

RODRÍGUEZ MARTÍN-RETORTILLO, R. M.^a (2013) *La publicidad del convenio colectivo. Un estudio de derecho comparado*. Barcelona, Atelier, 171 pp.

José López Coira

Profesor do Departamento de Dereito Público Especial, Facultade de Ciencias do Traballo, da Universidade da Coruña (UDC) (campus de Ferrol)

1. O artigo 90.3 da Lei do Estatuto dos traballadores dispón a publicación dos convenios colectivos estatutarios no BOE ou, en función do seu ámbito territorial, no diario oficial da comunidade autónoma ou no boletín oficial da provincia correspondente. Este deber de publicidade formulou múltiples debates, tanto na doutrina como na xurisprudencia, en relación, por exemplo, coa súa eficacia xeral ou, tamén, a respecto da aplicación do principio procesual *iura novit curia* segundo boletín en que se publicar o convenio

Máis recentemente, cos cambios de toda índole que está a comportar a evolución cara á sociedade da información e o coñecemento, e coa entrada en vigor do Real decreto 713/2010, do 28 de maio, sobre rexistro e depósito de convenios e acordos colectivos de traballo, estableceuse que esa publicación ha de facerse de xeito necesario por medios electrónicos.

Todos estes problemas son afrontados, con éxito, pola obra que hoxe nos ocupa, cuxa autora, con amplos coñecementos de dereito comparado –entre outras publicacións súas cabe citarmos *Los estudios comparatistas sobre derecho deportivo del trabajo (masculino, femenino y mixto)* e *El accidente de trabajo in itinere en el derecho francés*–, nos ilustra sobre a regulación da publicidade convencional noutros ordenamentos, os relevantes cientificamente falando, con base na súa experiencia e coñecemento da normativa, a doutrina e a xurisprudencia existentes ao respecto en España.

2. Esta monografía estrutúrase en dúas partes ben diferenciadas:

– A primeira, dividida en cinco capítulos, ocúpase da publicidade do convenio colectivo no noso dereito nacional.

• O capítulo primeiro trata da publicidade dos convenios colectivos españois até a promulgación da Lei do Estatuto dos traballadores, en que se sinalan tres etapas: a que

vai de 1902 a 1936; a que se inicia coa Lei de convenios colectivos sindicais do 24 de abril de 1958 (e o seu regulamento de desenvolvemento, a Orde do 23 de xullo dese mesmo ano); e, finalmente, a que se abre coa Lei 38/1973, do 19 de decembro, de convenios colectivos sindicais de traballo.

- O capítulo segundo afronta a publicidade oficial «tradicional» do convenio colectivo estatutario, tanto na redacción primixenia como na vixente do artigo 90.3 da Lei do Estatuto dos traballadores. Nel dedícase unha especial e interesantísima atención á aplicación, segundo o boletín oficial de publicación do convenio, do principio *iura novit curia* tras a Sentenza do Tribunal Constitucional 151/1994, do 23 de maio.
 - O capítulo terceiro analiza a publicidade rexistral informática, que se fixo posible tras a creación das sedes electrónicas das administracións públicas.
 - O capítulo cuarto versa sobre a publicidade interna á empresa dos convenios extraestatutarios e as catro modalidades que pode ter, é dicir, a puramente interna; a efectuada coa publicación en periódicos oficiais; a levada a cabo a través de rexistros informáticos oficiais e, por último, a publicidade informática privada.
 - O quinto capítulo afronta a existencia de convenios extraestatutarios carentes de publicidade, xa sexa polo seu carácter verbal, porque esa é a vontade dos contratantes ou porque o número de destinatarios é moi reducido.
- Na segunda, formada por tres capítulos, a autora fai unha moi valiosa e concienciada comparación multilateral en materia de publicidade do convenio colectivo de diferentes ordenamentos do noso contorno próximo (Portugal, Francia, Alemaña, Italia, Estados Unidos e Gran Bretaña) e non tan próximo (Estados Unidos).
- O capítulo primeiro trata dos mecanismos tradicionais de publicidade neses ordenamentos comparados, algúns dos cales atenden a un modelo regulatorio detallado (Portugal, Francia e Alemaña), mentres hai outros que o teñen simplificado (Italia, Estados Unidos e Gran Bretaña).
 - O capítulo segundo examina a publicidade rexistral informática destes ordenamentos diferenciando, agora, entre os modelos baseados na publicación do convenio colectivo en periódicos oficiais e aqueles outros con outra base.
 - O último capítulo, o terceiro, versa sobre os outros modelos de publicidade rexistral informática existente, como é o caso dos que chama modelo «confidencialista» alemán, modelo «secretista» británico e omunitario.

As últimas páxinas do libro son para un excelente apartado de conclusións que nos permite, cun repaso rápido do lido, alcanzar satisfactoriamente o fin de toda lectura: ampliar a nosa cultura, neste caso xurídica.

3. A lectura deste libro é recomendable, xa que grazas á excelente estrutura da obra e ás pautas metodolóxicas seguidas, a profundidade e a precisión do contido se converten nun ameno e interesante estudo que, con toda seguridade, resolverá as dúbidas que nos xurdiren sobre a publicidade dos diferentes tipos de convenios.