

Estratégia de Comunicação “Defesa e valorização dos trabalhadores públicos e privados e dos serviços públicos” - Campanha “Eu sou o SUS”

Contextualização:

A confirmação do primeiro caso de contaminação pelo novo coronavírus (Covid-19) no Brasil de forma não autóctone, datada de 26 de fevereiro, colocou o país no circuito da pandemia mundial, que naquele momento assolava mais intensamente nações da Ásia e Europa e ainda não havia aportado na América Latina. A partir deste novo e gravíssimo fato acrescentou-se um forte componente de crise sanitária a uma realidade social fragilizada por outras duas também gravíssimas crises: a política e a econômica.

A pandemia se apresenta como uma nova condicionante na dinâmica do sistema capitalista mundial e conseqüentemente traz novos desdobramentos aos conflitos e antagonismos inerentes na disputa entre capital x trabalho. Isto leva a classe trabalhadora à reflexão visando estabelecer medidas capazes de apresentar respostas que preservem os interesses dos trabalhadores e levem à superação deste sistema. No caso brasileiro, uma duríssima realidade tomou forma potencializada pelos retrocessos estabelecidos desde o golpe de 2016 e que foram ampliados com a chegada ao poder, em 2019, do projeto ultraliberal e conservador de Bolsonaro.

Estas mudanças conjunturais são acompanhadas pela CNTSS/CUT – Confederação Nacional dos Trabalhadores em Seguridade Social e a faz incorporar estratégias que garantam a valorização dos trabalhadores, as defesas de seus direitos e renda e preservem as políticas consolidadas na Constituição Federal de 1988 no campo da Seguridade Social - Saúde, Previdência e Assistência Social, cujas categorias profissionais oriundas destas áreas nos setores público e privado, em sua grande maioria, fazem parte do conceito de trabalhadores essenciais neste período de pandemia.

A Confederação sempre pautou sua ação nas defesas intransigentes dos trabalhadores e seus direitos e das políticas da Seguridade Social como imprescindíveis para a garantia da proteção social ao mesmo tempo em que sempre denunciou a necessidade de mais investimentos para manutenção e expansão destas e demais políticas públicas. A partir de 2016 se consolida na

agenda do governo federal uma pauta focada na austeridade econômica, cujo ataque mais direto aponta contra as políticas sociais acarretando um processo agudo de desfinanciamento destes setores, haja vista a EC 95. Agora, com a pandemia, há um sentimento em setores da sociedade que é necessário rever medidas definidas pelo receituário carcomido do ultraliberalismo.

Nunca foi tão essencial como agora o SUS – Sistema Único de Saúde, o SUAS – Sistema Único de Assistência Social e o Sistema de Previdência Social. São constitutivos de políticas civilizatórias voltadas à manutenção da vida ao assegurar iniciativas de atendimento integral com viés emancipatório e humanizador. Deve-se aproveitar os questionamentos atuais sobre a política econômica para compartilhar com a sociedade as nossas reivindicações: defesa da Seguridade Social, do serviço público, dos servidores, do emprego formal e seus trabalhadores, por mais financiamento, a revogação da EC 95, entre outras, e, de forma mais imediata, a valorização dos trabalhadores essenciais que atuam no combate ao coronavírus.

Hoje é fato constatado em todos os países a percepção da importância dos trabalhadores da saúde no combate ao Covid-19, condição que tem levado a óbito um número alarmante destes profissionais por contaminação ao vírus. O novo coronavírus demonstrou a falta de sistemas nacionais de saúde que atendam a toda população. A pandemia permitiu um olhar crítico sobre o discurso mesquinho contra o Estado Democrático de Direito e pelo Estado Mínimo. No Brasil, há a compreensão que o SUS e seus profissionais são essenciais no combate ao coronavírus e que sem eles a situação seria pior. A saúde pública é indiscutivelmente o tema da vez na sociedade, nas redes sociais e na mídia.

Configuração da proposta:

Neste momento de valorização do serviço e do servidor da saúde pela população, a CNTSS/CUT propõe incorporar estratégias, em consonância com suas entidades filiadas, que intensifiquem e fortaleçam o diálogo direto com a sociedade, nosso público alvo prioritário nesta etapa do projeto, por meio das redes sociais, das redes de parceiros e dos movimentos sociais, das nossas ferramentas de comunicação com nossas bases e o conjunto da população, sem descartar as inserções nas mídias privadas e alternativas, visando amplificar e consolidar esta visão atual de reconhecimento do valor das estruturas e políticas públicas.

