejor capacitados para saber dónde encontrar a los grupos a los que desean dirigirse. Pero no sigan haciendo algo simplemente porque es lo habitual; párense a pensar si realmente es la mejor manera. Puede que a pesar de todo terminen llegando a la misma conclusión – pero quizás no. Cuánto más sepan y menos adivinen, mejores podrán ser los resultados obtenidos.

También es importante intentar involucrar a su propio departamento de comunicaciones o a sus redes de comunicaciones en el trabajo relativo a los preparativos para la próxima JMTD. Ellos tienen ya experiencia a la hora de trabajar en su contexto nacional y pueden aportar buenas ideas y conocimientos respecto a cómo llevar a cabo con éxito campañas y comunicaciones.

1. Movilización



MANIFESTACIONES

Las manifestaciones, cuando se usan de forma inteligente, constituyen una excelente herramienta sindical. ¡Salgan a las calles para pedir Trabajo Decente, Vida Decente para todos!

- Organicen una “marcha por el trabajo decente” que finalice frente a algún edificio políticamente estratégico.
- Utilicen y cuelguen pancartas, banderas y otro material en lugares simbólicos o estratégicos, escuelas, universidades, etc. Las pancartas pueden incluir eslóganes, firmas, dibujos o pintura de manos.
- Inviten a los miembros de su sección sindical a participar en un mitin por el Trabajo Decente.
- Instalen un mostrador de información sobre Trabajo Decente en la principal calle comercial de su ciudad o en algún otro lugar concurrido por el público.

Ejemplos de la JMTD 2008:

En muchos países se organizaron grandes manifestaciones durante el 7 de octubre del año pasado. Al menos 350.000 salieron a las calles en Rusia. En España se registraron alrededor de 100.000 manifestantes, pero en total consiguieron llegar a cerca de un millón de trabajadores y trabajadoras el 7 de octubre. En Corea del Sur también hubo unos 100.000 trabajadores/as en las calles, y en Francia otros 150.000 participantes en manifestaciones. Se organizaron igualmente con éxito marchas en Rumania (7.000 personas) y en la República Checa (unas 3.000).

En el mitin central de Japón para la Jornada Mundial por el Trabajo Decente, organizado el 9 de octubre de 2008 en Tokio, unas 1.500 personas se reunieron y se manifestaron, reclamando Trabajo Decente para Todos.

También hubo grandes movilizaciones en Argentina y Brasil.





HUELGAS Y PAROS LABORALES

Las huelgas con una herramienta natural para los sindicatos. No obstante, el derecho de huelga está sujeto a distintas regulaciones en cada país. Recurrir a huelgas o paros laborales como herramienta de campaña puede resultar arriesgado en algunos casos, pero puede desempeñar un papel importante en las circunstancias adecuadas.

Ejemplos de la JMTD 2008:

Las afiliadas de los siguientes países organizaron huelgas o paros laborales relacionados con la JMTD 2008: Colombia, Perú, Martinica, Malta, Francia.



EVENTOS DEPORTIVOS Y CULTURALES

Pueden utilizar eventos deportivos y culturales para sensibilizar a la opinión pública y promover el trabajo decente entre distintos y numerosos grupos de personas. Algunos ejemplos serían: conciertos, festivales de música, maratones, copas o retos deportivos, representaciones teatrales, marchas lúdicas a bicicleta o en patines, y muchos más.

Ejemplos de la JMTD 2008:

Muchas afiliadas organizaron eventos culturales el 7 de octubre pasado, como medio para atraer la atención del público en general. En Europa un foco de atención fue el concierto organizado en París, conjuntamente por los sindicatos franceses y la CES y que contó con la actuación de numerosos artistas y discursos de personalidades. Entre los artistas más conocidos estaba Manu Dibango de Camerún. En Indonesia los sindicatos también organizaron un concierto de solidaridad.

La Jornada Mundial se inició el año pasado en Fiji con una ceremonia de degustación de pasteles en la playa. Un evento cultural no necesita ser más complicado que eso.

ISP Asia / Red de Jóvenes del Pacífico organizaron una competición de fotografías y de ensayos sobre el tema “Trabajo Decente para la Juventud”.

En Filipinas tuvo lugar una presentación cultural sobre el tema “Habitat del Trabajo Decente”. Se construyó una pequeña estructura plegable en forma de una simple y pequeña casa prefabricada. Sus cuatro pilares estaban literalmente compuestos por los “cuatro pilares del trabajo decente”.





En Mauricio se inauguró un monumento el 7 de octubre. El monumento constituye un símbolo para la clase obrera y representa el trabajo decente y la lucha de los trabajadores y trabajadoras para lograrlo.

En los Países Bajos, se firmaron 16.000 guantes de goma amarillos en una petición organizada por toda la ciudad de La Haya como conclusión de la campaña “Trabajo Doméstico, Trabajo Decente”. La campaña se había iniciado en 2007 para poner de manifiesto la situación de los empleados/as del servicio doméstico, especialmente provenientes de Sri Lanka. También en los Países Bajos, el 7 de octubre se lanzó un programa sindical nacional sobre Trabajo Decente.



En Canadá, un grupo de jóvenes organizó la venta pastelillos en diversos campus universitarios para llamar la atención sobre la brecha salarial de género. Los vendían por 1,5 dólares canadienses a los hombres y por 1 dólar a las mujeres.



