



Decisões para a Vida, CSI, 2011

© Fotografias: CSI

© Capa: Clarice (Ideia: www.clarice-illustrations.be)

As jovens assumem a liderança

Decisões para a Vida muda as nossas vidas

A campanha Decisões para a Vida melhorou a carreira das mulheres jovens, atraiu milhares de mulheres jovens para o movimento sindical, incentivou muitas delas a candidatarem-se – e a conseguirem – posições de chefia no movimento sindical, a serem autónomas no trabalho e em casa, a organizar e ajudar outras. Mostrou às mulheres mais jovens e também às mais velhas como trabalhar em conjunto, fazer coligações entre sindicatos com diferentes tradições e entre sindicatos e ONG. Mudou os sindicatos, os acordos colectivos de trabalho e as estratégias de organização, assegurando uma melhoria de vida das mulheres.

Decisões para a Vida...

- Atingiu mais de 90 000 mulheres, das quais 30% aderiram ao movimento sindical. Esta campanha tem potencialidade para multiplicar este número por muitos. Verificaram-se aumentos significativos de adesão de mulheres jovens aos sindicatos no Brasil (5 000) e na Indonésia (15 000).
- Aumentou as cláusulas relacionadas com o género nos acordos colectivos: no Brasil estão a ser negociados 50 novos acordos colectivos com cláusulas relacionadas com o género, a África do Sul tem 5 novos contratos colectivos que incluem cláusulas sobre o assédio sexual e os direitos parentais e na Indonésia foram negociadas cláusulas relacionadas com o género em matéria de igualdade salarial e de licença de maternidade em duas fábricas de produtos alimentares, que abrangem 1 200 mulheres.
- Criou sindicatos: no Cazaquistão, as jornalistas que cobriam o lançamento da campanha de imprensa ficaram tão entusiasmadas que criaram o seu próprio sindicato e na Bielorrússia 1 000 mulheres comerciantes independentes registaram um sindicato. O governo não reconhece o sindicato, mas as mulheres insistiram: constituíram uma ONG com o objectivo de a transformar num sindicato de pleno direito.
- Aumentou o número de mulheres que se tornaram activistas e dirigentes: na África do Sul, no final de 2010, as mulheres ocupavam 40% dos cargos de decisão no SACCAWU.¹ ■

¹ South Africa Commercial, Catering and Allied Workers Union (Sindicato dos Trabalhadores do Comércio, da Restauração e Afins da África do Sul).

1 • Introdução

As mulheres jovens têm de enfrentar em todo o lado decisões importantes que vão condicionar as suas vidas: quando começam a trabalhar, quando se casam e quando se tornam mães. Essas decisões – sobre a carreira, a escolha do parceiro, o planeamento familiar ou o equilíbrio entre trabalho e família – podem parecer difíceis e causar alguma desorientação. Muitas pensam que nem são elas que têm de tomar a decisão. No entanto, as decisões para a vida das jovens determinam não só o seu futuro, mas também o da sociedade. As suas escolhas são essenciais para o desenvolvimento demográfico e dos recursos humanos dos seus países.

A campanha Decisões para a Vida visa reforçar a capacidade das jovens para tomarem decisões, dando as informações de que precisam e mostrando que têm opções. Tem a ver com a ajuda que as mulheres podem dar umas às outras de forma estruturada, através do movimento sindical, e procura:

- organizar as mulheres jovens
- desenvolver as suas competências de liderança e de negociação
- colocar mais mulheres em postos de decisão
- ajudar as mulheres a negociarem cláusulas mais específicas relacionadas com o género nos acordos colectivos
- ajudar as mulheres a imporem mudanças na legislação dos seus países, como a ratificação e a aplicação das Convenções da OIT, nomeadamente a Convenção n.º 183, relativa à protecção da maternidade
- dar confiança às mulheres para procurarem melhores oportunidades no trabalho.

2• A campanha Decisões para a Vida em poucas palavras

A campanha Decisões para a Vida tem como alvo as mulheres jovens (entre 15 e 29 anos) que trabalham ou procuram trabalho em oito grandes grupos profissionais do sector dos serviços. Faz parte da campanha da CSI “Trabalho Digno e Vida Digna para as Mulheres” e foi concebida no quadro do Objectivo de Desenvolvimento do Milénio n.º 3 (ODM3): “Promover a igualdade do género e capacitar as mulheres”.

O sector dos serviços

O sector dos serviços é o sector que cresce mais rapidamente a nível internacional. Grande número dos seus empregados são mulheres jovens que trabalham numa base eventual (trabalho atípico, temporário, a contrato, a tempo parcial), com todos os problemas conexos de segurança do emprego, más condições de trabalho, horários prolongados, muitas vezes vulneráveis a abusos, como o assédio sexual.

