

Gaceta Sindical

Confederación Sindical de CCOO

Edición especial nº. 55 JUNIO 2011

CCOO

Declaración sindical del Encuentro confederal “CCOO y las redes sociales”

Ser y estar en las **REDES** **SOCIALES**



■ El objetivo es desarrollar y consolidar la utilización de redes sociales en el conjunto de la organización, como un medio para incentivar la proyección social, así como la imagen de CCOO y la propia actividad sindical

■ El pasado 28 de junio de 2011, los y las responsables de Comunicación de las federaciones y territorios, técnicos y sindicalistas de las estructuras de CCOO y un numeroso grupo de personas invitadas participaron en el *I Encuentro de Redes Sociales* del sindicato. Los avances en la tecnología hacen imprescindible el uso de las herramientas digitales que dotan de mayor agilidad a las comunicaciones, mejoran la productividad y la efectividad de los procesos, aumentan la velocidad en la toma de decisiones y propician un interesante abaratamiento de costes.

Las redes sociales son uno de los componentes de la web 2.0 que, fundamentalmente, se caracterizan por una interacción continuada entre los usuarios. Las redes sociales son un factor de fidelización pero, fundamentalmente, ayudan a ganar terreno en el ámbito social, conocer la opinión de las personas que están en la red y utilizarla como elemento de análisis y catalizador de las propuestas del sindicato. Las redes sociales son, por tanto, algo más que un instrumento novedoso de comunicación; son o deben ser el amplificador de la política de comunicación del sindicato. Por eso, no deberíamos conformarnos con

estar en las redes, tener cada día más visitas o multiplicar el número de amigos y amigas, seguidores, o fans, si ese resultado se circunscribe al ámbito interno y no se traduce en una mayor proyección social, más allá de la frontera que marca la estructura sindical. La presencia, el intercambio de ideas, las propuestas, los temas de debate, deben responder a una política de comunicación definida y unitaria; y utilizando una estrategia planificada y unas técnicas de comunicación que sean capaces de poner en valor la actividad sindical en unos momentos especialmente complicados para el movimiento sindical.



Las redes sociales son también una oportunidad para optimizar y rentabilizar los instrumentos de comunicación en el conjunto de la organización. Internet en general y las redes sociales en particular pueden actuar, por tanto, como dinamizadores de la comunicación dentro y fuera del sindicato. De un lado, para conocer y difundir adecuadamente los objetivos de la acción sindical. De otro, propiciando una mejor coordinación intersindical a través de herramientas informáticas al alcance de la organización, creación de espacios de trabajo compartido, foros de discusión sobre temas específicos y utilización de bases de datos o de videoconferencias.

Objetivos y líneas de trabajo

El objetivo general es desarrollar y consolidar la utilización de redes sociales en el conjunto de la organización, como un medio para incentivar la proyección social, así como la imagen de CCOO y la propia actividad sindical. Se trata de avanzar en:

- Intercambiar opiniones, experiencias y propuestas.
- Fijar objetivos para la fase de expansión y consolidación.
- Elaborar un calendario de trabajo.
- Organizar grupos de trabajo.
- Diseñar un plan estratégico de contenidos.
- Concretar un plan formativo y de protocolos de intervención.

Se pretende con el Encuentro responder a unas líneas de trabajo eminentemente prácticas con el fin de impulsar y extender el uso de las nuevas herramientas que proporciona la red, adecuar el trabajo a las nuevas tendencias y aprovechar al máximo todo el potencial que brindan las nuevas tecnologías a través de Internet.



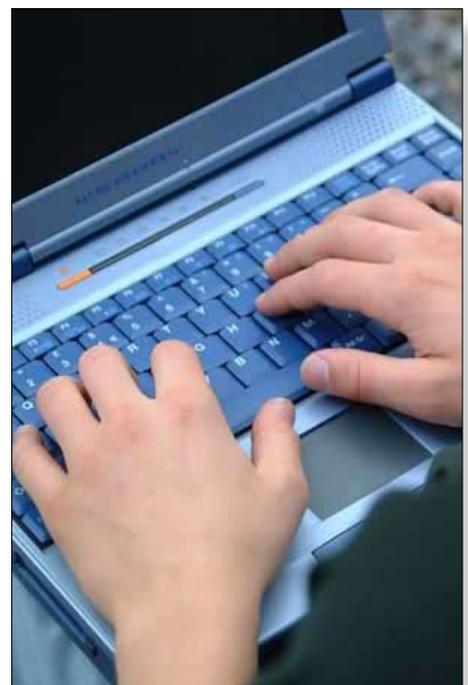
También queremos analizar y estandarizar las herramientas digitales que se están usando o se van a usar como apoyo a la distribución de contenidos, con el fin de evitar la dispersión. Como advierte el documento, “es determinante, antes de decidirse a emplear una herramienta, estudiar las diferentes opciones, valorar si se van a emplear herramientas propias o utilizar alguna de las que se brindan gratuitamente en la red, por las ventajas e inconvenientes que presentan”.

Por eso, tras la celebración del Encuentro Confederal de Redes Sociales nos proponemos ir implantando y evaluando las mejoras en nuestros medios, desarrollar un plan estratégico de contenidos, poner en marcha un plan formativo, activar normas y protocolos de actuación en las redes, y dar comienzo a los primeros encuentros digitales a través de YouTube.

