ALÉM DO SINDICALÊS

Uma revisão dos conceitos da Comunicação Sindical

Autor:

Sergio Lerrer

Publicação:

Pandora Soluções

PARTE II

SUMÁRIO

03 O dirigente sindical selfie e a não profissionalização

06 Por que preferir um portal e não somente um site

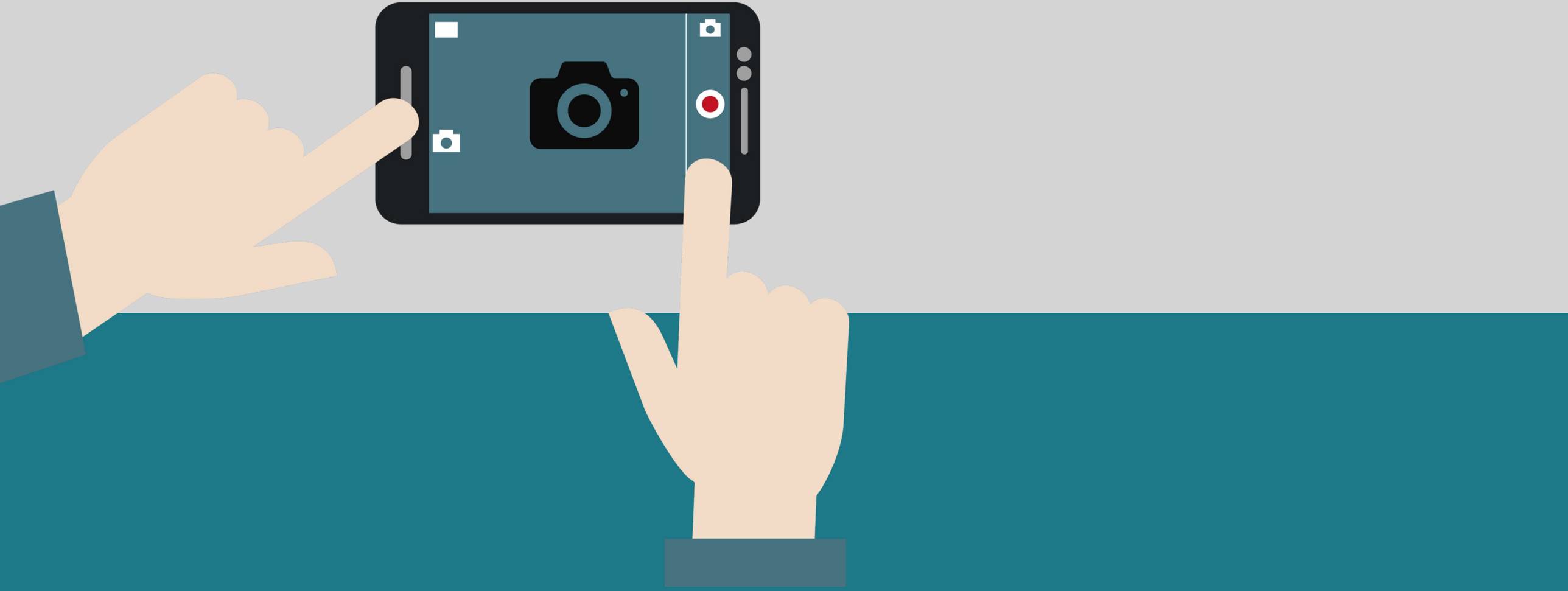
09 Sindicato Republicano

14 A importância do vocabulário inclusivo

18 Diretoria daMulher, da juventude e do Movimento Negro

21 O Sindicato participando de sua cidade

O DIRIGENTE SINDICAL SELFIE E A NÃO PROFISSIONALIZAÇÃO



Onde o dirigente vai, e para o que está fazendo, sempre há alguém batendo fotos. A princípio pode não haver nada demais. Afinal, atividades não só podem, como devem ser registradas, sejam elas da presidência ou dos diretores. É o diário dos encontros, reuniões e atividades – uma amostragem do trabalho político desenvolvido ao longo da gestão.

Embora seja razoável, na maior parte das vezes esse registro de fotos é tão somente um sinal da comunicação selfie do Sindicato.

Selfie é um termo usado hoje em dia para as fotos de si mesmos, tão viáveis e feitas aos milhões diariamente na internet, usando, especialmente, câmaras de celulares e tablets. No plural, chamam “selfies”. Eles apontam a câmara para seus próprios rostos, procuram os melhores ângulos e registram poses perfeitas com caras e bocas teatralizadas. São modelos de si mesmos, mostrando atitude, personalidade, caráter e força que, em última instância, querem deixar uma marca própria para quem os vê. E, sendo possível, usarem essas fotos como principal instrumento de construção de sua reputação nas redes sociais.