Os Sindicatos e Federações, que contribuíram e continuarão a contribuir com campanha e os seus desdobramentos, são fundamentais para levar a proposta do projeto e fomentar a participação junto aos dirigentes e trabalhadores de suas bases para que se sintam motivados a contribuir com a campanha. Este é o momento de trazer para o campo progressista a possibilidade de interferir na narrativa dos setores conservadores e da mídia privada de desconstrução das políticas públicas e do Estado de Direito. Iniciativas que furem este bloqueio midiático e dialoguem com a sociedade devem ser incorporadas pelos trabalhadores para apresentação de um contraponto a este discurso perverso.

São momentos como este que se materializa agora na forma de uma grave crise sanitária causada pela pandemia que colocam em xeque as estruturas do sistema capitalista. Os trabalhadores têm a tarefa de intensificar o diálogo direto com os demais segmentos da sociedade para apresentar suas propostas e as contradições que o capital não quer e não pode resolver porque está na sua gênese a expropriação da classe trabalhadora, cujo movimento atual se expressa de forma ainda mais criminosa ao definir quem tem chances de viver e quem será deixado para morrer.

Nossas entidades se desdobram para levar suas pautas nestes momentos em que também sofrem duros ataques, principalmente no campo financeiro, e, mesmo assim, têm conquistado vitórias valorosas. Tudo isto leva a que intensifiquemos nossa criatividade e determinação. A campanha “Eu sou o SUS” quer ser uma ferramenta de fácil execução que também contribua no estabelecimento de laços de solidariedade e compromisso em favor destes trabalhadores. Sua aplicabilidade e resultados serão possíveis com o envolvimento das entidades filiadas à Confederação. A conjuntura traz este desafio para as nossas estruturas de comunicação que atuarão como protagonistas na divulgação, acompanhamento e execução deste projeto.

Para tanto, é preciso fortalecer as iniciativas de rede entre a CNTSS/CUT e suas entidades para efetivação de fluxo de troca de informações e expertises que garanta maior sinergia e amplie os resultados esperados não só da campanha, mas de todas as ações de comunicação. Temos, assim, a nosso ver, duas ações imediatas que podem nos ajudar a avançar em nossa organização: 1- incentivar o diálogo permanente entre os nossos setores de comunicação; 2- estabelecer ações estratégicas de comunicação unificadas para além das que são realizadas no cotidiano de nossas lutas e referendadas pelas demandas locais e de categorias profissionais, como exemplo a própria Campanha “Eu sou o SUS”.

A primeira destas medidas apresentadas, que poderá ter início prontamente com a criação de um grupo de whatsapp, fortalecerá a concepção de rede para a distribuição de informações e de conteúdo produzido pelas assessorias de forma rápida. Apresentará de forma instantânea as lutas desencadeadas nos estados em defesa dos trabalhadores e da Seguridade Social. Este diálogo poderá se desdobrar em outras iniciativas, como ações de formação e discussão coletiva entre os setores da comunicação. Um projeto vislumbrado há tempos pela Secretaria de Comunicação da Confederação e que ainda não foi efetivado por questões financeiras de nossas estruturas sindicais.

A segunda medida, cujo princípio se baseia em observar a macro política defendida pela CNTSS/CUT e suas entidades focada na proteção e preservação dos princípios fundantes que compõem a Seguridade Social (Saúde, Assistência e Previdência), tem como eixo neste momento a “Defesa e valorização dos trabalhadores públicos e privados e dos serviços públicos”. Um contraponto permanente contra as políticas ultraliberais idealizadoras do Estado Mínimo e da desregulamentação do mercado formal de trabalho. Este mote/tema central será um amplo “guarda-chuva” para ações pontuais de comunicação definidas sempre a partir das dinâmicas presentes na conjuntura nacional.

A primeira ação idealizada nesta etapa inicial do projeto “guarda-chuva” de comunicação pretende dar voz e rosto aos trabalhadores de todas as categorias profissionais que atuam no SUS e que estão na linha de frente do trabalho contra a expansão da pandemia enfrentando situações de extrema precariedade e risco de morte. Ao mesmo tempo espera-se ampliar os sentimentos humanizadores de empatia que neste momento de pandemia afloram em setores da sociedade. Esta mesma iniciativa é factível de ser reproduzida com os profissionais da Assistência e Previdência que se encontram em idêntica situação. Somos todos Seguridade Social.

