BREVE GUIDA DI SUPPORTO ALLA CAMPAGNA ELETTORALE

1_ QUALE MESSAGGIO DEVE PASSARE: 2 minuti per convincere chi incontriamo a votare!

Votando ai referendum puoi salvare delle vite, contrastare il precariato, ridare dignità al lavoro, dare cittadinanza a migliaia di italiani.

I temi su cui insistere a seconda di contesto e interlocutore in base ai quesiti:

- 1) *salviamo vite! Attraverso l'introduzione della responsabilità in solido nel sistema incontrastato degli appalti e subappalti dove l'azienda committente si lava la coscienza senza avere ripercussioni in caso di morti e infortuni facendo sparire le responsabilità man mano che si sviluppa la "cascata" dei subappalti*
- 2) *contrastiamo il precariato! Con l'introduzione delle causali che devono limitare i casi in cui posso essere assunto a tempo determinato; non posso continuare ad essere ricattato con la scusa che il mio contratto scade, se hai bisogno di me con continuità nel tempo devi stabilizzarmi e ho diritto a poter contare sulla stabilità per costruirmi una vita e non essere ricattato sul luogo di lavoro: non puoi obbligarmi a lavorare senza le dovute misure di sicurezza contando sul fatto che il mio contratto scade e se mi lamento non mi assumi più*
- 3) *la mia dignità non è quantificabile! Per colpa del jobs act se un giudice sancisce che il mio licenziamento è illegittimo non posso avere diritto alla conservazione del mio posto di lavoro anche se l'azienda ha più di 15 dipendenti; mi spetta un semplice risarcimento economico quantificato in base agli anni di lavoro. Se ho una famiglia posso preferire la sicurezza di mantenere il mio posto di lavoro perché sono stato licenziato ingiustamente*
- 4) *la mia dignità non ha limiti! Per colpa del jobs act se un giudice sancisce che il mio licenziamento è illegittimo e decide per un determinato indennizzo si trova bloccato ad applicare un tetto massimo al risarcimento di 6 mensilità. Siamo nel caso delle aziende piccole con meno di 15 dipendenti dove la reintegra non è contemplata; con massimo 6 mensilità il datore di lavoro può liberarsi di me illegittimamente e sapendo già che gli costerà pochissimo.*
- 5) *vivo in Italia, cresco in Italia, contribuisco a far crescere l'Italia, mi sento Italiano ma non posso esserlo: farmi aspettare 10 anni per poterlo diventare a tutti gli effetti è un periodo enorme; 5 anni sono più che sufficienti!*

2_ COSA OCCORRE CONSIDERARE?

A) CONTESTO

Il messaggio al punto 1 deve essere modificato in base a chi abbiamo di fronte; se ne stiamo parlando in famiglia, per strada durante un volantinaggio, in un'iniziativa pubblica, in una classe scolastica, in un'assemblea, alla macchinetta del caffè sul lavoro.

Non c'è un'unica modalità per presentare i temi né occorre sempre presentarli tutti con il medesimo livello di dettaglio qualora ci sia il rischio che alcuni possano essere utilizzati come scusa per sottrarsi all'interlocuzione e per convincersi a non andare a votare (in questo caso sottolineare sempre che non è obbligatorio votare per tutti i referendum come chiediamo).

Es. se qualche cittadino* rivendica l'importanza del jobs act possiamo aprire la riflessione sulla qualità dell'occupazione millantata (iniziando dal precariato, passando per le ore lavorate ecc...) oppure se ho a che fare con Renzi in persona gli dirò di votarci contro ai due quesiti sul jobs act ma di votare come chiediamo negli altri 3.

Abbiamo sempre la carta del diritto/dovere di votare e dell'estremo sacrificio che ha fatto chi ci ha preceduto per permetterci di votare (anche se, purtroppo, questo punto risulta essere sempre meno in grado di incidere nel richiamo al voto).

B) INTERLOCUTORE

Se conosciamo l'interlocutore partiamo avvantaggiati, occorre iniziare e terminare il confronto con i punti su cui sappiamo che può essere più sensibile.

Se non lo conosciamo, invece, abbiamo pochi secondi di tempo per intuire con chi stiamo parlando. Per farlo non dobbiamo stare lontani ma neanche all'interno dello spazio intimo (1 metro); mostrarci tranquilli nella posa e nella voce, guardarlo negli occhi, lasciarci interrompere senza "vomitare" addosso le frasi precostruite, permettendogli di avere spazio per esprimere le sue idee in modo da entrare nel vivo della discussione e trovare punti di appoggio.

