MARCO AURÉLIO TESSLER

Sou a favor da campanha denunciando deputados que votaram a favor da reforma. Porém, acho que devemos ser mais contundentes. O texto do outdoor, como está concebido, parece que apenas informa sobre um acontecimento. Precisamos demostrar o quanto estamos descontentes!

Sugiro: "DENÚNCIA: Estes votaram a favor da reforma da Previdência que vai prejudicar o trabalhador. NUNCA ESQUECEREMOS!" Ou algo nesse sentido.

LUÍS EDUARDO PINTO

Votarei favorável à publicação denunciando os deputados. Acho apenas que deve ser reservado orçamento para repetir a campanha mais perto das eleições deles - contanto, claro, que seja observada a legislação eleitoral.

EDUARDO DUTRA

Proponho fazer o contrário, divulgar o nome dos parlamentares que votaram contra a Reforma, agradecendo o apoio. Maioria a favor, marketing convincente, muito tempo para a eleição, ataques vindouros, votação definida no Senado e o fim da Gestão são os seis bons motivos um agir mais cauteloso.

Primeiro, a maioria da bancada gaúcha votou a favor, o ataque fica diluído, quem atira em todos acerta ninguém, eles vão se defender em grupo.

O segundo ponto a ser sopesado é o fato de que campanha de marketing/convencimento foi bem feita, há anos o povo vem sendo trabalhado, o ataque não vai surtir o efeito desejado, talvez até seja positivo para alguns "denunciados".

Terceiro, o povo vai esquecer daqueles que votaram contra, falta muito tempo para a eleição, mas eles, denunciados, não vão esquecer dos Sindicato dos Servidores do Judiciário Federal.

Quarto, muitos ataques ainda estão por vir, vamos precisar dos votos da bancada gaúcha para bloqueá-los.

Quinto, O resultado no Senado me parece intangível, vai ser 2x1 pela representação do RS.

Sexto, qualquer manobra fora do usual por parte da atual gestão pode der ensejo a uma guerra de versões, ou seja, o "Outdoor Denúncia" pode ser usado para justificar eventuais insucessos do Sindicato junta à bancada gaúcha no futuro, mas o Outdoor aclamando os bons deputados é inatacável.

Logo, é hora de divulgar quem é amigo dos trabalhadores, os outros vão ficar com inveja e na próxima tentarão votar conosco.

JOSÉ ARTIGAS LEÃO RAMMINGER

Quanto custa esta reforma?

E qual o custo/benefício de denunciar isto neste momento e com a ferramenta proposta pelo sindicato?

Inegável que é necessário denunciar aqueles que desmontaram o sistema de solidariedade da previdência.

Mas a questão que também precisa ser considerada é a estratégica, a qual podemos resumir em duas micro questões relacionadas:
(a) quanto custará para os cofres do sindicato esta campanha? e
(b) qual seria o resultado prático desta campanha se estamos longe dos processos que reelegerão estes deputados?

Além destas duas questões preliminares, podemos agregar outras ainda que são tão ou até mais relevantes, como:
(c) quanto vai custar outra campanha semelhante em relação aos senadores?
[afinal ninguém é ingênuo a ponto de acreditar que o governo vai comprar apenas os deputados e não vai molhar a mão dos senadores, não é mesmo?]

Diante disso, acredito que SIM devemos denunciar os parlamentares que traíram a classe trabalhadora mas devemos fazer isto com inteligência, usando ferramentas que por um lado tenham custo mais acessível e por outro possam atingir o imaginário do conjunto da população de maneira mais efetiva.

Outdoors custam muito caro. A empresa Ativa, por exemplo, cobra R$ 3.100,00 por um único outdoor (orçamento feito em 12/JUL/2019) mais o custo de impressão da arte, cerca de R$ 130,00.

A pergunta do sindicato não nos diz, por exemplo quanto a direção pretende gastar com esta campanha, também não nos diz quantos outdoors pretenderia distribuir e se tal distribuição seria apenas na capital ou em algumas cidades do interior também. Importante destacar que apenas dez outdoors SIMPLES custariam uns 30 mil reais (a arte faz parecer que seriam necessário outdoors duplos).

Por fim, é possível fazer o mesmo tipo de campanha a custos muito mais singelos se forem utilizadas as redes sociais do sindicato (email, facebook, whatsapp e SMS), afinal as informações dos sindicalizados estão atualizadíssimas pois recebemos diversas mensagens agora nas eleições da semana retrasada e, para o conjunto da população, poderiam ser distribuídos panfletos com a mesma arte a frações irrisórias dos custo dos outdoors, com a vantagem que as pessoas poderiam guardar em casa o panfleto para consultas futuras.

200.000 panfletos (ou mais) custam menos que um único outdoor e podem ser distribuídos nos principais terminais de ônibus da cidade nos horários de retorno dos trabalhadores a suas casas e se os diretores do sindicato não conseguem fazer esta distribuição sozinhos, podem (I) convidar/convocar os sindicalizados e, ainda, (II) contratar panfleteiros para auxiliar este trabalho.

Ainda vai sair muito mais barato que os outdoors e colocar algum dinheirinho no bolso de pessoas que realmente necessitam dele ao invés de no bolso de empresários de comunicação em uma campanha cara e cujos resultados podem ser apenas ilusórios (pouco efetivos) até porque a população obviamente não vai conseguir ler 22 nomes de políticos (ou ver 22 fotos) enquanto o ônibus passa pelo outdoor.

Sejamos mais inteligentes, economizemos o dinheiro suado das mensalidades dos sindicalizados e façamos uma campanha que pode ter resultados mais efetivos (e, de quebra, pode ser utilizada a arte que já está pronta).

O que acham?

Troquemos os outdoors por distribuição de panfletos nos principais terminais de ônibus da cidade no retorno dos trabalhadores às suas casas (um único dia seria suficiente e efetivo) mesmo que tenham que ser contratados panfleteiros para isto pois o trabalhador poderá ler o material enquanto anda de ônibus e, guardá-lo para consultas futuras. Tudo isto aliado a campanhas utilizando as redes sociais cujo custo é zero ou próximo de zero.

[fora o benefício social de transferir uma parte do dinheiro do sindicato para o bolso de panfleteiros - pessoas notadamente simples e necessitadas - ao invés de para o dono da empresa de outdoors. Fazendo um investimento muito mais social do que comercial propriamente dito e com resultados robustamente mais contundentes.