

COMUNICACIÓN

1. IDENTIDAD GRÁFICA

- 1.1. La CNT contará con un manual de identidad gráfica con el objetivo de unificar la imagen general del sindicato.
- 1.2. La aplicación de este manual será flexible en el uso en banderas, pancartas y pegatinas.
- 1.3. Las siglas AIT no se usarán junto al logotipo CNT.
- 1.4. Se limitará el símbolo de Heracles y el León de Nemea a los usos relacionados con la Memoria Histórica y actos funerarios.

2. COMUNICACIÓN INTEGRAL

La CNT apuesta por las nuevas tecnologías adaptando sus medios de comunicación a la era digital. Para ello se creará una Comisión de Comunicación Integral, que se encargará de la edición en formato digital, de las redes sociales y de la edición en formato papel. Ésta dependerá de la Secretaría de Comunicación del SPCC. Por tanto, se establecen las siguientes pautas a seguir en materia de comunicación:

2.1. Edición en formato digital

Trabajo de redacción y coordinación: actualización diaria de web con publicación de noticias de elaboración propia, de las noticias enviadas por los sindicatos, así como la coordinación con colaboradores habituales. Es decir, el trabajo que ya se venía haciendo para la edición en papel trasladado a la edición digital diaria. Lo fundamental es que la web tenga dinamismo y que las cuestiones importantes se reflejen al momento (huelga, conflictos importantes, represión a militantes, etc.).

Método de trabajo: Habilitar una nueva web adaptada al formato periodístico. Su estructura podría ser la siguiente:

- Noticias destacadas
- Video o imagen destacada
- Columna central
- Columna sindicatos
- Columnistas
- Laboral
- Agenda
- Viñetas
- Columna RSS
- CNT en Prensa
- FAL
- Resto de secciones, banners, campañas, documentos, etc.

2.2. Edición del periódico en formato papel

La Comisión trabajará en coordinación, redacción y maquetación. El objetivo de este periódico es distribuirlo en la calle, completamente gratuito. Para ello se harán tiradas para todas las regionales en función de afiliación, pero se podrían valorar tiradas especiales. En el Periódico *CNT* se incluirá además de contenidos propios, lo más destacado de la web.

2.3. Gestión y responsabilidades en las redes sociales

La gestión de la web y redes sociales es responsabilidad del SPCC, encargándose este de supervisar el trabajo de la Comisión de Comunicación, que contará con la figura de community manager o gestor de RRSS. Sus funciones serán las siguientes: gestión de las cuentas oficiales del sindicato, difusión de contenidos, supervisión de la imagen online del Sindicato y seguimiento del impacto de las publicaciones difundidas a través de las redes.

2.4. Viabilidad económica del proyecto del Periódico *CNT* en papel

La partida económica correspondiente al Periódico *CNT* vendrá reflejada en la Normativa Orgánica.

2.5. Economía del Periódico *CNT*, saldo histórico, deudas, etc.

Al pasar a ser gratuito, no se saldarían automáticamente las deudas existentes hasta el momento. Los sindicatos deberían seguir pagando sus deudas con el Periódico *CNT*. Las cuentas, caja y economía seguirían estando separadas de la caja confederal, siendo responsabilidad de la Comi-

sión de Comunicación.

2.6. Transición del trabajo y adaptación a la NO

Se creará una comisión de trabajo compuesta por el Secretariado de Prensa y Comunicación del SPCC y de los SPCR que pongan en práctica el acuerdo mediante un plan de trabajo en los siguientes términos:

1. Creación de la Comisión de Comunicación Integral.
2. Transferir las competencias en materia económica del último equipo gestor a la nueva Comisión de Comunicación integral.
3. Nuevo diseño de la web.
4. Periodicidad del Periódico *CNT* en papel (tirada, gastos de impresión y envíos a cada sindicato, suscripciones). Aprobación del presupuesto restringido a las cuotas confederales.
5. Esquema y contenidos en papel.
6. Elaboración de un primer borrador. Plazo: lo antes posible.

Tras las reuniones que dicha comisión crea oportunas se incluiría para la siguiente Plenaria Confederal un protocolo de trabajo que, de aprobarse, sería el protocolo vinculante para uso de la web, gestión en redes sociales y periódico en papel. Posteriormente, podría modificarse en cualquier

PCRR.