É a reputação o ponto de interesse. Esses jovens e não jovens, os selfies fazem de tudo por suas reputações. O parecer ser isso ou aquilo, “causar” pela imagem, é o mais extraordinariamente importante de suas vidas. Já são “marqueteiros” desde cedo. Trabalham para serem aceitos e, se possível, admirados. Já vê com o chip da visibilidade.

Muitos dirigentes sindicais já descobriram o chip da visibilidade no transcurso de seus cargos. Passam a dar um valor aos rituais formais, quando um dos fatores a elegê-los foi justamente ser mais um igual a todos seus amigos e companheiros, com talentos para a liderança, e não diferente e especial.

O grande perigo para a comunicação do Sindicato é a confusão entre o dirigente e a entidade. Quanto mais selfie ele for, mais a entidade passará a ser a sombra de sua personalidade. Até o ponto de parecer impossível sua existência sem a presença desse líder.

O dirigente selfie não fala, mas espera sempre ter sua foto nas capas das publicações. Espera algo a seu respeito diariamente nas redes sociais do Sindicato e no site. Quer sua versão dos fatos publicada. Em algumas situações, até mesmo quando sua opinião pouco acrescenta, visto sua especialidade ser a liderança sindical e não necessariamente economista, sociólogo ou jornalista.

Quando esse dirigente selfie passa a atuar sobre a equipe de comunicação – seja de forma indireta e sutil, ou mesmo direta –, fazendo essas solicitações, conferindo importância a todos os seus atos e participações, induz a uma direção de não profissionalização da comunicação.

O jornalista do Sindicato passa a trabalhar para atender o dirigente e não o Sindicato. O jornalista passa a trabalhar para selecionar conteúdos publicáveis capazes de legitimar a posição do dirigente e suas observações. Passa a dar destaque maior para o fato menor e destaque menor para o fato maior.

Esse processo leva a uma lenta e gradual distorção da realidade. A comunicação passa a se misturar com os enganosos valores da auto-propaganda. Deixa de ser perceptível onde começa uma e onde termina a outra. A realidade é a do mundo ou é a publicada nos meios de comunicação do Sindicato?

Quando isso ocorre, o pior estrago possível está feito: a desconstrução da credibilidade e um fosso entre os interesses dos dirigentes e os de sua base.

POR QUE PREFERIR UM PORTAL E NÃO SOMENTE UM SITE

Um site era a forma de estar na internet até alguns anos atrás. Para estar vivo na web, e ser achado, era preciso ter um site. E sem pensar em mais nada, era somente com isso em mente que se encomendava o serviço para uma empresa de internet ou a um web designer.

Fazia sentido então organizar logotipo, área para QUEM SOMOS, área para DIRETORIA, FALE CONOSCO e todas aquelas informações que são de IDENTIFICAÇÃO da entidade, incluindo um “espacinho para as últimas notícias”. Estando tudo isso organizado, estaria ótimo. E claro, um “espacinho” para as últimas notícias.

Feito isso e estaria tudo certo. E é ainda assim a condição da maior parte dos sites de sindicatos pelo Brasil afora.

Comparando com os endereços de maior audiência virtual, vemos que justamente estas são as informações com menor evidência em meios de comunicação como UOL, IG, TERRA, MSN, YAHOO e outros.

A diferença é: o site do Sindicato é de apresentação do Sindicato. Estes outros sites são meios de comunicação. Parte daí, então, uma visão equivocada de um site de entidade, que o trata como um cartão de visitas. O site deve ser construído também como meio de comunicação. Pois se for apenas de identificação do Sindicato, uma visita somente basta e estaremos a par de tudo.

Adianta muito pouco também uma área de notícias com os dois ou três últimos acontecimentos. É pouco para um mundo muito mais plural. Se a função do site do Sindicato não é concorrer com a imprensa, ele precisa ao menos ser espaço de reflexão, formação e organização de informações de interesse da categoria.

O site pode ser uma janela de qualificação e formação de cidadania. Uma maneira de pensar melhor as notícias rápidas que passam na TV e saem no jornal. O que elas significam para a vida das pessoas e as atividade do setor? Aprofundar isso é produzir conhecimento.

Por outro lado, são milhares de notícias publicadas diariamente. É inviável para qualquer ser humano acompanhar. Pesquisar, fazer varredura, separar e republicar aquelas que dizem respeito ao setor econômico do Sindicato – sejam oriundas do Brasil ou internacionais – é uma inestimável prestação de serviços. É um clipping especializado.

Um site é, portanto, uma forma modesta de estar na web, com compromissos limitados. De estar identificado e com relatos sobre informações básicas que dizem respeito à entidade e aos sindicalizados.