PETICIONES

Las peticiones son una buena manera de hacer campaña si cuentan con muchas personas activas en sus bases. Es importante pensar – una vez más – en el grupo al que se destina la acción. ¿Apuntan a instituciones y políticos o a sus propios miembros o a personas en otros entornos? El contexto y el lenguaje utilizados deberán ajustarse en consecuencia. Además, reflexionen sobre cuántas firmas necesitan y lo que quieren hacer con ellas. ¿Podrán reunir suficientes firmas como para que la petición sea sólida y efectiva? De lo contrario, podría resultar un bochorno en lugar de un éxito. Digamos que consiguen reunir millones de firmas y que quieren presentar la petición a alguien, ¿las imprimirán desde Internet o las recogerán en papel desde el principio? ¿Cómo enviarán las firmas hasta el lugar dónde serán entregadas? Si dicho lugar está en otro país, podría salir bastante caro. ¿Quién recibirá las firmas? Deben tener todo esto claro desde el principio, para informar a las personas que firmen. Establezcan asimismo un plazo para la recogida de firmas.

Si no está seguro respecto a estos puntos, siempre puede recurrirse a alguna de las múltiples peticiones internacionales existentes. Las peticiones representan una buena manera de encontrarse cara a cara con la gente en la calle y de hablar con las personas sobre algo que interesa a su organización. Pueden consultar con la CSI para ver si tienen o saben de alguna petición en curso (durante 2009 y principios de 2010 se desarrollará una gran petición a favor de la paz y la no proliferación de armas nucleares). También pueden echar un vistazo a:

- Avaaz (organización en-línea que promueve peticiones) www.avaaz.org. (“Avaaz” significa “Voz” en diversos idiomas de Asia, Oriente Medio y Europea del Este.) Avaaz.org es un nuevo movimiento global por Internet con una simple misión democrática: cerrar la brecha entre el mundo que tenemos y el mundo que la mayoría de la gente desea. La página web de Avaaz está disponible en varios idiomas.
- Labourstart www.labourstart.org es un servicio de noticias en línea mantenido por una red global de voluntarios, que brinda servicios al movimiento sindical internacional, recopilando y distribuyendo in-



formación, y asistiendo a los sindicatos en sus campañas y de otras muchas maneras. Incluye un listado diario de enlaces de prensa sobre cuestiones sindicales en más de 20 idiomas y un servicio de redifusión de noticias utilizado por 700 sitios web de sindicatos. Las noticias son recopiladas a partir de agencias de noticias, de los sindicatos o de fuentes alternativas por un equipo de más de 500 corresponsales voluntarios de todos los continentes.

Ejemplos de la JMTD 2008:

Para la primera JMTD en 2008, la coalición de la campaña “Trabajo Decente, Vida Decente” (CSI, CES, Foro Progresista Mundial, Solidar y Solidaridad Mundial) consiguieron que la Vicepresidenta de la Comisión Europea, Margot Wallström, firmase su Llamamiento a la Acción: Trabajo Decente para una Vida Decente. El Presidente de la Comisión, José Manuel Barroso, también firmaría el Llamamiento en conexión con la jornada mundial. Esto atrajo gran interés de los medios de comunicación respecto al programa de Trabajo Decente. Conseguir la firma de personalidades destacadas como éstas siempre es una buena manera de hacer llegar el tema a los medios de comunicación.



ACTIVIDADES CENTRADAS EN EL LUGAR DE TRABAJO

El hecho de llegar a los miembros ahí donde se encuentran – en su lugar de trabajo – es evidentemente algo natural para los sindicatos. Si los miembros, o algunos de ellos, forman parte de alguno de los grupos a los que está destinada la campaña, debería pensar sobre cómo llegar a ellos en su lugar de trabajo. Y si la sindicalización es el tema de la campaña, evidentemente este será el lugar más evidente por dónde comenzar. Las actividades relacionadas con el lugar de trabajo también dependen de las leyes vigentes en su país, es decir, si están autorizados a organizar este tipo de actividades o si deben intentar contactar a estas personas en otro lugar. Consideren también cuál es el momento del día en que los trabajadores estarán más dispuestos a pararse y a escucharles. No olviden mostrarse abiertos y receptivos, no se limiten a exponer a los miembros o posibles miembros lo que pueden ofrecerles, sino que piensen también en lo que desearían recibir de ustedes. Esta es una oportunidad de oro para dar a conocer lo que pueden hacer por sus miembros.

Ejemplos de la JMTD 2008:

Bélgica lanzó el 7 de octubre de 2008 la campaña ‘Los trabajadores no son herramientas’. Esta campaña movilizaría a 25.000 voluntarios en más de 400 grupos locales de voluntarios para organizar actividades en torno al tema del “trabajo decente” en sus comunidades locales. La acción central es “la pausa para el almuerzo del Trabajo Decente”: un momento simbólico de solidaridad durante la pausa de mediodía que llame la atención sobre el trabajo decente. La idea es organizar almuerzos sobre trabajo decente con distinto material especialmente diseñado para la ocasión: manteles, panfletos, carteles, chapas en torno al eslogan “Los trabajadores no son herramientas”.