El plan de trabajo debería desarrollarse y ponerse en práctica en un máximo recomendable de 5 meses tras el Congreso, para inaugurar la nueva web y periodicidad del periódico para el 1.ª de mayo de 2016.

3. MODELO DE RADIOTELEVISIÓN COMÚN

La CNT propone un modelo de radiotelevisión común (pública) destinado al interés general o común, esto es, de carácter fundamental para el desarrollo sociocultural de la población, por el que se exteriorice el derecho humano inalienable de expresar, recibir, difundir e investigar informaciones, ideas e opiniones.

Este será un modelo productivo horizontal, asambleario y transparente, completamente desvinculado de cualquier control político (parlamento), con un sistema organizativo que atienda y que respete las necesidades de toda la comunidad.

Es una red de radiotelevisión comunes en la que todas ellas puedan conectarse, unas con otras, y generar contenidos de interés general o local, según los intereses de la ciudadanía, con control directo de la clase trabajadora.

3.1. Marco jurídico

Crear un nuevo marco jurídico en el que el servicio común no esté integrado en las convenciones que rigen las sociedades de capital. La radio televisión pública, en este caso, tiene una naturaleza diferente y una rentabilidad social que no puede ser medida en términos estrictamente mercantiles.

Crear organismos reguladores y de control (consejos de los medios de comunicación comunitarios) que se encarguen de fiscalizar y verificar los compromisos asumidos por los prestadores de los servicios de comunicación audiovisual y radiodifusión en los aspectos técnicos, legales, administrativos y de contenidos (contenido infantil, etc.). Garantizarán el derecho de acceso de la ciudadanía y colectivos sociales a los medios de comunicación, utilizando un criterio que responda a la equidad, no a la representatividad, y velarán por la autonomía del servicio común con respecto al poder político, la religión y los grupos de presión económica (empresas). Se encargarán de fomentar el acceso equitativo a la información y a procurar el empoderamiento de las personas a través de la alfabetización mediática e informacional. Se articularán los mecanismos necesarios para comprometer y asegurar la participación en estos órganos de control, de la sociedad.

Estatuir una convención general de medios que recoja la regulación del sector.

3.2. Producción de información y programas

-Garantizar la elaboración, desarrollo y aplicación de un plan de producción propia. El entramado de radiotelevisiones comunitarias se nutre de los centros que lo componen. Las productoras externas únicamente podrán vender el formato, pero no participar en la producción ni en el desarrollo. No se podrá, por parte de los medios de comunicación comunes, comprar productos enlatados. Este plan de producción será revisable periódicamente.

-Crear tantos grupos de trabajo como sean necesarios, compuestos por trabajadores y trabajadoras, para generar y canalizar propuestas de programas por parte de las trabajadoras y trabajadores y la ciudadanía. Se encargarán también de fomentar la creación y desarrollo de ideas de producción y nuevos formatos dentro de parámetros del árbol social.

-De manera transversal a ese plan, elaborar un historial, que vendrá dado por el nuevo modelo de radiotelevisión pública, de temáticas de preocupación social y un calendario mensual de emisión, que plasme el tiempo que periódicamente se dedicará en la parrilla a la emisión de estos programas.

-Nueva planificación de la programación y los contenidos. Los avances digitales nos permiten una ordenación diferente y racional de la programación en canales locales, generales y temáticos y tratar muchos más temas de interés social en profundidad. Entendemos que si hay un canal temático de noticias, toda la emisión de informativos se tendría que concentrar en ese canal y no desperdigarse por el resto de canales.

-Creación de códigos deontológicos para el tratamiento de la información por parte de las/los

profesionales, asumiendo el compromiso de su aplicación. Se elaborará por las/los profesionales de la comunicación del medio y tendrá la condición obligada de firma al comienzo de la vida laboral en este servicio común. Será revisable periódicamente y su incumplimiento podrá devenir en sanciones.

-Desvinculación de los informativos y programas del share. Articular otro mecanismo de audiencia y seguimiento social mediante las asociaciones de consumidoras y consumidores y usuarias y usuarios de la rtv pública.