Um portal, diferentemente, traz à tona outra ambição: produzir informação e formar as pessoas, pensar o seu mundo e viver o seu tempo. Por isso, oferece mais material em simultâneo, contempla com informações objetivas e colunismo, disponibiliza conteúdo multimídia, reproduz o que a pequena ou grande imprensa fala e que pode ser de seu interesse. Passa a ser para seu leitor uma fonte confiável e que traz o conteúdo mínimo necessário para o leitor saber o que ocorre por aí.

Há esferas variadas para um portal sindical contemplar, sem esquecer os tópicos básicos, como os interesses de seus sindicalizados, os movimentos nas empresas da base, a economia da atividade do setor. Porém, deve conter ainda mais: o que ocorre em sua cidade, questões de cidadania, questões legislativas, a situação dessa cadeia econômica em outros países do mundo, o mercado de trabalho, o emprego em âmbito internacional, lançamento de livros e filmes de interesse, entrevistas com personalidades, memória/arquivo, matérias com trabalhadores, o meio ambiente do segmento, a sustentabilidade, inovação e tecnologia na área, estilo de vida, comportamento, questões de família etc, enfim, compor uma pauta exaustiva.

O portal de um sindicato deve espelhar as aspirações de trabalho, vida e felicidade das pessoas. No final das contas, o índice de felicidade conta muito. E quanto mais conteúdo disponível sob o prisma e critério do sindicato, maior será o laço ligando a entidade com sua base, seus aliados e seus admiradores.

Um portal deve ser feito com ambição e responsabilidade. Por isso, em nenhum momento deve ser entregue para o filho do vizinho ou o sobrinho, que mexem com computadores. Isso é o começo do fim. Ou sentença de inexpressividade. Isso é uma sentença de inexpressividade.

SINDICATO REPUBLICANO

A democracia brasileira é ainda recente. Apenas começam a amadurecer as primeiras gerações nascidas no pós-ditadura. Para alguns mais à direita, o país só não avança mais porque falta ordem e não tem a melhor elite no Poder. Para alguns mais à esquerda, o país não avança mais porque o capital manda mais do que devia e deveria ser o Estado o responsável a subordinar o resto.

No Senado, na Câmara dos Deputados e nas Assembleias há representantes de grupos específicos no “a granel”: representantes dos produtores rurais, dos policiais, dos militares, dos aposentados, dos metalúrgicos, das aristocracias nordestinas, dos pecuaristas, dos professores, das empreiteiras e assim por diante.

É como se cada grupo de interesse mobilizasse seus esforços – materiais e financeiros – e elegesse alguém de seu círculo profissional para estar lá, no legislativo, para defender seu ponto de vista. Isso significa defender que não seja prejudicado nas leis e nas decisões políticas e, ao mesmo tempo, se possível, que assegure direitos e vantagens aos seus representados.

O superdimensionamento desse tipo de representatividade – também puxada pela profissionalização da política, afinal todo eleito precisa de sua base eleitoral – faz parecer um legislativo cheio de antagonismos e de disputas de benefícios. Não existe economia, poder e dinheiro no Brasil para atender a todos. E, dependendo das circunstâncias, está cravada a máxima: quem gritar leva mais.

São diversas associações de produtores, sindicatos de alimentação, municípios de turismo unidos e outros múltiplos grupos de interesse sendo eleitos para atender prioritariamente suas bases. O problema é o prioritário virar a única ação política. E em função do orçamento público ser limitado, essa disputa tem levado ao antagonismo: quem consegue acessar melhor as mudanças de lei para si, emendas parlamentares para si e liberação de recursos financeiros para si. Quando falamos "para si", significa sua base, sua categoria.

Cada vez mais o modelo de eleição e governança pública no Brasil depende de maioria nas casas legislativas. E essa maioria é alcançada a qualquer preço, especialmente atendendo essas bases e seus interesses bastante específicos. Quer garantir hereditariedade aos donos dos cartórios? Garanta apoio de partidos e milhares de votos dessa categoria em todo o país. A mesma coisa: quer garantir a hereditariedade da carta/concessão para táxis, de geração em geração, como nas antigas capitanias hereditárias? Garanta apoio e centenas de milhares de votos.

Porém, há um grande Brasil olhando isso tudo pelas TVs, lendo nos jornais, ouvindo nas rádios e que foi capaz de ficar apático por muitos anos imaginando que as coisas são assim mesmo. "Quem ganha dinheiro na política são os políticos" é o pensamento imediato. Mas, ao mesmo tempo, diversas categorias passaram a ser topicamente atendidas. Grandes produtores rurais têm financiamento farto via bancos oficiais. Grandes empresas interessadas em internacionalização também.

