

Desconto assistencial Importante para seguir na luta

Usar enfrentar o poder econômico, arrancar avanços dos banqueiros e ampliar conquistas custa muito esforço, mobilização e organização da categoria. T tamanha campanha exige também uma infraestrutura proporcional à nossa capacidade de luta e de resistência contra a força patronal.

No balanço final da Campanha Nacional 2009, computamos avanços e ampliamos conquistas, mas os gastos com essa longa e exaustiva luta superaram as expectativas. Assim, tornou-se importante a colaboração de todos para recompor o Sindicato, levando a diretoria a decidir efetuar o recolhimento do desconto assistencial em folha de pagamento. São recursos fundamentais para a manutenção da mobilização e para a continuidade da luta.

O percentual de desconto será de apenas 1% sobre o salário bruto, com teto de R\$ 60, de todos os funcionários, sindicalizados ou não, das empresas do ramo financeiro.

O desconto assistencial foi aprovado em assembléia geral da categoria no dia 11 de julho, após a realização do

5º Congresso dos Bancários de Brasília. A decisão de proceder ao recolhimento, porém, dependeria das despesas da Campanha. Como ocorreu em 2008, neste ano houve gastos extraordinários, principalmente por conta da manutenção e organização da greve da categoria, que, em Brasília, durou de 15 (bancos privados) a 28 dias (Caixa).

Prazo para oposição ao desconto

O Sindicato estipulou o período de 9 a 20 de novembro para quem quiser se opor individualmente à cobrança do desconto assistencial. O bancário que não concordar com o desconto deve comparecer pessoalmente, neste período, à sede do Sindicato (EQS 314/315 – Bloco A – Asa Sul), das 9h às 18h, trazendo obrigatoriamente o crachá ou qualquer documento com foto que comprove o número da matrícula funcional do banco. O bancário deverá entregar uma carta (em duas vias) se opondo ao desconto. Nela deverá constar nome completo, banco, matrícula funcional com dígito, prefixo da lotação e o nome da dependência. Esses dados são exigidos pelo próprio banco e são de responsabilidade do requerente. Não será aceita solicitação por terceiro.

“Nossa luta precisa fazer frente ao poder econômico dos bancos. Eles têm fartos recursos, graças ao nosso esforço de trabalho,

e inúmeros meios e ferramentas internas para suas campanhas junto aos funcionários e à população. Nós dependemos de nossas forças, da colaboração, solidariedade e participação de cada bancário, para esse enfrentamento e para arrancarmos conquistas dos patrões. Por isso, é dispendiosa a Campanha Salarial e é importante a contribuição assistencial aprovada pela categoria. A organização e a mobilização da categoria, que resultaram em importantes avanços para todos os bancários, exigiram uma estrutura à altura do que o bancário merece e do que a difícil campanha exige. E isso precisa ser custeado pela contribuição dos trabalhadores”, afirma o presidente do Sindicato, Rodrigo Britto.

Também denominada taxa assistencial, taxa de reversão, quota de solidariedade ou desconto assistencial, esta contribuição é uma prestação pecuniária voluntária feita pelo membro da categoria profissional ou econômica ao Sindicato, com o objetivo de custear a participação da entidade nas negociações coletivas. A contribuição assistencial é estabelecida com fundamento no art. 513, alínea “e”, da CLT. Sua fonte, porém, é sempre uma norma coletiva, seja acordo ou convenção coletiva ou ainda sentença normativa. Sua cobrança não é feita, dessa forma, por força de lei, razão pela qual também não se enquadra na categoria dos tributos.



Nós



banco



“O desconto assistencial serve para cobrir uma despesa adicional advinda da greve prolongada que trouxe benefícios à categoria. Ela deve reconhecer isso em forma de contribuição. Essa é a filosofia que eu defenderei sempre e sou favorável. O bancário precisa assumir as despesas de sua luta. Os que se opõem querem na verdade é que outro pague por eles. E há outro problema: não são os sindicalizados que fazem fila para se opor ao desconto. Espero que o não sindicalizado compreenda e contribua.”

Raimundo Félix - Secretário de Finanças e coordenador do coletivo da Caixa



“O modelo que vem da década de 1970, o neoliberalismo, tem levado exacerbado. E elas acreditam oriundas da luta coletiva, mas a maioria das pessoas que vêm assistencial tem este pensamento pedagógico. É o de mostrar que todas as conquistas vêm a partir da luta por parte de todos os trabalhadores. O desconto assistencial é que isenta os associados que já contribuíram.”

Rafael Zanon - Coordenador



“O Sindicato é instrumento a serviço da categoria, mas parte dela, sobrecarregada, não para para pensar nisso. Defendo que a organização do Sindicato seja autônoma e independente de qualquer instância, inclusive no aspecto financeiro. O desconto, comparado aos benefícios advindos da campanha, é um valor pouco significativo individualmente. Defendemos um novo modelo de financiamento, mas, enquanto isso não acontece, devemos sustentar assim nossas lutas.”

