

Campanha Nacional vai focar no engajamento e na importância da luta por direitos

Com linguagem jovial, diálogo com bancárias, bancários e sociedade será leve, inspirado em jogos e reforçará necessidade de conscientização da categoria



Bora
Ganhar
Esse
Jogo

www.contrafcut.com.br
#FECHACOMAGENTE

Os conceitos, temas, conteúdo, artes gráficas e identidade visual da Campanha Nacional dos Bancários de 2022 foram apresentados e aprovados neste domingo (12), na 24ª Conferência Nacional d@s Trabalhador@s do Ramo Financeiro, que acontece em formato híbrido, com a parte presencial reunida no Holiday Inn Parque Anhembi, em São Paulo.

A apresentação foi feita pela secretária de Comunicação da Confederação Nacional dos Trabalhadores do Ramo Financeiro (Contraf-CUT), Elaine Cutis, em mesa coordenada pelo secretário de Imprensa e Comunicação do Sindicato dos Bancários do Espírito Santo, Carlos Pereira de Araújo, o Carlão, que teve também a participação da presidenta da Federação das Trabalhadoras e dos Trabalhadores no Ramo Financeiro do Estado do Rio de Janeiro (Federa/RJ), Adriana Nalesso, do presidente Sindicato dos Trabalhadores do Ramos Financeiro do Amapá, Samuel Bastos Macedo, e do presidente do Sindicato dos Bancários do Piauí, Odaly Bezerra Medeiros.

Fruto de amplo debate

O material de comunicação foi previamente idealizado por um conjunto de mais de 50 profissionais de comunicação e dirigentes sindicais de todo o Brasil, em vários encontros coordenados pela Secretaria de Comunicação da Contraf-CUT e pelo Coletivo de Comunicação dos Bancários, que inclui sindicatos, federações da

categoria, em diversas reuniões nos últimos dois meses, com parte dos participantes presencialmente e parte por acesso remoto.

Jovens na luta

Como ressaltou Elaine, “a categoria bancária tem hoje grande quantidade de jovens, então o consenso foi por trazer uma proposta com pegada leve, jovial, que jogasse a bola para cima”. O conceito da campanha foi desenvolvido a partir da ideia de um game, que, para ser vencido exige o engajamento e a luta da bancária e do bancário, com o slogan #BoraGanharEsseJogo. Exatamente por esse perfil jovem, um dos objetivos é também demonstrar o valor das conquistas da categoria, pois muitas vezes elas são vistas como um presente dos banqueiros sem o risco de serem perdidas. “Contra essa ideia, a campanha busca criar o sentimento de pertencimento à luta, pois os mais jovens, que não acompanharam as lutas anteriores da categoria, talvez não entendam que os benefícios que temos são fruto de muita luta”, completou.

Cenário difícil

Outra questão fundamental é o momento do país. “Todos os nossos benefícios estão ameaçados por esse governo alinhado ao capital, com uma política de retirada de direitos, um governo misógino, homofóbico e racista, que reproduz toda sorte de preconceito, um governo fascista e nada comprometido com a classe trabalhadora”, afirmou a secretária. “E tudo isso afeta diretamente a vida do bancário e do trabalhador”.

Esse contexto traz dificuldades adicionais à campanha. “Este é o ano das nossas vidas, pois precisamos não apenas construir uma campanha forte e de engajamento da sociedade, mas também nos dedicar à eleição de Lula, pois sem um governo comprometido com a democracia não vamos conseguir manter os atuais benefícios nem conquistar novos”, afirmou Elaine.

Referência de mobilização

União, resistência, luta e resiliência. Para a dirigente, foram essas características históricas que colocaram o movimento bancário na vanguarda do movimento sindical. “Bancárias e bancários têm forte tradição de luta por seus direitos, e por isso são referência a muitas categorias em sua organização. Então temos a responsabilidade de lutar para ganhar todas as fases desse jogo, com os banqueiros e com a eleição do companheiro Lula. De nada adianta conseguir uma boa negociação que mantenha agora nossos direitos e benefícios, se em outubro não forem eleitos um governo e parlamentares comprometidos com a classe trabalhadora”, completou.

Fonte: Contraf/CUT