Como também redução de impostos para favorecer as montadoras de carros a vender mais. As montadoras não falam de seus lucros – dizem que precisam da ação do governo para garantir empregos.

São diversas decisões, desde a redemocratização até os dias de hoje, nas quais milhões de famílias não se sentiram incluídas. Pior: sentiram sua qualidade de vida piorar, melhoras do transporte público andar a passos de tartaruga, prefeituras mal se importando em fazer zeladoria urbana etc, etc.

Se antes o Brasil era pobre, ok. Não dava para pedir e cobrar muita coisa. Porém, o país fortaleceu sua economia, é um dos maiores mercados de consumo do mundo e, mesmo assim, milhões de pessoas sentem-se excluídas do processo de atendimento governamental e convivem com stress bárbaro e infernal para manterem um mínimo dentro de casa, afligindo-se com o futuro de seus filhos.

Esse processo todo – ainda em curso por causa da jovem democracia brasileira – vem pedindo um tratamento mais republicano em tudo. Seja para o Estado, para os políticos, para os governantes... Apenas expectativas em relação à eles? Não. A população tem demonstrado – especialmente pelas manifestações de junho de 2013 – a vontade de também reduzir o poder de determinadas organizações, que interferem nas políticas públicas para suas conveniências.

Não é possível que, em nome do progresso a qualquer custo, os pecuaristas tenham benefícios para criar gado na Amazônia e outros lugares sem a mesma regulação ambiental dos brasileiros comuns. Vai cortar hoje uma árvore no quintal de sua casa? Caso o vizinho denuncie dá cadeia. São dois pesos e duas medidas. Uma mais favorável aos organizados e articulados e outra para o cidadão individualmente.

Não é possível que fundos de pensão de servidores públicos – seja Petrobrás ou Banco do Brasil –, quando realizam maus investimentos com critérios questionáveis e percam muito dinheiro, venham ser socorridos com aportes do Tesouro Nacional, ou seja, com o dinheiro de todos. Alguém perguntou a todos nós quando foram fazer os investimentos? E por que chamam a sociedade para pagar esse prejuízo? Quando uma pequena empresa fecha, um cidadão fica inadimplente e seu nome vai parar no Serasa – não há governo para socorrer.

Já experimentou ter um imóvel desapropriado? Seu futuro recebimento do Estado vira um precatório e entra em uma fila longuíssima. Há precatórios a serem pagos no país há mais de 70 anos. O tempo médio é de 15 anos. O não pagamento, segundo a Constituição, deveria levar à intervenção do Estado e destituição do governador. Está na lei. É cumprida? Não. E por que uma mãe que rouba maçã para o filho com fome é presa? Quem lesou mais? Dois pesos e duas medidas.

Essa narrativa é feita para ilustrar o sentimento de indignação pelo qual atravessa a população brasileira. Antes, a indignação ocorria de maneira diferente, pelo fato de que os poucos editores de jornais, TVs e rádios do país podiam escolher como moderadores suas matérias principais e títulos. Isso formava a opinião das pessoas e do país. (?). A tal ponto de os governos atuarem sempre pressionando esses veículos de comunicação para não deixá-los mostrar demais realidades pouco confortáveis para sua administração.

Hoje isso é impossível. São milhões de editores no país via sites, blogs e redes sociais na internet. Nem grandes empresas, nem jornalistas, nem políticos e nem governos controlam isso. Se fosse controlável, não haveria Primavera Árabe e nem cobertura paralela nas eleições do Irã. Nesse sentido, por ora, o único país mais bem sucedido – no mau sentido – é a China.

Lá há milhares de programadores e engenheiros dedicados às atividades de barrar acessos para web e satélites. É um sistema intenso e pouco transponível. São mais de 100.000 pessoas trabalhando para o governo para conter os efeitos de informação da internet.

A Lei de Acesso à Informação consolidou uma situação histórica no país: tudo que é público....deve ser público. Deve ser publicado online na internet. Apenas nesse ambiente as informações podem estar sob vigilância, não só dos profissionais, jornalistas e advogados, mas também dos amadores, de todos os brasileiros interessados em fuçar as informações das contas públicas.

Cada vez mais a gestão de informação dos recursos públicos está aberta à população. Isso implica em um processo de auto-educação. O governante deseja reeleição e o mesmo para seu partido. Assim, cada vez mais tenta ater-se ao previsto na lei. Caso não cumpra, precisará esconder e escamotear e, quando descoberto, se descoberto (sempre há um bom hacker), poderá ser um golpe fatal para sua carreira. O Presidente Nixon renunciou graças a um vazamento de informação em uma época sem internet. Hoje, nos âmbitos municipais, estaduais e federal, ocorrem centenas de vazamentos diários. É quase um reality show.