-Desvincular los informativos de la agenda-setting por considerarse que mediante este establecimiento de temas de discusión, se comunica solo lo que interesa y se le oculta a la comunidad lo que puede resultar perjudicial para el mantenimiento del statu quo de la clase gobernante y el capital. Se calcula que el 80% de la información que las agencias ponen en circulación está generado por los departamentos de relaciones públicas o gabinetes de comunicación del gobierno, partidos políticos, instituciones públicas, corporaciones y empresas.

-Desarrollar la capacidad de elaborar y contrastar información con recursos propios, centros locales en el territorio cercano y con apoyo mutuo internacional, colaboración con otras unidades informativas fuera de la península ibérica.

3.3. Organización interna y participación de las trabajadoras y trabajadores y la ciudadanía

Construir un servicio de radio y televisión común completamente autónomo, que suponga una desvinculación de cualquier control político (parlamento).

-Suprimir los Consejos de Administración, por ser órganos políticos que no reflejan todos los aspectos de las sociedades.

-Transparencia total en la gestión de la empresa, la cual pondrá a disposición de trabajadoras y trabajadores y de la ciudadanía información relativa al funcionamiento interno.

-Participación de trabajadores y trabajadoras y de la ciudadanía en la gestión y toma de decisiones de la empresa. Reducción drástica del organigrama de administración. A las trabajadoras y trabajadores revertirá más responsabilidad además de los recursos que por la supresión de cargos de responsabilidad y direcciones se liberen, transformándose preferentemente estos recursos en mejoras materiales. Desarrollo de un convenio colectivo que afecte a todas las personas que trabajen en el medio (incluyendo asesoras/es, directoras/es de programa, presentadoras/es, etc.), con limitaciones salariales por arriba y por abajo, caminando hacia un modelo productivo horizontal. Un convenio que recoja la regulación sobre todo sueldo y plus a fin de acabar con aquellos sobre los que no hay control democrático; que facilite la progresión profesional y personal de las personas y en el que se conceda primacía a la creación y el desarrollo del talento por encima de la notoriedad.

3.4. Financiación

Esta reestructuración debe estar ligada a una auditoría de la deuda por parte de la comunidad. Transparencia total en la gestión de la empresa con cuentas y actuaciones a disposición de la ciudadanía.

El servicio de comunicación común es universal, pero no gratuito, igual que otros servicios a la comunidad, tales como la educación, el transporte, el alumbrado, el agua o la sanidad. Por ello, la financiación suficiente y estable de este medio de información común debe realizarse en un principio a través de cuotas y colaboraciones económicas (poniendo tope a estas últimas) por parte de la comunidad.

No obstante, se caminará hacia una actividad autogestionaria por parte de la empresa y las trabajadoras y trabajadores que consiga, por los medios que contemplen mayor operatividad y eficiencia, ingresos que supongan un equilibrio con el importe de las cuotas. Se desarrollarán medios de financiación sobre los que existirá un control democrático, que demuestren ser compatibles con el modelo confederal y que no interfieran con la libertad en el ejercicio esencial de la comunicación (ingresos de los institutos de enseñanza asociados a la radio televisión, sellos discográficos, alquiler de instalaciones, fondos por gravámenes que deban pagar los/as licenciarios/as, comercialización de productos audiovisuales, etc.).

Al plantear la no competencia por la audiencia y apostar por los nuevos formatos de servicio público, queda excluida toda publicidad.

Un Tribunal de Cuentas de ámbito confederal verificará anualmente, haciendo públicos sus informes, el buen funcionamiento, la gestión y, en general, los aspectos económicos de los medios comunitarios.

3.5. Organización territorial

Todas las radiotelevisiónes comunes se convierten potencialmente en centros de emisión y de producción, con intereses generales y locales.

Los contenidos de las emisiones comunes se nutrirán de la producción o de la necesidad de producción, del entramado de medios de comunicación comunitarios, de menor o mayor tamaño, en régimen de colaboración y de apoyo mutuo. Atendiendo a contenidos quizá más amplios o de interés más general.

Generación de emisiones comunes también en canales temáticos, desde este punto de vista, no sería incompatible con el modelo confederal, por ejemplo, un canal infantil, cultural, de filmoteca, etc.

A la vez, todos los medios de comunicación comunitarios deberían tener una ordenación y un espacio en el espectro de transmisión que la tecnología permita. Los operadores comunes podrían perder su licencia si así lo determinan los órganos reguladores por no cumplir con el servicio común.