Grupos-alvo

Operadoras de centros de chamadas	Intermediárias de agências de viagens
Secretárias	Vendedoras e empregadas de caixa em lojas
Empregadas de andares de hotéis	Contabilistas
Programadoras informáticas	Recepcionistas/empregadas de balcão
Outras jovens escolhidas pelas equipas locais: por exemplo, empregadas de telecomunicações e candidatas a emprego/estudantes universitárias	

A campanha Decisões para a Vida desenrola-se em 14 países em desenvolvimento nas Américas, em África, na Ásia e na CEI. A gestão global cabe à CSI, que trabalha em parceria com a rede internacional de sindicatos UNI, com a Fundação WageIndicator em Amesterdão e com a Universidade de Amesterdão. Desde que a campanha arrancou, outras organizações sindicais à escala mundial, nomeadamente a IUF e a ISP, começaram a participar activamente em certos países.

No final da campanha (Junho de 2011), o método e as melhores práticas de Decisões para a Vida serão integrados nas políticas, programas e actividades em matéria de género da CSI.

Países da campanha Decisões para a Vida por região

- **Américas:** Brasil
- **África:** Angola, Botsuana*, Malavi*, Moçambique, África do Sul, Zâmbia e Zimbabué
- **Asia:** Índia e Indonésia
- **Países da CEI:** Azerbaijão, Bielorrússia, Cazaquistão e Ucrânia

* apenas campanhas na Internet

Em vários dos países seleccionados para a campanha, os sindicatos enfrentam um ambiente hostil quando tentam organizar-se. No Zimbabué, os sindicalistas são constantemente importunados, incluindo violência física e perseguição. Na Bielorrússia, os dirigentes sindicais também são sistematicamente hostilizados, raptados e presos e na Ucrânia verificaram-se nos últimos anos numerosas violações dos direitos sindicais. Na Indonésia, os direitos sindicais não estão protegidos por lei e ainda menos na prática. Muitos Estados da Índia restringem os direitos sindicais na legislação, muitos empregadores são hostis aos sindicatos e em 2009 houve numerosos incidentes em que a polícia actuou com violência contra funcionários sindicais.

Cada país tem uma equipa sindical para a campanha e uma equipa para a Internet (ver quadro acima).

Campanhas sindicais de base a nível nacional

As equipas identificam os seus próprios grupos-alvo e as actividades, bem como os melhores instrumentos e métodos a utilizar.

Desenvolvendo o seu próprio plano de campanha podem assegurar que são abordadas os problemas e as necessidades mais urgentes nos seus países e nos seus sectores e que conseguem interessar o máximo número de mulheres jovens. As equipas da campanha encontram pessoalmente as jovens e organizam sessões de formação. Fazem campanha para conseguir melhores condições de trabalho e aumentar a participação das jovens nos sindicatos. Uma das suas actividades principais consiste em dar formação a essas mulheres jovens para elas próprias fazerem campanha, porque há outras jovens com que podem estabelecer ligações.

Equipas Internet

As equipas web preparam os seus próprios sítios web, destinados a satisfazer as necessidades da campanha local. Os sítios web WageIndicator proporcionam múltiplos instrumentos que foram desenvolvidos

especificamente para jovens trabalhadoras, a fim de as ajudar a fazer uma carreira devidamente informada e a fazerem opções familiares. Apresentam inquéritos de opinião, informações sobre salários e empregos, informações sobre os direitos dos trabalhadores, entrevistas e artigos relacionados com a família e o trabalho, bem como estudos da Universidade de Amesterdão.

Estudos prospectivos

Alguns estudos prospectivos da Universidade de Amesterdão/AIAS dão uma panorâmica do trabalho e do emprego das mulheres. Publicados através de relatórios, fornecem uma análise do trabalho e do emprego com base no género, abordando a estrutura sectorial do mercado do trabalho do país, as relações laborais e o contexto salarial, facilidades de comunicação, população e fertilidade, saúde, percentagem de mulheres no mercado do trabalho, alfabetização, educação feminina, níveis de qualificações das mulheres e condições salariais e de trabalho. Os relatórios incluem inventários da legislação nacional, o sistema de educação nacional e a regulamentação a nível das empresas, desde que haja informação disponível.

Coligações

Foram constituídas grandes coligações para desenvolver a campanha, como na África do Sul, onde a equipa é composta por quatro centrais sindicais nacionais filiadas na CSI (COSATU, NACTU, FEDUSA e CONSAWU), três sindicatos filiados na UNI (SASBO, SACCAWU e CWU) e três importantes ONG de mulheres. Até Junho de 2010 esta grande coligação já tinha contactado directamente mais de 5 000 mulheres. A campanha brasileira também é liderada por uma coligação constituída por seis confederações sindicais (CUT, UGT, Força Sindical, CTB, CGTB e NCST), que também ultrapassou as metas previstas. O DIEESE, departamento intersindical de estatísticas e estudos, esperava atingir 500 mulheres em centros de chamadas. Após um ano de campanha tinha atingido 2 209 nestes centros e quanto a empregadas de caixa e trabalhadoras do sector, as metas também foram largamente ultrapassadas.

