

SEAT Y LA CAMPAÑA

La situación actual - Después de la derrota de FIAT (ver Combate) y con la situación general de crisis que atraviesa SEAT se han producido nuevos ataques cuya perspectiva a corto plazo parecen los despidos mas o menos masivos en un primer momento.

En los últimos tiempos han habido dos despidos en comercial a dos miembros del comité con la posterior readmisión, pero con traslados y sanciones.

Han habido los intentos de traslado en la factoría de Miralcampo a pesar de los repetidos compromisos de la empresa. Esta victoria parcial es importante en el momento de valorar la disposición de los trabajadores contra los ataques de la patronal.

Después la regulación de empleo para los seis primeros meses del 81, de cuatro meses.

Y finalmente, el cambio de las vacaciones del 81 a los meses de noviembre y diciembre del 80.

Por otro lado, las declaraciones del gobierno y de las multinacionales japonesas son bastante claras en cuanto a que hacia finales de año van a hacer propuestas definitivas y parece bastante claro que sus discusiones son sobre los 10.000 o 18.000 despidos como objetivo al margen de que se plantee o no de golpe.

La situación del movimiento en SEAT es contradictoria. De un lado parece que hay una cierta recomposición (ver resultados referendun Martorell, por ejemplo) pero no hay que olvidar los resultados de las elecciones, ni las repercusiones de la última lucha.

Por otro lado confrontados a los despidos, y sin olvidar las divisiones que esto produciría entre los despedidos y los no, el poder de las direcciones sindicales es menor que en el caso de FIAT, y las posibilidades de desbordamiento mayores. (ver ahora la división en la CONC y en las comisiones de SEAT sobre la actitud frente al acuerdo). Esto no debe hacernos subvalorar su influencia y sus maniobras. En todo caso es una cuestión que solo podremos analizar bien en el mismo proceso.

Y hay que tener en cuenta que un sector en el que repercute directamente cualquier ataque a SEAT es la industria auxiliar del automóvil, que no se verá solo afectada parcialmente sino en su conjunto, con lo que ello puede implicar a nivel de movilizaciones, etc.

La importancia de esta campaña viene determinada por la gravedad del ataque, por las repercusiones que tendrían tanto una victoria como una derrota para el conjunto del movimiento obrero; por nuestra propia situación en SEAT, en la automoción en general, y en las zonas afectadas (Baix, etc.).

OBJETIVOS DE LA CAMPAÑA

A nivel de programa queremos popularizar nuestra alternativa contra la crisis y que forme parte de los objetivos de las movilizaciones, como contrapuesta a la del gobierno y a la "crisis compartida" de los reformistas. Debemos buscar además concreciones que nos permitan vincular al resto de sectores de la automoción y de la industria auxiliar en una dinámica unitaria.

Se trata de inscribir esta lucha en la movilización contra el paro y contra los expedientes de crisis por las 35 horas por la necesidad de la reconversión industrial y por la nacionalización bajo control obrero como garantía de ello y la negativa radical a cualquier pérdida del puesto de trabajo. Debemos explicar estas reivindicaciones acompañadas de los métodos de lucha y de organización necesarias para conseguirlos: asambleas, etc. elegidos manifestaciones unitarias, negociaciones públicas (Polonia!). De cara a la lucha contra los despidos, la generalización de la movilización y la necesidad de utilizar métodos radicales estarán en primer plano.



A nivel de la movilización el esfuerzo, que debe concentrarse en esta primera fase en SEAT, la industria auxiliar y la automoción, debe dirigirse hacia el objetivo de una amplia movilización en todas las comarcas afectadas, directa e indirectamente, entre otras cosas porque del resultado de la confrontación en SEAT van a depender nuevos ataques por parte de la patronal y el gobierno. Es importante a este nivel tener en cuenta un factor negativo que existe a nivel de movimiento y que es la creencia de que SEAT solo se mueve para ella misma, que son obreros con sueldos elevados, en definitiva aristocracia obrera, y esto nos va a obligar a hacer un esfuerzo específico para sacar a la gente de este error que puede entorpecer la creación de una respuesta unitaria.

Por último esta debe ser una ocasión inmejorable para dar un salto en la construcción de la Liga. Tanto en la aparición de nuestra alternativa como en el reclutamiento, como en la consolidación de todo nuestro trabajo (giro a la industria!) de cara a la implantación en toda una serie importante de fábricas y sectores.

TIPO DE CAMPAÑA

La campaña debe tener dos fases. La primera comienza con la conferencia estatal del automóvil que va a tener lugar en Barna el 29 y 30 de nov. y que va a ser el punto de partida de la campaña por las 35 horas. Lo fundamental de esta fase es dar a conocer la situación en SEAT y en los sectores afectados, consiguiendo compromisos, pronunciamientos concretos y posibles coordinaciones específicas a nivel de sindicatos, ctés, ayuntamientos, etc.