En Sri Lanka se desarrolló una actividad en conexión con la jornada mundial de 2008 dirigida a los trabajadores/as jóvenes en las ZFI. En un momento en que los jóvenes rebúyen a los sindicatos en aquel país, el entusiasmo de los trabajadores y trabajadoras de las zonas francas fue remarcable y dejó de manifiesto su voluntad a asumir los retos que se les presentan. El evento fue muy colorido y animado, con varias representaciones teatrales breves y sesiones informativas interactivas.

Durante la JMTD 2008 se organizaron en Bangladesh diversas reuniones en lugares de trabajo en varios sectores: en algunas obras de la construcción, reuniones en terminales de autobuses para trabajadores del transporte, y otras reuniones en sectores como el metal, el vestuario y la pesca entre otros.

En Australia tuvieron lugar diversas reuniones en lugares de trabajo con objeto de facilitar información actualizada sobre la legislación australiana y para firmar la “Carta para el Trabajo Decente” que incluye actividades en el marco de una campaña de tres años con vistas a cambiar el gobierno nacional y restaurar los derechos en el trabajo.



2. Actividades temáticas

SEMINARIOS Y DEBATES

Si están ya organizando algunos seminarios y/o debates, pueden incluir en los mismos el tema del Trabajo Decente. Seminarios y debates son una buena manera de fomentar una discusión abierta y sincera. Intenten invitar a representantes de la patronal y de partidos políticos para crear un debate/diálogo/seminario/taller tripartito. Los estudiantes pueden también mantener debates en su escuela o universidad, para sensibilizar a los demás alumnos.

Tienen que plantearse el motivo del seminario: ¿Es para informar a la gente sobre algo que no saben? ¿Pretende abrir un debate sobre el tema? ¿Se trata simplemente de dar a conocer que están trabajando al respecto? ¿Buscan reunir a personas con distintas opiniones para que dialoguen? El seminario deberá planificarse en función de su respuesta a estas cuestiones. Piensen también en ello al invitar a alguien a tomar parte en las actividades.

Ejemplos de la JMTD 2008:

Durante la JMTD en 2008, prácticamente todos los países participantes organizaron algún tipo de seminario o debates en mesas redondas sobre el Trabajo Decente. A continuación figuran algunos ejemplos de las actividades desplegadas:

En las Seychelles tuvo lugar un seminario tripartito organizado por las federaciones sindicales con la participación del Ministerio de Empleo y Recursos Humanos y la Federación de Asociaciones de Empleadores.

En Argelia también se organizó un seminario regional sobre el tema del Trabajo Decente, contando con representantes del Ministro de Trabajo, Empleo y Seguridad Social y de la Oficina de la OIT.



En Noruega se organizó un seminario sobre Trabajo Decente el 5 de septiembre. El objetivo de esta conferencia era abordar las complejidades de un mercado laboral globalizado y contribuir al debate internacional sobre cómo un apoyo coherente al Programa de Trabajo Decente de la OIT puede contribuir a mejorar la gobernanza económica y a promover el pleno empleo y unas condiciones de trabajo decente en todo el mundo. Entre los participantes figuraban Juan Somavía, Director General de la Organización Internacional del Trabajo; Pascal Lamy, Director General de la Organización Mundial del Comercio; Mary Robinson, Presidenta de la Realizing Rights: The Ethical Globalization Initiative; Jonas Gahr Støre, Ministro de Asuntos Exteriores de Noruega; Richard Samans, Director Gerente del Foro Económico Mundial; y Lakshmi Bhatia, Directora de Asociaciones Globales, Responsabilidad Social, en Gap Inc.



Foto: Sissel Rasmussen

MATERIAL IMPRESO: INFORMES, FOLLETOS, PANFLETOS

El material impreso es una buena manera de hacer llegar su mensaje a otros. Distinto tipo de material presenta distintas ventajas. Las publicaciones constituyen un excelente medio para explicar cuestiones complicadas al tiempo que se hace una declaración de principios. Pueden utilizar una lista de comprobación como referencia para un estudio que podrían incluir en su informe.

INFORMES

Para que un informe sea realmente importante, debe estar elaborado correctamente. Necesitan asegurarse de que todas las cifras utilizadas sean correctas y que pueden fiarse de las fuentes a las que recurrieron. Si no les resulta posible hacerlo dentro de su propia organización, siempre pueden intentar obtener la cooperación de algún instituto o una universidad que pudieran estar interesados en esa cuestión. Contar con buenos investigadores de universidades aumentará el impacto del informe. No obstante, también deben tener claro que no siempre es posible predecir los resultados de un informe. ¿Qué ocurriría si resultase no ser ventajoso? ¿Cómo hacer frente a esa posibilidad?

Cuando tengan el informe en sus manos, podría resultar conveniente atraer la atención de los medios de comunicación. Plantéense cómo lograr el máximo efecto. ¿Hay otros eventos que pueden conectarse con el informe, para atraer más interés, como un seminario o una reunión, quizás en el seno del gobierno? Saber escoger el momento adecuado suele ser extremadamente importante a la hora de hacer público un informe. La mente de una persona incluye cientos de miles o incluso millones de capas superpuestas de información, y generalmente nuestra reacción es mayor respecto a los hechos que se encuentran en la capa superior – algo que acabamos de leer, algo a lo que estamos confrontados diariamente, algo que discutió hace poco. Si pueden conectar esta información en el informe con lo que está vivo en las mentes de muchas personas, tendrá más probabilidades de éxito.

