

## **Fórum das Entidades Nacionais dos Servidores Públicos Federais**

**ANDES-SN – ANFFA-Sindical – ASFOC-SN – ASMETRO-SN – ASSIBGE-SN – CGTB – CNTSS – CONDSEF/FENADSEF – CSPB – CSP/CONLUTAS – C.T.B – CUT – FASUBRA – FENAJUFE – FENAPRF – FENASPS – INTERSINDICAL – PROIFES – SINAIT – SINAL – SINASEFE – SINDCT – SINDIFISCO-Nacional – SINDIRECEITA – SINTBACEN – UNACON-Sindical**

### **RELATÓRIO DA REUNIÃO DAS ASSESSORIAS DE IMPRENSA DO FONASEFE**

Local: **SINAIT**

Data: **13 de fevereiro de 2020**

Entidades presentes: **ANDES-SN, ASSECOR, CONDSEF/FENADSEF, FASUBRA, FENAJUFE, FENASPS, SINAIT, SINAL**

Por solicitação do Fonasefe, as assessorias de imprensa debateram estratégias e ações para reforçar uma campanha unificada em defesa dos serviços públicos. Apesar das respostas formais das entidades e diversas reações ao recente insulto do ministro da Economia à categoria, comparando servidores a “parasitas”, o fórum também solicitou que a equipe de imprensa discutisse como seguir explorando o tema, muito comentado na última semana.

Os profissionais de imprensa levaram em conta as dificuldades e desafios que o cenário apresenta e que incluem desde ataques verbais de membros do alto escalão do governo a projetos que estão tramitando, e outros que devem ainda chegar ao Congresso Nacional. Um contexto onde há constante ameaça não só aos direitos dos servidores, mas ao modelo de Estado assegurado pela Constituição de 88.

Para encarar o desafio de ampliar o diálogo tanto com servidores quanto com a sociedade que será afetada pela falência dos serviços públicos, seguem as sugestões levantadas pela equipe.

#### **Encaminhamentos:**

##### **1) Campanha Unificada nas Redes Sociais**

Para uma campanha unificada nacional que dialogue com a sociedade nas redes sociais, propomos ao Fonasefe a contratação de uma agência de comunicação que garanta suporte técnico.

Caso aprovado e uma vez definida a agência, o fórum deve estabelecer representantes de duas entidades (no máximo três) que serão os porta-vozes que irão auxiliar no levantamento dos conteúdos a serem trabalhados na campanha. Esses representantes são fundamentais, pois serão a ponte entre o conjunto de entidades que compõem o fórum e a equipe técnica que ficará responsável pela produção de conteúdo. (ex: escolha dos temas de destaque, fornecimento de dados, aprovação dos materiais para divulgação). Isso assegura a dinâmica necessária e importante para a campanha.

##### **2) Campanha Unificada fora das Redes Sociais**

Para alcançar principalmente aqueles usuários permanentes de serviços públicos que estão nas classes C, D e E a equipe de imprensa avalia a necessidade de estender as ações para fora das Redes Sociais. Aqui, a agência também daria suporte já que entre as ideias está a produção de material para divulgação em pontos de ônibus; pensar formas de alcançar esse público com a

## **Fórum das Entidades Nacionais dos Servidores Públicos Federais**

**ANDES-SN – ANFFA-Sindical – ASFOC-SN – ASMETRO-SN – ASSIBGE-SN – CGTB – CNTSS – CONDSEF/FENADSEF – CSPB – CSP/CONLUTAS – C.T.B – CUT – FASUBRA – FENAJUFE – FENAPRF – FENASPS – INTERSINDICAL – PROIFES – SINAIT – SINAL – SINASEFE – SINDCT –SINDIFISCO-Nacional – SINDIRECEITA – SINTBACEN – UNACON-Sindical**

produção também de spots de rádio; carros de som; convites para debates em comunidades; projeções; montagem de bancas em espaços públicos criando oportunidade para um diálogo direto com a população usuária de serviços públicos.

### **3) Escolha de um mote neutro para dialogar com a sociedade**

Os integrantes do Fonasefe devem buscar, com suporte da agência e de seus profissionais de imprensa, a escolha de um nome neutro para a campanha. (Exs: Brasil pra frente, Brasil da gente). O objetivo é atrair interesses mais amplos e chamar atenção para desmistificar a narrativa que envolve o “servidor privilegiado” e os “serviços públicos ineficientes/melhor privatizar” que o governo vende para a população. Isso visa quebrar a resistência que parte significativa do público-alvo já adquiriu quando se trata do assunto.

### **4) Diálogo com servidores públicos**

Para a comunicação com foco nos servidores, os profissionais de imprensa entendem que a melhor estratégia é que cada entidade siga o trabalho de comunicação com suas bases. Aqui as equipes de imprensa devem criar mecanismos para se organizar e produzir ações conjuntas quando necessário. O 18 de março é um exemplo. Promover a divulgação conjunto dessas ações que também são conjuntas.

### **5) Levantamento de dados para trabalhar campanha**

Será tarefa também dos integrantes do Fonasefe o levantamento de dados para auxiliar na campanha para dialogar com a sociedade. As entidades devem auxiliar subsidiando permanentemente a equipe que irá produzir os materiais e pautando com informações que vão ajudar a derrubar inverdades propagadas. Para isso, devem ser eleitos diretores e diretoras que serão “fontes” dessas informações. Levantar informações sobre saúde, educação, meio ambiente, trabalho, auditorias, arrecadação, banco central, e outros, incluindo benefícios e retorno que esses setores dão para a sociedade.

**ALGUMAS IDEIAS LEVANTADAS** - Para despertar a consciência da sociedade para a importância dos serviços públicos, a equipe de imprensa reunida levantou algumas ideias que poderão ser desenvolvidas e discutidas pelo Fonasefe:

Sem serviço público o Brasil não anda

Aqui tem Serviço Público

Privatizar faz mal ao Brasil

## **Fórum das Entidades Nacionais dos Servidores Públicos Federais**

**ANDES-SN – ANFFA-Sindical – ASFOC-SN – ASMETRO-SN – ASSIBGE-SN – CGTB – CNTSS –  
CONDSEF/FENADSEF – CSPB – CSP/CONLUTAS – C.T.B – CUT – FASUBRA – FENAJUFE –  
FENAPRF – FENASPS – INTERSINDICAL – PROIFES – SINAIT – SINAL – SINASEFE – SINDCT  
–SINDIFISCO-Nacional – SINDIRECEITA – SINTBACEN – UNACON-Sindical**

- **PARASITAS:**

### **O CARNAVAL É OPORTUNIDADE PARA REFORÇAR DIÁLOGO COM A SOCIEDADE**

Por fim, para seguir reforçando o repúdio dos servidores por serem comparados a parasitas pelo ministro Paulo Guedes, foi consenso entre a equipe de imprensa que o carnaval é um momento favorável para levar esse tema para as ruas. Com bom humor, servidores podem criar um momento importante para dialogar com a sociedade.

Sugestões envolvem produção de material (leques) usado amplamente durante carnaval que podem conter os mais diversos argumentos. Ex: Arte de repúdio que compara servidores a parasitas destacando que parasita é o mercado financeiro, o próprio Guedes caracterizado como parasita. Letras de marchinhas já produzidas distribuídas em blocos. Alguma mensagem que pode conter a ideia que muitos servidores estão ali trabalhando no carnaval para garantir saúde, segurança, transporte, alimentação segura, limpeza urbana. Esses serviços são um direito seu. VALORIZE