O que isso significa para os sindicatos?

Na Europa, hackers invadiram os sites de alguns sindicatos. A indignação ocorria pelo fato de, mesmo diante de uma grave crise financeira atingindo a todos, aquelas categorias não arredavam pé de colaborar com medidas duras no âmbito da previdência. Deveriam ceder ou não? Essa não é a questão aqui.

O fato é flagrar uma irreversível "Lei da Gravidade Republicana". Há uma marcha acelerada na direção de maior transparência em todo o poder público e nas decisões públicas. Há um clamor pedindo que a democratização dos avanços da economia sejam realmente para todos e não apenas para categorias organizadas, sejam elas quais forem.

Significa parar de ir atrás de seus direitos? De forma alguma. Pode significar, isso sim, aproveitar seu poder de organização para engajar-se na pressão por um país mais republicano. Onde e quando liberdade de expressão venha a valer não só para alguns. Onde defensoria pública possa, de fato, atender aos desfavorecidos. Onde a justiça julgue não só os processos que chegam no topo da pirâmide do STJ e STF, acessados por escritórios jurídicos caros. Dos quais os próprios sindicatos também usufruem.

Estamos ainda em um país muito injusto. E a população percebe que para muitos grupos organizados as maiores lutas deixaram de existir – têm salários melhores, têm respaldo político, têm canais de negociação e todo mundo vota. Para boa parte da população há muito ainda a ser feito pelo país – precisa ser modernizado, precisam ser desmanteladas todas as formas de privilégio, coronelismos e de acessos ao poder, como vantagem de amigo para amigo.

Esse desequilíbrio é pouco republicano. E a sociedade imagina ser também dever dos sindicatos – especialmente dos trabalhadores – prosseguir participando desse processo de transformação do país. Não é porque a ditadura acabou, ou partidos simpáticos à sua ideologia foram eleitos, que está tudo feito. Ainda há muito a fazer. Para isso os sindicatos precisam sair de sua zona de conforto. A partir daí, haverá muito a ser feito por sua comunicação.

A IMPORTÂNCIA DO VOCABULÁRIO INCLUSIVO

Escolher alguns bordões para, através deles, ter o efeito repetitivo de suas principais ideias e motes sempre fez parte da comunicação no humor e da comunicação na política. Diversos candidatos ao cargo de presidente no mundo, no Brasil e nos sindicatos escolhem suas palavras de ordem e fazem delas os destaques em todos seus materiais publicitários.

No marketing, essa técnica é conhecida como “minimalismo da persuasão”. Os argumentos e a exposição dos motivos são “encurtados”. A forma torna-se elíptica e é capaz de ser reduzida a um conjunto de frases. Elas fazem o apontamento dos benefícios principais – as chamadas promessas. Colocadas ao lado de alguma ilustração ganham efeito imagético.

Um produto, um serviço, uma gestão ou um candidato levanta, em síntese, a bandeira de suas promessas. Elas podem ser somente ideias e motes. Podem, inclusive, ser a contraposição de ideias e promessas ultrapassadas. Quase sempre o novo é vendido como uma recente e “não pensada” solução para um remédio antigo, já incapaz de fazer efeito.

Mas por que o novo seria, de fato, solução? Porque embute, em suas expectativas, um outro olhar para os mesmos problemas anteriores. Enxerga e propõe de um ponto de vista diferente. O chamado novo aparece com mais benefícios, mais vantagens, incluindo uma ação mais abrangente e, se possível, sem efeitos colaterais. Ou seja, é uma forma de chegar a mais resultados, com menos danos e com mais pessoas.

É o que se espera de um remédio novo: que combata aquele mal com rapidez e, se possível, de forma mais ampla. Que não seja só para “dor de cabeça”, mas também para “febre” ou outras dores e, preferencialmente, sem incômodos. Os investimentos da indústria farmacêutica – que trabalha literalmente com remédios – é nessa direção: produtos cada vez mais eficazes, mais abrangentes, mais rápidos e que deixam menos sequelas.

Da mesma forma, a comunicação da gestão do Sindicato e de seus líderes ganha a eleição fazendo promessas de remédios melhores para a situação da categoria.

De alguma forma, deve parecer ser um remédio novo e mais eficaz, em contraposição ao remédio velho. O discurso de ação política deve parecer mais moderno, deixando o anterior com a imagem de ultrapassado e inapropriado para seu tempo.

Para fazer essa mudança e ganhar a aparência de novo, precisa respeitar as mesmas regras acima apontadas, em metáfora, para os remédios: incluir novas ações para cuidar de problemas antigos ou ainda existentes. É, enfim, a necessidade de uma nova abordagem, que consequentemente pode trazer novos resultados.