FOLLETOS Y PANFLETOS

El material impreso también viene bien para complementar otro material de campaña – esencialmente porque el hecho de ver algo por escrito puede hacerlo más real para muchas personas. Al redactar los





textos e intentar explicar algo de manera sencilla a los demás, tendrán ocasión además de dar forma a sus ideas en relación con la campaña. Por otro lado, es importante reflexionar sobre lo que quieren lograr con este material y quiénes piensan que lo leerán, e intentar responder a las preguntas que esas personas podrían plantearse. No tengan miedo de simplificar las cosas. Si la gente estuviera interesada en obtener más datos, siempre puede orientarles hacia fuentes adicionales de información.

Generalmente, los folletos presentan cuestiones que requieren más explicaciones, incluyendo numerosas fotos o dibujos y detalles de contacto. Si uno está en medio de la calle y lo que pretende es darse a conocer a la gente que pasa, el mensaje debe ser extremadamente breve. Un titular corto y con gancho, y a continuación un par de frases – es todo lo que la gente leerá. No conviene abarrotar el mensaje o pretender incluir textos extensos. No olvide además decirle a la gente lo que esperan de ellos. ¿Quieren que firmen algo, que participen en alguna acción, o simplemente pretenden informarles?

OTRO MATERIAL DE CAMPAÑA

Los únicos límites impuestos a las posibilidades de elaborar material de campaña nuevo e innovador dependen de su imaginación y sus posibilidades técnicas. Grandes pancartas y mensajes en espacios públicos pueden resultar muy efectivos – especialmente si pueden colocarlos ahí donde no se espera. El año pasado, tanto en Argentina como en Alemania se colgaron grandes pancartas en diversos puentes. No subestimen el efecto que tiene incluir un elemento común en el diseño de distinto material de campaña, puede ayudarles a generar una sinergia entre las distintas partes de una campaña. Los mejores materiales de campaña suelen ser los inesperados. A continuación figuran algunas ideas que podrían aprovechar (por citar sólo algunas posibilidades):

- Material impreso, tal como se menciona más arriba
- Pancartas: para manifestaciones, para colgar en edificios y espacios públicos – ahí donde puedan colocarlas
- Camisetas, chalecos, gorras – cualquier prenda de vestir. Resultan particularmente eficaces para destacar en medio de una multitud.

travail villes suisses

pour le travail décent, la population
radicale de l'économie.



Le BACHE ABERNE
Dans le cadre d'un
projet de loi, le
conseil municipal de
la commune de
Bâle-Intérieur a
décidé de créer un
service de conseil
à la population
pour l'accompagnement
des personnes
en situation de
difficulté sociale.
Ce service sera
mis en place à
partir de l'année
prochaine.

Collaboration publique
L'association de
conseil municipal
de la commune de
Bâle-Intérieur a
décidé de créer un
service de conseil
à la population
pour l'accompagnement
des personnes
en situation de
difficulté sociale.
Ce service sera
mis en place à
partir de l'année
prochaine.

omophobes?
Le conseil municipal
de la commune de
Bâle-Intérieur a
décidé de créer un
service de conseil
à la population
pour l'accompagnement
des personnes
en situation de
difficulté sociale.
Ce service sera
mis en place à
partir de l'année
prochaine.



Le BACHE ABERNE
Dans le cadre d'un
projet de loi, le
conseil municipal de
la commune de
Bâle-Intérieur a
décidé de créer un
service de conseil
à la population
pour l'accompagnement
des personnes
en situation de
difficulté sociale.
Ce service sera
mis en place à
partir de l'année
prochaine.

Collaboration publique
L'association de
conseil municipal
de la commune de
Bâle-Intérieur a
décidé de créer un
service de conseil
à la population
pour l'accompagnement
des personnes
en situation de
difficulté sociale.
Ce service sera
mis en place à
partir de l'année
prochaine.

omophobes?
Le conseil municipal
de la commune de
Bâle-Intérieur a
décidé de créer un
service de conseil
à la population
pour l'accompagnement
des personnes
en situation de
difficulté sociale.
Ce service sera
mis en place à
partir de l'année
prochaine.

omophobes?
Le conseil municipal
de la commune de
Bâle-Intérieur a
décidé de créer un
service de conseil
à la population
pour l'accompagnement
des personnes
en situation de
difficulté sociale.
Ce service sera
mis en place à
partir de l'année
prochaine.



Sunday Island

Return of the prodigal son

Sunday October 5, 2008 Vol. 29 No. 40 pages 98 Registered in Sri Lanka as a Newspaper www.island.lk | No 40/c

International Decent Work Service Day

International Decent Work Service Day will be celebrated on October 21. The International Trade Union Federation (ITUP) IC-PSU that the International Decent Work Day was ratified and made an important part of the Act of the World Labour Organisation. This marked a resounding success in the millions of the world. Hence, let all Sri Lankans of the working class join hands together on this day to celebrate this success with great joy and enthusiasm.

"A majority of the world population are not only unemployed but also must have the freedom to secure their workers' rights and privileges without impediments. They had to acquire these rights when there had been obstacles."