Los medios que vamos a utilizar para ello deben ser:

- una aparición constante en la prensa diaria, que es posible mantener regularmente en el DB, en MD y a otro nivel en El Per. Esto debe extenderse a otro tipo de publicaciones como por ejemplo Grama de Sta. Coloma que llegan a sectores muy concretos. También las radios, mediante comunicados, entrevistas, tribunas, ruedas de prensa, etc.
- aprovechar los órganos sindicales; nuestros boletines FIAT/SEAT, la revista de automoción, etc.
- Con revistas como el Viejo Topo y Transición para intentar organizar mesas de debate sobre la crisis, las posibles alternativas de reconversión, etc. Es posible además, incorporar a esto a sectores de la Universidad o a personalidades, que participen en estos debates, colaborando en su elaboración y difusión.
- organizar charlas o actos, en fábricas, barrios, etc., ya sea directamente como partido, o unitarias, o como sindicatos.
- un trabajo sindical en profundidad, a partir del congreso del metal de la CONC a mediados de diciembre; a través de la Ejecutiva de la CONC, a través del pronunciamiento de secciones sindicales y de comités a los que tenemos acceso directo o indirecto; la coordinadora de empresas en crisis, hay que ver las posibilidades a través de UGT.
- un trabajo municipal y de barrio, sobre todo a partir de nuestra presencia en el Ayuntamiento de St. Boi (donde viven muchos trabajadores de SEAT) y a través de emplazamientos y delegaciones a los ayuntamientos de L'Hospitalet, Badalona, Sta. Coloma, y el resto de ayuntamientos del Baix. De otro lado, el mismo trabajo debe hacerse en Barna a través del ayuntamiento, la FAV, etc. Eso nos debe permitir organizar también a las familias de los trabajadores afectados para incidir en la popularización del problema y en la posterior movilización.

A otro nivel debemos emplazar también a la Generalitat y al Parlament, para que se pronuncien contra la reestructuración y cuando exista un plan concreto de reconversión para que se pronuncien a su favor.

- todo este trabajo debe complementarse con movilizaciones parciales, "preventivas" contra los ataques en curso, si es posible. Debemos tener presente también la posibilidad de que empresas en crisis del mismo sector que ya puedan estar en lucha deben coordinarse con SEAT, presionando a las direcciones al máximo posible.

El objetivo clave de esta fase es crear el clima y las condiciones mas favorables para confrontar la reestructuración de plantilla y otros ataques, y para hacer aparecer al partido, reclutando desde ahora.

Lo fundamental de esta actividad debemos tratar de desarrollarla como partido, aunque trabajemos en una perspectiva unitaria o aunque lo hagamos ahora dentro de otros marcos (sindicatos, ctés, etc.)

Los ritmos vienen determinados por la urgencia del trabajo o por la posible rapidez del ataque contra los trabajadores de SEAT. Como se ha dicho empezaremos en serio a partir de la conferencia automovil. La segunda fase será la de la movilización, pero ahora no entramos en ello.

En posteriores discusiones se introducirán las cuestiones relativas a la escuela de aprendices y a las mujeres que se puedan ver afectadas en SEAT, pero por el momento no hay muchos datos.

ALGUNAS TAREAS QUE DEBEMOS PONER EN PIE DESDE AHORA

Un refuerzo de la célula, incorporándole un cda. del CNC (Pau), no para hacer de responsable sino para ayudar en todo el trabajo de elaboración, iniciativas, aparición, etc.

Una discusión constante en el CENC, la sec. sindical y el Cte. del Metal de la campaña y su seguimiento.

Un presupuesto especial para esta campaña y los medios para conseguirlo

Una infraestructura de aparato que nos permita dar rápidas respuestas y una aparición sistemática.

Las agrupaciones afectadas más directamente (SEAT, Baix, etc.) deben discutir de inmediato que tipo de iniciativas podemos poner en marcha ya (SEAT debe pasar además una lista de charlistas disponibles)

Las agrupaciones de Barna deben estudiar la posibilidad de organizar charlas en sus barrios, o colgar pancartas en las zonas que les corresponden donde haya concesionarios de SEAT, empresas auxiliares, etc.

Las fracciones, empezando por el metal, deben discutir un plan de tareas, para el cumplimiento de los objetivos de esta primera fase de la campaña; la sec. sindical debe orientar este plan después de las elecciones, o ligado al balance de los resultados.

Este plan debe discutirse además con los compañeros de la CSUT, que discuten con nosotros y que tienen una ~~xx~~ presencia en SEAT, de cara bien a su colaboración en el desarrollo de esta campaña o a lograr un trabajo sistemático con nosotros.