A proposta é destacar a condição humana destes agentes que se arriscam para salvar vidas e que atualmente vivem sob altíssimo grau de stress psicológico e físico. Contextualizar que são vidas cuidando de vidas e, assim, reafirmar que o sistema é feito “de” e “para” pessoas. Queremos fortalecer no imaginário coletivo a importância destes profissionais e do SUS a partir de uma estratégia de comunicação centrada no seguinte conceito/slogan: “Eu sou o SUS” (reproduzível para SUAS e Previdência). Uma referência de caráter afirmativo que pretende passar as seguintes condicionantes estruturantes da ideia comunicacional:

- O orgulho que o trabalhador tem em fazer parte do SUS
- Dar ao SUS a face humana presente em cada trabalhador
- Demonstrar o profissionalismo mesmo com toda adversidade
- Demonstrar a responsabilidade social da ação deste trabalhador
- Cobrar a responsabilidade da sociedade e das autoridades com este trabalhador
- Reiterar que é preciso preservar a vida deste profissional
- Mostrar a diversidade dos serviços prestados à população

Ações iniciais:

Em conformidade às discussões iniciais travadas em reuniões sobre o tema envolvendo representantes da Confederação e de suas entidades, a proposta desta primeira etapa pressupõe ações de comunicação capazes de serem realizadas de maneira objetiva para que sejam disparadas em grande velocidade e quantidade e com a imediatez que o momento exige, de forma simples dispensando grandes recursos e sem ou quase sem custo, sendo fundamental que sejam realizadas a partir do local cotidiano de trabalho destes profissionais de saúde, ou que identifiquem equipamentos de saúde para que seja possível a contextualização, como exemplo a fachada de um Hospital ou de uma unidade de atendimento, sempre considerando os cuidados com os protocolos do Ministério da Saúde e da Organização Mundial da Saúde.

A iniciativa consiste na produção de vídeos de curta duração ou imagens fotográficas que podem ser feitos pelos trabalhadores em que apareçam individualmente ou em grupo portando placas ou cartazes, que podem inclusive ser escritos à mão em papel sulfite ou cartolina, ou até faixas, contendo o slogan “Eu sou o SUS” destacado de forma legível para fácil compreensão do público que tiver acesso ao material. Recursos mais sofisticados também podem ser usados, inclusive contar com apoio das assessorias de comunicação que puderem ajudar. O vídeo deve ser objetivo e conter também a referência da unidade onde prestam serviço e a localidade (Estado/Cidade).

A visualização da placa, cartaz ou faixa com o slogan é importante para destacar o SUS ou as demais áreas da Seguridade Social (Assistência (SUAS) e Previdência), dar unicidade a campanha e poder ser referência para outros projetos de comunicação. Caberá a cada entidade filiada à Confederação

explicitar os pressupostos estabelecidos nesta etapa inicial do projeto para suas lideranças e bases para que seja produzido o maior número de depoimentos e imagens possível. Hoje este tipo de material é feito de forma muito espontânea pelos trabalhadores como forma de expressar a situação em que estão expostos nos seus cotidianos.

O material feito pelos trabalhadores deve ser encaminhado aos Sindicatos e Federações para garantir a divulgação massiva nos seus sites, suas redes sociais e de suas lideranças e trabalhadores de suas bases e, inclusive, envolvendo entidades parceiras, movimentos sociais e a Confederação. Também caberá a entidade definir as formas de potencializar o uso deste material ou tema, ou seja, como levar o “Eu sou o SUS” por meio de releases, entrevistas, lives, artigos, entre outras alternativas de comunicação, haja vista o apelo positivo que o tema tem hoje em toda a sociedade e na mídia. A viralização destes conteúdos apresentará à sociedade, publico alvo imediato, as muitas categorias e serviços que fazem parte do SUS, as faces humanas que compõem o sistema e que precisam ser cuidadas, ouvidas e valorizadas.

Todo o material produzido por Sindicatos e Federações deverá ser enviado à Secretaria de Comunicação da CNTSS/CUT, reiterando que deve vir acompanhado de informações que identifiquem sua origem, para que seja disponibilizado no mailing nacional das entidades filiadas para ampliação do espectro de visibilidade para os demais Estados. O acervo também permitirá a idealização de novas iniciativas de comunicação que poderão até compreender outras etapas dentro do guarda-chuva “Defesa e valorização dos trabalhadores públicos e privados e dos serviços públicos”. A Secretaria também sugere o envio de gravações de reportagens e entrevistas feitas na mídia tradicional com nossos dirigentes e trabalhadores denunciando as condições de atendimento neste momento de pandemia e as que demonstrem homenagens que os profissionais do SUS vêm recebendo.

Secretaria de Comunicação
CNTSS/CUT – Confederação Nacional dos Trabalhadores em Seguridade Social
Mai de 2020

Contatos:

Email: imprensa@cntsscut.org.br

Fones: (11) 99414-9802 - (11) 2108-9195