The world must carry forward the demand of global poverty is a victory accomplished by the efforts of equal rights for men and women in the world of special power.

However, freedom of a good administration is not enough to ensure the four walls of a dark prison. Child labour is a scourge which should be stamped out. Introducing stringent laws towards this end is a duty of a good Govt., while it is also in the best role providing the vital information. Failure to achieve this objective is a work service.

If economy and development are to progress, the working class must be served and advised. In countries where racial prejudice prevail and war is raging, the decent work service is hampered. In the event, the future of these countries are headed for doom.

With the globalization, machine tools and other institutions are by the term and conditions imposed by the decent work service are to be lost to the workers under the ingenuity of the institutions under the rule of the workers who by hard struggle and supreme sacrifice, fought for permanent workers, arrangements to direct involvement with the firms are being made. The health services are being provided as being systematically withdrawn. The firms are claiming the rights and privileges in order and discussed letters according to their whims and fancies. These are faced by the working community. The rights and privileges are being withdrawn. Who is the stick of their competitors are seeking litigation to the workers' rights.

In the circumstances, after much successful deliberations, the World Labour Organisation has decided to measure. On October 20th has been selected as the day for this demonstration. All countries are to participate in this open protest campaign to protest and safeguard the workers' rights and privileges of the working class.

Let us also, as a mark of solidarity with those countries in their protesting, if a step towards progress, and proudly march forward to safeguard our rights and privileges, as we should.



- Les invitamos a utilizar el logotipo de la CSI en todo el material impreso relacionado con la JMTD – sobre todo combinado con el de la propia JMTD. Puede descargar ambos logotipos en la página www.JMTD.org. Si el logotipo no estuviese disponible en su idioma, pueden enviar un mensaje a campaigning@ituc-csi.org con su traducción y estaremos encantados de ayudarles realizando el logo en el idioma de su elección.

- Artículos promocionales – esos pequeños detalles pueden ser un medio perfecto para que la gente se lleve el mensaje a casa, sobre todo si es un artículo con el mensaje inscrito que podrá utilizar varias veces. Los mejores productos promocionales son aquellos que pueden relacionarse directamente con la función del mensaje. Eviten artículos que pudiesen resultar contradictorios con el mensaje que desean transmitir. Por ejemplo, si hablamos de trabajo decente y organizamos una gran campaña, hay que pensar en las condiciones de los trabajadores que fabrican los artículos usados en la campaña. Al finalizar un gran seminario sobre trabajo decente, quizás la distribución de productos “fabricados por trabajadores sindicalizados” o de Comercio Justo podría resultar apropiada para demostrar que uno es coherente con el tema.

- Los carteles siempre son una buena forma de exponer la campaña de forma atrayente. Pero lo antes dicho también se aplica en este caso: asegúrense de que la imagen presentada resulte atractiva para los grupos a los que se apunta y que el mensaje no sea contradictorio con la imagen. La ironía puede ser positiva en el material público – si se conoce bien el grupo al que se apunta – pero siempre es más arriesgado que intentar transmitir un mensaje directo y claro. No hay que saturar el cartel con demasiada información. Debe decidirse qué es lo primero que verá una persona al mirar el cartel y asegurarse de que no quede deslucido por nada más. Por ejemplo: el ojo humano tiende a fijarse siempre en el color rojo en primer lugar. ¿Dónde colocar el color rojo si va a usarse? En el título, por supuesto. Además, téngase en cuenta que la combinación de negro y amarillo para muchas personas inconscientemente representa un peligro, mientras que el verde y el azul transmiten tranquilidad.

- Si pretenden organizar una reunión, un mitin, una manifestación, o simplemente cuando intentan hablar con la gente en la calle, ¿pueden ofrecerles algo de comer? ¿Dulces con su logotipo en el envoltorio? ¿Pastelitos con el mensaje de la campaña? ¿Otros productos relacionados con el mensaje de la campaña? Si hablan del entorno de trabajo, quizás podrían destacar la importancia de contar con pausas para el café en el trabajo y ofrecer una taza de té o café. ¡Sean creativos!

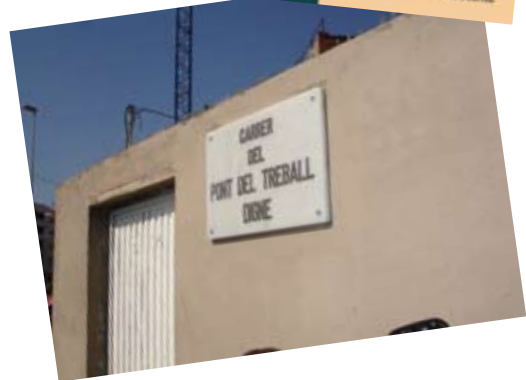
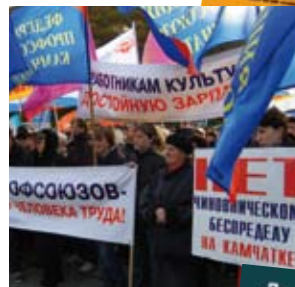
- También es muy importante que el material de su campaña sea “inclusivo”. Piensen en las personas con minusvalías físicas y asegúrense de que el material concebido les resulte apropiado. Si parte de su audiencia fuese analfabeta, piensen en recurrir particularmente a la radio y a la televisión. Además, piensen en la diversidad de aquellos a quienes se dirigen: hombres, mujeres, personas de distintos entornos sociales, etc. y asegúrense de que su material sea adecuado para ellos.