O “início do começo” dessa transformação pede especialmente uma atitude nova com o vocabulário. As palavras são o primeiro “veículo” de nossa comunicação. Motor novo com carcaça velha não parece carro novo. As palavras são o meio acolhedor de nossa expressão. Precisamos mudar as palavras para podermos alcançar uma nova comunicação e um novo resultado.

Até 30 anos atrás, as palavras de ordem eram: “anistia e liberdades democráticas”. Depois passaram a ser: “diretas já”. E nas campanhas da democracia recente passaram a ser: “saúde e educação”, “moradia popular”, entre outras.

Eleger bordões foi muito útil em determinado tempo, quando a comunicação e as informações tinham dificuldades enormes para chegar até às pessoas. A televisão era o único veículo de massa. Revistas e jornais sempre venderam pouco para a dimensão demográfica do Brasil. Era muito difícil contrapor questões, inexistiam meios.

Hoje é totalmente diferente. A internet é, de fato, um veículo de comunicação de massa e livre. As pessoas têm, pela primeira vez e com seu livre arbítrio, a chance de procurar informações onde bem entenderem. E irem atrás de contraposições por livre escolha. Não precisam ser empurradas para isso.

Nesse contexto, as palavras de ordem ganharam outro teor. As expressões multiplicadoras são aquelas capazes de sintetizar o estilo de vida das pessoas em seu tempo. Pode ser “selfie”, “tá ligado”, “sustentabilidade”, “ecoeficiência” ou “políticas públicas”.

O que importa, de fato, é construir o chamado “VOCABULÁRIO INCLUSIVO”. É, na prática, uma forma de exercer a expressão sem excluir os diferentes, as contraposições, quem não está na mesma posição, no mesmo momento, e permitir, assim, um trabalho de liderança para o século XXI.

Uma época em que os problemas não são somente meus, mas de todos nós. Os problemas de outros grupos sociais desfavorecidos são, também, problemas meus. Os problemas do meu setor podem ser problemas importantes para a sociedade como um todo e relevantes para outros setores também.

O “vocabulário Inclusivo” é aquele que não afasta. É aquele que mantém as pessoas juntas. É aquele que não dita regras e não impõe versões, deixando sempre espaço para o contraditório e outros pontos de vista.

O uso do vocabulário inclusivo é a porta aberta para a construção de novos relacionamentos e um novo discurso. É permitir a existência de um rio de interesses correndo permanentemente na direção do mar da sociedade. É exercer a comunicação sem estar sempre distanciando o “eu” e o “nós” dos outros. Pois os outros também fazem parte da sociedade, também são brasileiros, também são construtores da realidade.

Quem somos nós se não qualificarmos o “nós”? Quem são os companheiros se não qualificarmos os “companheiros”? Como dito em outro capítulo, estamos em uma época na qual há repúdio ao coletivismo cego, ao movimento de massas atropelador das individualidades. Portanto, um código coletivista dominando a comunicação é um convite a não leitura do outro, de quem pede o contraditório, de quem relativiza pontos de vista.

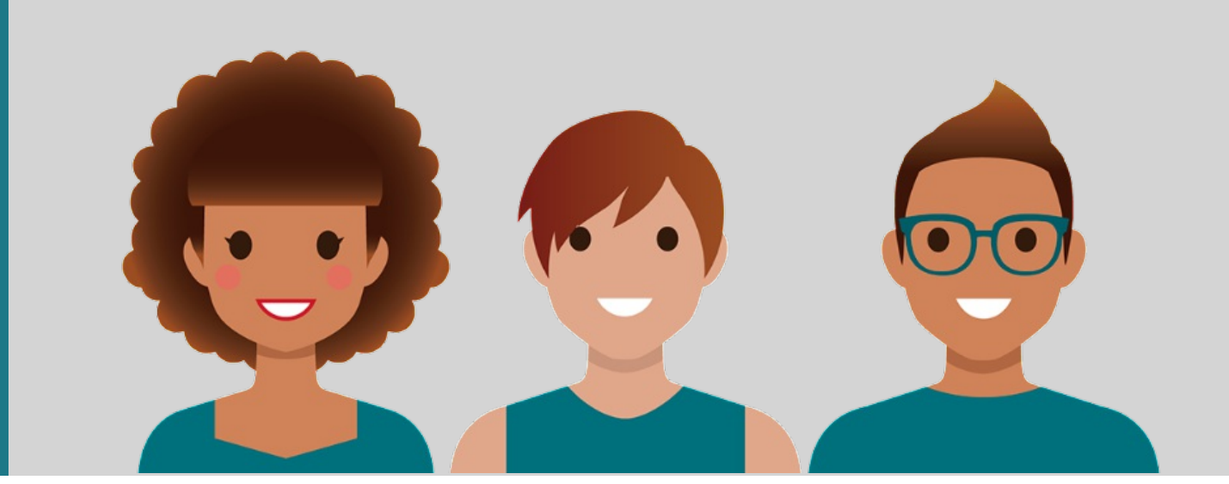
A sociedade civil brasileira está ávida por transformações. Esta ávida por modernizar o Brasil e poder ter um desenvolvimento mais (?). Por isso, está também ávida por identificar parceiros para essa jornada, interessados em proveitos e resultados para todos, não só para si.

