



mujer

*El BBVA
actúa en la
campana del
Libretón
de manera
sexista*

*No es extraño
que en BBVA
no haya mujeres
en los niveles
más altos de su
organigrama*

*Para evitar
nuevos casos,
Plan de Igualdad
y creación
de la Comisión
de Igualdad que
propone CCOO*

*Los proyectos
solidarios
conjuntos
con los
trabajadores
han demostrado
que son mejores*

DE SARTENES Y DELANTALES

“El País” publica el día 6 la carta de una lectora indignada ante la imagen de una oficina de BBVA en Madrid en la promoción del Libretón. Como golpe de gracia al regalo de las sartenes y como apoyo a la campaña, las trabajadoras –ellos no- llevaban puesto el delantal.

La imagen pública de una empresa no es algo que se cuida sólo porque afecta a su prestigio y valoración, sino que también expresa el modo de pensar que subyace en su cultura. Y siendo cierto que toda la sociedad es responsable de ciertos roles discriminatorios y sexistas enraizados, no lo es menos que instituciones públicas y organizaciones sociales, como los sindicatos, intentamos mediante campañas o mediante leyes cambiar estos hábitos.

Pero eso, que hayamos legado a que en una Oficina la Directora haya creído normal y hasta positivo ponerles el delantal a las compañeras, no es sino reflejo de la línea general de pensamiento que se transmite en el Banco. Quien envía un delantal sabe que hay riesgo de que alguien se lo ponga. ¿Qué diferente imagen transmite, por ejemplo, Banesto? Con Ana Patricia B. recogiendo un premio de la Comunidad de Madrid de manos de su Presidenta, por su reciente Acuerdo de Conciliación suscrito con la representación sindical.

CCOO tenemos entregada, hace tiempo, una propuesta de Acuerdo de Igualdad, sobre la que el Banco nos manifiesta su proximidad, pero que aún no están dispuestos a firmar. El Banco debe pedir disculpas a estas trabajadoras, firmar el Acuerdo que proponemos y crear la Comisión de Igualdad que procure que no se repitan casos como éste. Éste es el momento, la urgencia está demostrada.

¿CÓMO SOMOS DE EURO-SOLIDARIOS?

El Banco cree que mucho, y que ellos aún más. Nos han pasado por espacio la campaña del *Euro Solidaria*. Una noble iniciativa, de apoyo a la Fundación Entre Culturas, para financiar escuelas en Perú. Sólo se puede aplaudir, aunque sea con cargo a nuestras nóminas y diseñada de manera unilateral. Los trabajadores cooperamos, la Dirección capitaliza. No nos acordamos que más éxito tuvo la campaña por el Mitch, en Centroamérica, conjunta con los sindicatos y donde el Banco se comprometía a poner tanto como nosotros.

Y además contrasta con otra actitud diferente. CCOO ha propuesto, con tiempo y argumentos, otra iniciativa solidaria. Que se incluya en el Obsequio de Navidad (40.000 bolsas) un paquete de ¼ kg. de Café del Comercio Justo. En sustitución de las galletas danesas, por ejemplo. O sea, sin coste, solidario, y multiplicador, porque el paquete lleva la explicación del sistema del Comercio Justo y sus beneficios.

La primera impresión: bien, bueno, veremos. La respuesta final: pudiera haber trabajadores a los que no les gustara, hay otros cafés, y otras incoherencias. En resumen, que no. Y ahora quieren aparecer como “euro-solidarios”.

Seguimos trabajando, seguiremos informando.

Octubre 2005