PROMOVER EL TRABAJO DECENTE PARA LOS DEMÁS

También es importante pensar en el trabajo decente en otros países, especialmente ahí donde los derechos de los trabajadores/as están fuertemente reprimidos. Muchos sindicatos han establecido proyectos de cooperación y solidaridad con sus homólogos en otros países. La JMTD podría ser una buena ocasión para dar a conocer esa labor. Pueden invitar a trabajadores y trabajadoras de ese país a hablar sobre su trabajo y sus luchas ante los medios de comunicación y los miembros del sindicato en su país. También podrían establecer un enlace electrónico en vivo con la otra organización con ocasión del 7 de octubre. Existen múltiples posibilidades.

Un ejemplo de la JMTD 2008:

COSATU en Sudáfrica y las federaciones sindicales de Swazilandia establecieron un programa conjunto durante la JMTD 2008 entre. COSATU desplegó una interacción con la sociedad civil sudafricana y los medios de comunicación en Johannesburgo en relación con un evento regional inminente, que tendría lugar en Swazilandia por primera vez en la historia.



3. Actividades electrónicas

Internet y las nuevas tecnologías son formas rápidas, sencillas y abordables para promover sus acciones y el trabajo decente, así como para transmitir su mensaje a una audiencia más amplia. Existen cientos de formas de dar a conocer su mensaje, los únicos requisitos son la creatividad y conseguir llegar a la gente cuando se conectan en línea.

Puesto que los avances tecnológicos varían considerablemente de un país a otro, e incluso entre distintas regiones y ciudades dentro del mismo país, deberán decidir lo que les resulta posible hacer electrónicamente. En la mayoría de los países desarrollados este tipo de medio está siendo utilizado cada vez más y es un elemento importante de una campaña efectiva. A continuación figuran algunos ejemplos que podrían utilizar o en los que basarse como ideas básicas en relación con una campaña electrónica

INTERNET

- Asegúrense de consultar las páginas web más relevantes sobre los temas de su campaña. Para el trabajo decente serían:

www.ituc-csi.org

www.wddw.org

www.decentwork.org

www.ilo.org

- A partir de la Jornada Mundial por el Trabajo Decente de 2009, les ofrecemos la posibilidad de insertar en su propio sitio web el mapa Google que puede encontrarse en la página principal de la JMTD (www.JMTD.org). El mapa Google en su sitio web se actualizará automáticamente al incorporarse cualquier cambio en el original de la página de la JMTD.

- También se dispone de una fuente web RSS tanto en la página www.JMTD.org como en la www.ituc-csi.org, que pueden integrar o utilizar como mejor les parezca en sus propias páginas web. Una fuente RSS es una herramienta que detecta las novedades en un sitio web y que puede mostrar las noticias agregadas en un lector de fuente RSS, o que puede utilizarse siendo incorporada en otro sitio web. Por