O terceiro setor e as organizações não governamentais capitalizaram o discurso inclusivo para si. Foi uma modernidade contemporânea na comunicação com os outros. São pessoas livres – e assim se apresentam –, organizadas para um determinado fim, sem estarem presas e reféns de algum tipo de premissa para proveito individual ou de um grupo apenas. São agentes livres, sem amarras com o pré-estabelecido. Por isso o nome: “não governamentais”.

Essas entidades praticam o discurso no qual palavras como “contribuição” e “proposição” são empregadas a todo instante. São proeminentes defensores de soluções sustentáveis, ou seja, apenas aquelas capazes de trazer benefícios a todos e não prejudicarem um grupo em particular de maneira injusta. E que possam ser duradouras, cujas vantagens existam sem estourar orçamentos ou colocar o ônus de maneira desequilibrada em terceiros.

O vocabulário inclusivo é acolhedor.

DIRETORIA DAMULHER, DA JUVENTUDE E DO MOVIMENTO NEGRO



Os desafios de comunicação existem quando são constatadas ausências de sintonia com partes da sociedade. Ou seja, não se chega a elas, nem se consegue representá-las. Um exemplo: foi por essa razão que diversos sindicatos e centrais sindicais criaram secretarias da Mulher e do Negro.

A ideia na época era dar status de prioridade e atenção maior a esses segmentos, carentes de melhor atenção que não se viam inseridos no Sindicato. Pode parecer estranha a necessidade de criar um cargo para tanto. Mas havia, aí, uma certa simbologia. Ocorreu até mesmo no Governo Federal, com criação da Secretaria da Mulher e da Secretaria da Igualdade Racial.

Se, de fato, isso acrescentou ou resultou em algo a mais, ainda está por ser mensurado. Porém, é inegável terem conferido um espaço político maior para esses temas e aumentado seu público.

Com a mesma correlação de raciocínio e status de prioridade, pode-se dizer que chegou a hora do ambiente sindical eleger a questão da juventude. Poderiam ser criadas as Secretarias da Juventude.

O fato notório é a resistência do jovem em criar afinidades com os sindicatos. Ou ele já nasce dentro da causa, ou tem uma vida paralela e distante da organização sindical.

O jovem do século XXI, do mundo “millenium”, é de vocação individualista, não no sentido “de olhar o próprio umbigo” apenas, mas percebe as organizações estruturadas de forma e caráter estanques. Ou seja, não se sente atraído por ela nem individualmente, nem como uma entidade que represente seu grupo e a sociedade/cidadãos. Para eles, a obrigação de vínculo só ocorre exclusivamente quando é obrigatório e inevitável. E, mesmo assim, serão relações sempre incômodas. Havendo opção de não adesão, ele prefere ficar à parte e mesmo livre do Sindicato.

Não quer dizer ficar longe e desligado da estrutura 100%. Esse jovem prefere aderir ponto a ponto, tópico a tópico, sem criar muitos laços, envolvimento ou compromisso.

Aliás, esse jovem tem legítima aversão em aderir suas opiniões com a de grupos com os quais não se identifica. Ainda mais de faixas etárias diferentes. Isso arrasa com sua vontade contrária, de não desaparecer no meio do coletivo e das “massas”. (?)

O pessoal do mundo “millenium” sabe tudo: o resto das pessoas está sempre, e no mínimo, um segundo atrasado comparativamente. Por isso, são aborrecidas, sem novidades e fazem mais do mesmo continuamente.

Para existir qualquer chance de proximidade com os jovens, é preciso abrir um canal de relacionamento. O Sindicato precisa mostrar ser capaz de gerar atratividades, ser “descolado” e jovial em suas proposições. Do contrário, será um enfado para esse jovem, como se soubesse menos em relação a outros, ou tivesse que estabelecer vínculos de subordinação com a fonte de conhecimento informação e relacionamento. Isso é impensável.