André Nepomuceno - Secretário-geral e coordenador do coletivo do BRB





amos



a luta

da de 90 e vigora até hoje, as pessoas ao individualismo que os benefícios não são de uma luta individual. m se opor ao desconto into. Nosso papel é ue a luta é coletiva, que tir do financiamento da luta adores. O grande problema e a gente não pode, pela lei, ontribuem.”



do coletivo do BB

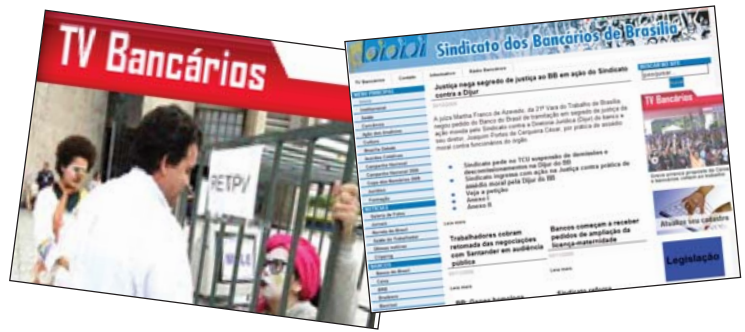


“A maioria dos bancários não está conscientizada da importância dessa contribuição. Todos precisam compreender que a luta por conquistas tem despesas e que agora necessitamos de recursos para negociar e batalhar pelas reivindicações que ficaram pendentes, especialmente nos bancos públicos. ”

Rosane Alaby - Diretora e coordenadora do coletivo dos Bancos Privados



O custo para enfrentar o poder econômico



Ao longo desta Campanha Nacional 2009, o Sindicato realizou uma série de atividades, entre reuniões nos locais de trabalho, assembleias, encontros de delegados e seminários por segmentos de bancos, o 5º Congresso dos Bancários de Brasília, bem como enviou delegados à 11ª Conferência Nacional dos Bancários em julho, em São Paulo, que definiu a pauta de reivindicações. Além disso, houve investimentos significativos para montar a infraestrutura e organização da greve e de atividades de campanha, como aluguel de equipamentos de som e comunicação, palco, banheiros químicos, tendas, veículos de transporte, marmitas, telemarketing, gráfica, combustível, caminhões de som, trio elétrico e músicos para ações de convencimento, passeatas e manifestações e todo tipo de material de divulgação e propaganda para a categoria e para esclarecimento da população.

Os custos da campanha cresceram cerca de 30% neste ano em comparação aos de 2008, acima da previsão. A elevação dos gastos se deveu ao nosso maior esforço para combater à crescente ganância e intransigência patronal, especialmente da Caixa, ao aumento dos custos de serviços e de material de consumo, ao prolongamento da luta e à abrangência de nossa campanha que cobrava responsabilidade social dos bancos e nos impunha a tarefa de esclarecer a população sobre os abusos das instituições financeiras.

O montante aplicado em toda a campanha, contudo, é ínfimo, menos de 0,3% do que somente o Itaú e o Bradesco – dois entre

os 15 maiores anunciantes do país – investem juntos (mais de R\$ 400 milhões) em publicidade num ano.

Contra esse poderio, fizemos 203 inserções de anúncios nas emissoras de rádios entre os dias 21 de setembro e 19 de outubro e 15 comerciais em tevê, dois dos quais na Globo. Rompemos tabus e vetos contra anúncios que citavam nominalmente os bancos e incomodamos. Atingimos em cheio nosso alvo, pois a população compreendeu perfeitamente nossa mensagem, já que é vítima diária dos abusos dos bancos. Colocamos quatro peças de campanha, uma por semana, em trinta outdoors. Adesivamos mais de 500 veículos com o slogan da campanha. Circulamos com bikedoors por vários pontos movimentados em toda a Brasília.

Contra os gigantes do capital, nós, bancários, investimos nessa campanha salarial R\$ 225 mil em gráfica, R\$ 48,5 mil em faixas, R\$ 111 mil em mídia. Reforçamos nossos veículos próprios também, fazendo reportagens diárias para a TV Bancários, disponibilizada no site, que tiveram mais de 41 mil acessos de 10 de julho para cá. A cobertura e o imediatismo do site do Sindicato bateu recordes de audiência. Tivemos, em média, 17.660 acessos diários entre 23 de setembro e 21 de outubro, chegando a um pico de quase 55 mil acessos em 8 de outubro, totalizando 512.112 acessos num mês.

Foram produzidos 48 informativos gerais e segmentados desde julho, totalizando quase 385 mil exemplares de boletins para manter a categoria esclarecida. Sem contar as dezenas de panfletos com tiragens variadas (de 2 mil a 40 mil) distribuídos para a categoria e para a população nos centros comerciais, bancários e nas feiras de todo o Distrito Federal.



INFORMATIVO **bancário**

CUT CONTRAF FETEC CUT Centro Norte

Sindicato dos Bancários de Brasília

Presidente Rodrigo Lopes Britto (presidencia@bancariosdf.com.br) Secretário de Imprensa Antonio Eustáquio
Jornalista responsável Robinson Sasaki Redação Renato Alves, Thaís Rohrer, Luiz Eduardo Braga e André Shalders (estagiário) Diagramação Valdo Virgo Webmaster Elton Valadas Fotografia Agnaldo Azevedo Sede EQS 314/315 - Bloco A - Asa Sul - Brasília (DF) - CEP 70383-400 Telefones (61) 3262-9090 (61) 3346-2210 (imprensa) Fax (61) 3346-8822
Endereço eletrônico www.bancariosdf.com.br e-mail imprensa@bancariosdf.com.br Tiragem 18 mil exemplares
Distribuição gratuita Todas as opiniões emitidas neste informativo são de responsabilidade da diretoria do SEEB-DF