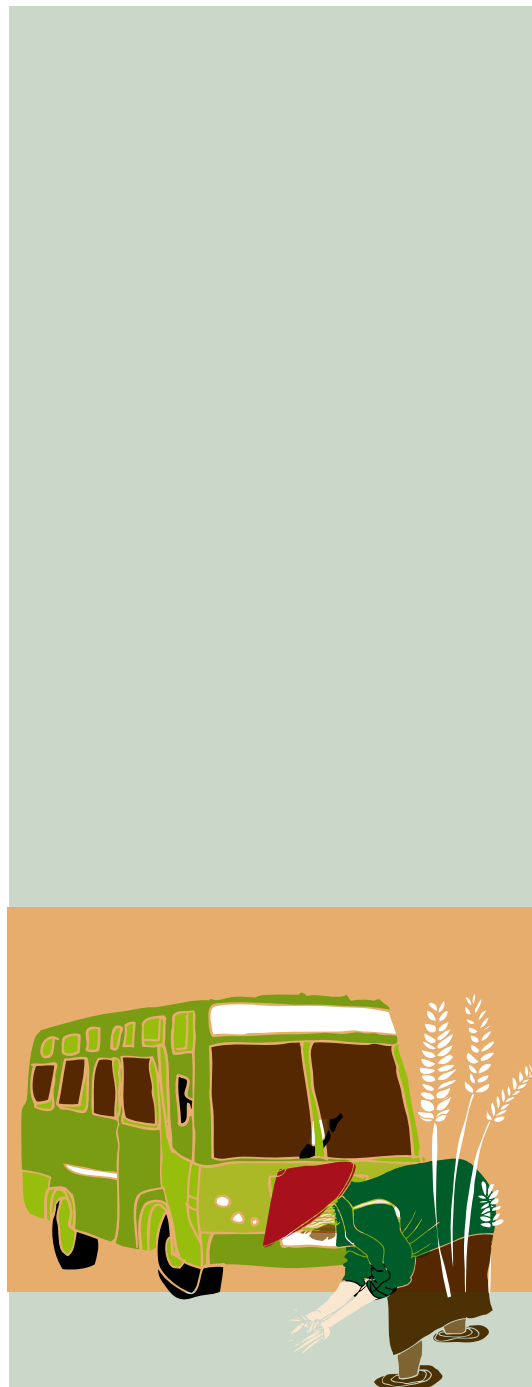


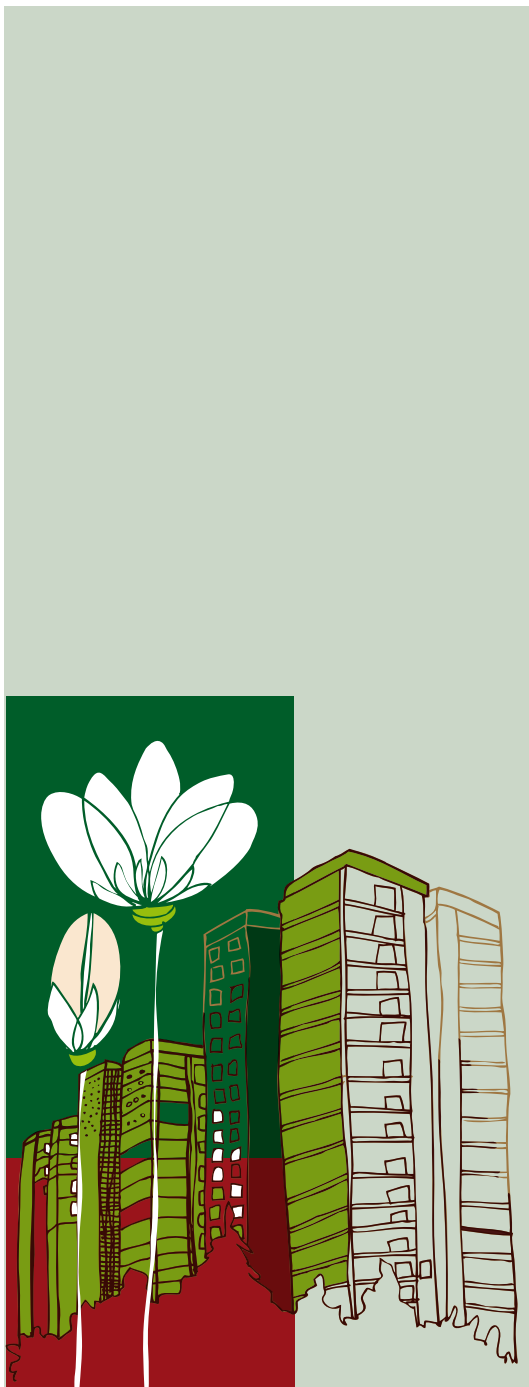
ejemplo, es posible presentar sus propias noticias combinadas con noticias provenientes del sitio web de la JMTD.

- Pueden usar su propia página web como fuente de movilización, información y actualización. Asegúrense de mantenerla actualizada de manera que la gente pueda obtener información reciente todo el tiempo. Una página web debe actualizarse frecuentemente, de lo contrario termina siendo ignorada.
- ¡Inicien un blog! Pero recuerden que un blog requiere mucho tiempo y esfuerzo para mantenerse adecuadamente, así que asegúrense antes de contar con la capacidades necesarias. En Internet hay muy buenas herramientas para ello, una excelente que podemos recomendar es www.wordpress.com.
- Pidan a la red o al comité de juventud de su organización que contribuyan al blog de la juventud de la CSI: <http://youth.ituc-csi.org>.

CAMPAÑAS ELECTRÓNICAS

- Podrían emplear redes sociales para llegar a nuevas personas, involucrarlas en la campaña Trabajo Decente y promover sus acciones: añadir y reclutar el mayor número de personas dentro del “Grupo Trabajo Decente” y/o la “Causa por el Trabajo Decente” en Facebook; organizar una manifestación virtual y distribuir camisetas y banderas virtuales en Second Life; crear un grupo en Takingitglobal.org; crear un blog, etc. La popularidad de todos estos sitios varía de un país a otro, así que conviene escoger los más populares en el suyo
- Si disponen de una cámara vídeo, graven sus acciones y/o realicen un documental sobre el Trabajo Decente y colóquenlo en Youtube, Dailymotion o Myspace. No olviden informar a la CSI al respecto de manera que podamos también añadirlo a nuestro canal en: <http://www.youtube.com/user/ITUCCSI>
Si quieren insertar vídeos de alta resolución en su propia página web, podrían optar por utilizar un sitio web como Vimeo. No olviden comprobar también el canal de la CSI en Vimeo (especialmente si quieren ver nuestros vídeos con mejor calidad): <http://vimeo.com/ituc>





- Crear un banner electrónico y colocarlo en la firma de sus e-mails. Utilicen el logo de la JMTD e imprímanlo en el reverso de sus tarjetas de visita.
- Al enviar correos electrónicos, asegurarse de que sean claros y simples, indicando las acciones y tareas específicas que puede promover cada uno.
- Utilizar tableros de anuncios y mensajería instantánea para informar y promover un debate.
- Por supuesto, los anuncios de pago en Internet pueden llamar considerablemente la atención respecto a su sitio web o a su campaña, siempre y cuando su presupuesto se lo permita. Asegúrense simplemente de coordinar la opción de los anuncios con los grupos a los que apunta. ¿Cuáles son los sitios web visitados frecuentemente por su audiencia? Esta es una herramienta especialmente poderosa si el mensaje de su campaña incluye una petición, por ejemplo: ¡Firmen la petición por un Trabajo Decente para una Vida Decente! O bien ¡Únanse a nosotros en la movilización a favor del trabajo decente! O incluso: Firmen la carta dirigida al Primer Ministro donde pedimos que (...).