O início pode ser uma simbologia. Porém, com o tempo, pode-se evoluir e ser mais. É preciso lembrar que muitos sindicatos possuem importantes espaços físicos, que podem ser muito úteis para encontros de grupos e comunidades, “tribos” e subcomunidades de interesses, presentes em sua base.

Até as câmaras municipais e a Câmara dos Deputados, por exemplo, cedem suas instalações para eventos como “Hackaton” e “Virada Hacker”. É uma forma atual de atrair esses jovens para as sedes e espaços dos sindicatos.

Ter uma política para a juventude é um caminho. Não é a solução. Porém, significa, pelo menos, assumir essa questão como um dos desafios atuais. E colocar, de vez, esse assunto na pauta da Diretoria do Sindicato.

O SINDICATO PARTICIPANDO DE SUA CIDADE

A qualidade de vida nas cidades tomou a primeira posição (?) no que mais incomoda as pessoas no seu dia a dia. As cidades cresceram de forma desordenada, as melhorias parecem muito difíceis e a economia puxa tudo para um desenvolvimento insustentável.

O ar da cidade é ruim, o barulho dos veículos e dos ônibus é aberrante, o deslocamento é demorado e irritante, obras públicas estão atrasadas em todos os lugares, enfim, um clima no qual as pessoas acumulam indignação e se sentem sozinhas. Individualmente, pensam que a única solução é ganhar dinheiro, viver em condomínios fechados e andar por aí apenas de helicóptero. Pois o contexto é cada vez mais selvagem. Só o dinheiro resolve, imaginam.

Quando o Sindicato se importa que a passagem do trabalhador esteja paga, isso é bom. Porém, quando não se manifesta sobre o stress causado pela dificuldade de mobilidade do trabalhador, isso não é tão bom. Pois parece que só o dinheiro resolve.

Diante de um poder público incapaz de resolver diversos problemas e insuficiências sociais em simultâneo, apenas a sociedade civil pode oferecer alternativas.

O primeiro passo é restaurar o diálogo dos interessados em avançar, para destacar prioridades e fazer a cabeça dos decisores. Desarmar os espíritos é um bom início, pois boas ideias podem surgir. É preciso um grande esforço para que os interesses individuais não se tornem uma Torre de Babel: cada um fala de seu direito e fica surdo para o direito do outro e o direito de todos.

Por outro lado, sabemos que o Poder Executivo no Brasil funciona melhor para quem grita mais. Age com pouco planejamento e muita vontade de atender demandas de varejo. Vai atendendo caso a caso.

Diante disso, mais uma vez essa situação deve ser encarada como uma oportunidade para o Sindicato ser participativo, na condição de organização social. Pode ser o catalisador das insatisfações, não só com as questões salariais, mas também temas envolvendo as condições sociais e a qualidade de vida.

Instalado dentro de uma determinada região, ou cidade, o Sindicato tem toda sua base vivendo nas condições desse local. Junto com os outros cidadãos do mesmo espaço urbano, pode, assim, ser liderança de seu pessoal dos mesmos que vivem no mesmo contexto (?).

Creches com vagas de número adequado, escolas públicas mais fortes, postos de saúde em funcionamento, hospitais com menos fila de atendimento....Se a OAB, conselhos médicos e organizações não-governamentais diversas estão presentes nessas lutas, por que não os Sindicatos? Não seria uma forma de reivindicar e atuar pelos serviços públicos de interesse de sua base e seus concidadãos?

A possibilidade das cidades terem seus Conselhos Participativos é grande. Em São Paulo, eles começaram a ser estruturados a partir de janeiro de 2013.

É um espaço para as pessoas serem ouvidas, expressarem suas opiniões sobre o orçamento público. Mas esses espaços só surgem porque foram solicitados, foram sugeridos e pressionados para existirem. Esse é um papel de organizações sociais e também de Sindicatos: serem representantes de seus representados junto à diversas instâncias do poder público.

Estando os Sindicatos inseridos na luta para as cidades tratarem melhor suas pessoas, serão também os Sindicatos importantes para todos. A força sindical decorre não apenas do número de sindicalizados: ou seja, de sua massa representada. Decorre muito mais da força de suas causas e do alcance de sua atuação.

Quanto menor o alcance de sua atuação, maior o isolamento. Quanto maior seu envolvimento com sua cidade, mais solidariedade recíproca obterá. Crescerá, assim, a força de sua reputação e será ela que determinará seu poder político de fato.

QUER IR ALÉM DO SINDICALÊS?

NOSSA EQUIPE VAI TE AJUDAR!

Entre em contato conosco e veja como podemos
dar um UP na comunicação de sua entidade!

Pandora 25 ANOS
Soluções

Rua Major Sertório, 463 - Vila Buarque
(11) 3081-3644 | (11) 2500-3644

WWW.PANDORA.COM.BR