In base alle nostre caratteristiche dobbiamo imparare a "scegliere" al meglio gli interlocutori: se siamo ad un banchetto con pensionati e giovani CGIL sarà più facile per i giovani interloquire con altri giovani e per gli anziani farlo con altri anziani. Cambierà il metodo di approccio, la frase di apertura, il registro linguistico ecc.. a seconda del caso.

C) LINGUAGGIO

Anche il linguaggio deve essere scelto e moderato in base all'interlocutore e a chi sta tenendo la discussione. Se sono giovane CGIL che tenta di convincere un anziano che si presenta in modo distinto tenterò un approccio molto educato; se mi trovo ad avere a che fare con giovani coetanei invece dovrò mostrarmi sveglio e deciso inserendo slang e riferimenti moderni per fargli capire che "abbiamo gli stessi problemi da affrontare e se per me votare può cambiare le cose allora dovrebbe essere altrettanto importante per loro".

D) COMUNICAZIONE EMPATICA

Occorre intuire quali possono essere le emozioni su cui fare presa, legare le emozioni ai bisogni e questi ai differenti quesiti.

Se ho a che fare con interlocutore anziano tenterò di introdurre il prima possibile il tema del mondo che lasciamo ai figli, quello delle battaglie passate combattute che non vanno vanificate, la speranza nei giovani da aiutare.

Se mi trovo a parlare con dei ragazzi toccherò il tema dell'orgoglio di cambiare quello che non funziona, partirò dai problemi della scuola (tema dell'alternanza scuola lavoro e dell'edilizia scolastica su cui sul territorio di Novara VCO stiamo portando avanti da mesi) per legarlo al precariato.

Alle domande "Che lavoro fai? Che contratto hai?" a seconda delle risposte posso dirottare su appalti (citando esselunga) su precariato (citando impossibilità di un mutuo e di farsi una famiglia) o su licenziamento illegittimo (insistendo su orgoglio di vedere riconosciuta la propria dignità)

3_ LE OBIEZIONI CHE POSSONO ESSERE ADDOTTE PER NON VOTARE

Le obiezioni solitamente portate da chi tenta di "disfarsi di noi" senza volerci dedicare nemmeno i due minuti necessari ad ascoltare la spiegazione sono principalmente di due tipi e le abbiamo ascoltate alla nausea durante i banchetti di raccolta firme o sui social nella quotidianità.

A) NON SERVE A NIENTE VOTARE, NON MI INTERESSA

Insistere in questo caso sul fatto che i referendum sono l'occasione in cui non soltanto votare serve ma anche dove si sa a priori qual è l'esito in caso di vittoria o di sconfitta; non stai votando un partito ma stai incidendo direttamente sulle leggi risolvendo in prima persona molti dei problemi che rovinano la vita di ognuno di noi.

Il "non mi interessa, sono vecchio e non lavoro, i giovani devono svegliarsi e farcela da soli" deve ottenere risposta immediata introducendo il tema delle persone care "figli, nipoti..." si vota sia per se stessi ma soprattutto per chi arriverà dopo di noi. A questo punto o si apre un varco o la risposta sarà nuovamente "non me frega di nessuno"; in quel caso non perdiamo tempo e proviamo a convincere altri.

B) DOVE ERAVATE – SOLO CONTRO MELONI

Richiamare le varie iniziative reperibili qui <https://www.cgil.it/campagne-e-iniziative/ecco-dove-era-la-cgil-s6tkl45u> in particolare segnalare come con coerenza ci muoviamo contro i licenziamenti illegittimi dal 2014 quando abbiamo portato 1 milione di persone in piazza, solo come CGIL, il 25 ottobre e in quel caso al governo c'era il centrosinistra.

4_ COSA AVERE SEMPRE "IN TASCA"

Link al sito: <https://www.cgilnovaravco.it/referendum/> con materiale scaricabile, immagini e dati della campagna referendaria

Materiale informativo: stampabile sempre usando <https://www.cgilnovaravco.it/referendum/>

Link alle campagne territoriali: per i giovani sull'edilizia scolastica <https://www.cgilnovaravco.it/per-una-scuola-sicura-la-mobilitazione-prosegue/>

Altro materiale che il nazionale o il regionale reputeranno opportuno diffondere (adesivi, gadget...)