En el documento que se ha debatido en el Encuentro confederal se ofrece un pequeño balance de la actuación de CCOO en las redes sociales y los moderados progresos registrados. Cuando nos hemos detenido en el análisis de lo hecho, irrumpe con fuerza la figura del moderador porque de la misma depende buena parte de nuestra actividad en la red. Cuando se publican contenidos en las redes sociales y se responde a las publicaciones de los usuarios y usuarias, es especialmente importante la manera de hacerlo, ya que de ahí van a depender las futuras interacciones.

Hasta la fecha se ha tratado de responder, aportando información útil y veraz a quienes preguntan, cuestionan o critican decisiones del sindicato; se han redirigido aquellas consultas a los enlaces donde pueden ser respondidas y se ha mediado entre los usuarios conflictivos, recordando las normas.

En consecuencia, el papel del moderador/moderadora es clave para construir una comunidad de usuarios fidelizados y de calidad, aportar noticias de la organización, buscar lo que se dice de ella en la red, coordinar respuestas, y tener sentido de la oportunidad para incorporar debates de interés social que no siempre tengan que ver con asuntos polémicos. Ello requiere contacto con los responsables de Comunicación, dedicación continuada y no accidental, y compromiso de intervención y consulta en las redes diariamente.



■ **Las redes sociales pueden actuar como dinamizadores de la comunicación dentro y fuera del sindicato**

El portal confederal y las redes

La estrategia de intervención de CCOO en las redes sociales debe situarse a corto y medio plazo. Una vez cubierta la primera fase de visibilidad en Facebook y YouTube se trataría de fijar nuevos objetivos para tomar posiciones estratégicas, diversificar contenidos, extender y adaptar la política de comunicación a las redes y, en sentido inverso, coordinar la presencia en las redes con el estilo de comunicación sindical. Un trabajo que se viene realizando, fundamentalmente, a través del portal confederal y del conjunto de páginas Web que identifican la imagen corporativa de la organización.

Ese cambio debe ser progresivo y no brusco. La comunicación confederal está basada en una metodología y en unos formatos que han producido y siguen produciendo una gran rentabilidad sindical y social, pero que necesitan ser adaptados al nuevo escenario digital.



El núcleo de la comunicación parte de un portal confederal que se está adaptando progresivamente al nuevo escenario y que ya ha introducido mejoras perceptibles e innovadoras, pero que necesitaría algunas actualizaciones si lo que se pretende es establecer una coordinación directa con el uso de las redes sociales o crear comunidades de personas usuarias. Redes y portal confederal actúan en realidad como vasos comunicantes que se retroalimentan entre sí. Un usuario de las redes acabará (si el contenido le ha interesado lo suficiente) en el núcleo de información residente en el portal. Este debe responder a las expectativas generadas en las redes y ofrecer valores añadidos de interactividad para un perfil de usuario potencialmente interesado en la actividad sindical.

Propuestas generales

El debate y las reflexiones que se han mantenido en este primer *Encuentro sobre Redes Sociales* deben concluir con propuestas que deriven en compromisos de todas las organizaciones de CCOO, empezando por la dirección confederal. No se trata de aplicar criterios inflexibles de intervención, pero creemos imprescindible avanzar en la siguiente dirección:

- Establecimiento de una responsabilidad sindical a nivel confederal en el área de redes sociales, dependiente de la Secretaría de Comunicación, con funciones específicas definidas y con capacidad de coordinación y organización de los recursos que se vayan dotando por la Confederación y las organizaciones sectoriales y territoriales.
- Integración de las redes sociales entre sí, aquellas que lo permitan, para racionalizar el trabajo del gestor o los gestores de contenidos en las diferentes redes.
- Hacer converger, si es posible, los blogs confederales que ya existen (blog.ccoo.es) en la propia página, para hacerlos más visibles y automatizar su publicación en los perfiles Twitter que se creen para los editores.
- Constitución de un equipo permanente de *Community Manager* (responsables de los espacios de CCOO en redes sociales) y de un amplio equipo de ciberactivistas coordinados por los anteriores. Hay que tener en cuenta que la actuación del CM no puede ser una tarea accidental y subsidiaria de otras tareas de comunicación, sino que requiere dedicación permanente y continuada. Asimismo, exige contacto permanente con los responsables de comunicación para poder dar respuestas inmediatas a lo que ocurre en la red.
- Activar en los próximos meses un plan formativo que se apoye en tres pilares básicos: desarrollo y diseño de normas y protocolos de comunicación interna; habilidades de comunicación para portavoces en redes; técnicas básicas de producción y elaboración de contenidos audiovisuales dirigidos a redes sociales.
- Impulsar, a propósito de la **convocatoria por parte de CCOO de un gran acto de delegados y delegadas sindicales para el 24 de septiembre en Madrid**, la publicidad y difusión en las redes sociales de las razones que nos llevan a su convocatoria (respuesta a las políticas del Gobierno, estrategia de convergencia de la movilización social, propuestas alternativas para salir de la crisis, puesta en valor del hecho sindical y reforzamiento de la identidad de CCOO...).

Este *Encuentro sobre Redes Sociales* organizado por CCOO ha querido, esencialmente, abrir una reflexión conjunta a partir de que la implantación y desarrollo en las redes sociales no es un fin en sí mismo, sino un medio importantísimo para poner en valor la actividad sindical y la imagen de

CCOO en unos momentos especialmente difíciles para el movimiento sindical. Es crucial que la información que se genere responda a una estrategia bien definida de comunicación global que sea capaz de irradiar todo el potencial de la organización al conjunto de la sociedad.