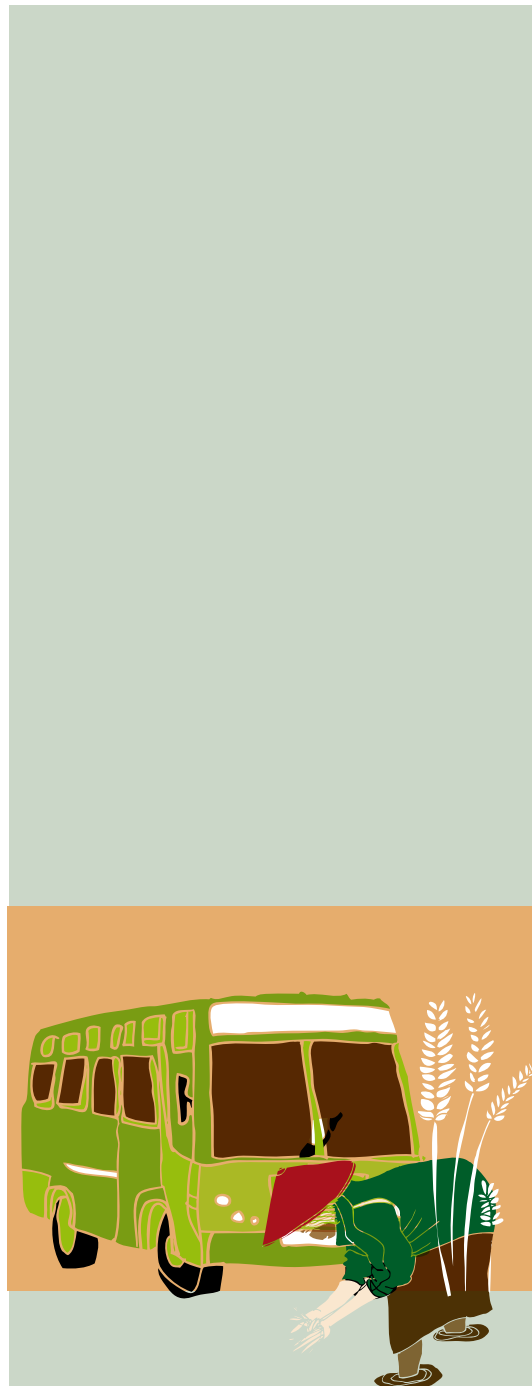
TELÉFONOS MÓVILES/CELULARES

En muchos países donde el acceso a Internet no está generalizado, los teléfonos móviles podrían constituir una herramienta mejor y más fiable para las campañas. Aunque también en los países más ricos, la gente utiliza el teléfono móvil tanto como Internet. Asegúrense de que su sitio web sea compatible con las aplicaciones WAP y que los videos que coloque en el sitio web (especialmente los más cortos – menos de un minuto) también estén disponibles en un formato adecuado para los teléfonos móviles.

- ¿Cómo hacer que su campaña sea apropiada para un teléfono móvil? Pidiendo a la gente que envíe mensajes SMS. Otro ejemplo podría ser un concurso fotográfico sobre el tema del trabajo decente a través de MMS. También podrían pedir que les envíen videos sobre un tema, o bien clips sonoros. Una posibilidad sería utilizar lo que

envían distintas personas para elaborar un vídeo más largo o colocarlo en un espacio consagrado a la campaña en su sitio web.

- ¿Tienen un tema musical asociado a su campaña? ¿Por qué no hacer que esté disponible como tono de llamada? También pueden organizar un concurso de tonos de llamada.



Manténgannos informados

Si no nos comunican lo que tienen previsto, no podremos decírselo al resto del mundo. La mejor forma de informarnos sobre sus planes es de hecho introducir los detalles de sus eventos directamente en el sitio web www.JMTD.org. Si su conexión Internet no es muy buena, podemos intentar ayudarles e introducir los datos, que nos pueden hacer llegar por e-mail a: JMTD@ituc-csi.org

No importa lo grande o pequeño que sea el evento que estén preparando, hágannoslo saber.

Y lo más importante de todo: para que podamos informar en vivo a todo el mundo conforme se desarrolla la jornada del 7 de octubre, necesitamos que os envíen un breve informe sobre lo que está teniendo lugar y dónde, de preferencia con un par de fotos o un vídeo inmediatamente después de realizarse la actividad.

MÁS INFORMACIÓN

Pueden encontrar mayor información en el sitio web www.wddw.org incluyendo también las circulares internas enviadas por la CSI a sus afiliadas. Pero animamos a todas las organizaciones que están interesadas en promover en trabajo decente a colaborar con nosotros en esta causa. Si desean sumarse a la lista de direcciones para recibir los boletines de noticias sobre la jornada mundial, basta con enviar un e-mail a: JMTD@ituc-csi.org.





JMTD

JORNADA MUNDIAL POR EL TRABAJO DECENTE 07.10.09