Temas da campanha

Defesa dos direitos das mulheres trabalhadoras	Igualdade salarial
<ul style="list-style-type: none">• Equilíbrio trabalho/família, incluindo direitos e licença de maternidade e de paternidade, tempo de trabalho, creches e jardins-de-infância• Empregos precários	<ul style="list-style-type: none">• Violência contra as mulheres• Assédio sexual• VIH/SIDA• Planeamento da carreira

Cooperação Sul-Sul

Os representantes das equipas da campanha encontram-se em reuniões a nível regional e mundial. Estas reuniões permitem que as equipas dos diferentes países se conheçam, partilhem experiências e aprendam com as melhores práticas das outras, criando assim um forte sentimento de solidariedade entre os países. Depois de cada cara ter um nome, esta cooperação Sul-Sul prossegue por e-mail, Facebook, Twitter e outros canais de comunicação. ■

3• A campanha na prática

As equipas da campanha realizam um vasto conjunto de actividades. Recorrem a vários meios de comunicação consoante o país e produzem os seus próprios materiais, bem como os que são fornecidos pela CSI, UNI e Fundação WageIndicator. Grandes eventos, como o Dia Internacional da Mulher em 8 de Março, o Dia Mundial para um Trabalho Digno em 7 de Outubro e o Dia Internacional para a Eliminação da Violência contra as Mulheres em 25 de Novembro são muitas vezes utilizados para realizar eventos da campanha Decisões para a Vida e chamar a atenção de um público mais vasto. As campanhas nos países arrancaram com eventos de lançamento, nalguns casos organizados à volta destas importantes datas. Esses eventos atraíram muitas vezes a atenção dos

meios de comunicação social, o que se verificou ser extremamente útil para atrair participantes. Para chegarem às jovens, as equipas da campanha visitam espaços públicos, como centros comerciais, organizam eventos públicos, realizam debates e sessões de formação e entrevistam jovens mulheres. Por vezes são utilizadas técnicas muito criativas, como produções teatrais. A comunicação pode ser feita por e-mail, telefone, através de redes de sindicatos e/ou ONG ou sítios de socialização em rede, como o Twitter e o Facebook. No entanto, em muitos casos as equipas referiram que os contactos pessoais são o meio mais eficaz de comunicação. Os materiais incluem brochuras, cartazes, questionários e publicações, bem como T-shirts e bonés de basebol.

Zimbabué

Mobilizar as mulheres para exigirem os seus direitos

“ **A** campanha Decisões para a Vida ajuda as mulheres a atingirem posições de liderança nos sindicatos e a mobilizarem as bases. No meu cargo observo as actividades dos sindicatos filiados em todo o país. As questões suscitadas pelas Decisões para a Vida são filtradas através de funcionários sindicais para os delegados sindicais e as bases. Em cada bairro são organizados fóruns laborais nas instalações locais do ZCTU, a seguir ao trabalho, para debater questões como as condições no local de trabalho, assédio sexual, protecção jurídica e combinação do trabalho com as responsabilidades familiares. São debates públicos e não apenas para os sócios dos sindicatos. Estes fóruns laborais são realizados em cada um dos 35 sindicatos filiados de diferentes sectores.

Em 8 de Março de 2010, Dia Internacional da Mulher, em cada uma das seis regiões do ZCTU a federação organizou manifestações e debates nas principais cidades, bem como algumas zonas afastadas. Só

em Harare participaram cerca de 500 mulheres. Por todo o lado a afluência foi semelhante, portanto participaram alguns milhares de mulheres. Distribuámos folhetos a explicar o que trata a campanha Decisões para a Vida. Entregámos T-shirts, que foram muito apreciadas. Recebemos relatórios dos nossos comités de mulheres em todas as regiões. Ficámos assim com a impressão de que em todo o lado as mulheres defendem os seus direitos. Exigem igualdade de oportunidades, benefícios para a maternidade e o fim do assédio sexual.”



*Fiona Gandiwa Magaya,
Women and Gender
Fiona Gandiwa Magaya,
Coordenadora para as
Mulheres e o Género,
Congresso dos Sindicatos do
Zimbabué, ZCTU.*

África do Sul

Aprender a trabalhar em conjunto

A campanha é coordenada pelo Serviço de Estudos Laborais (Labour Research Service - LRS), juntamente com os quatro centros nacionais filiados na CSI e três filiados da UNI. Esta coligação foi alargada mais tarde, quando se formaram redes com ONG e grupos culturais a fim de aumentar o âmbito da campanha.



A equipa de Decisões para a Vida apoiando uma greve da SABC

Nas reuniões periódicas das equipas da campanha, as quatro confederações aprenderam a trabalhar em conjunto, respeitando as diferentes tradições umas das outras e as respectivas opiniões políticas. Ao mesmo tempo, as sindicalistas mais antigas partilharam experiências com as mais jovens, que aderiram recentemente aos sindicatos. Um dos pontos altos que identificaram foi o envolvimento directo de jovens trabalhadoras no planeamento, coordenação, implementação e avaliação das actividades. Ao visar vendedoras, empregada de hotéis e empregadas bancárias, bem como operadoras de centros de chamadas e empregadas administrativas, a campanha centrou-se nos direitos das mulheres, principalmente os direitos sexuais e

reprodutivos, no equilíbrio entre o trabalho e a vida familiar, na violência contra as mulheres e no assédio sexual. Graças à campanha são agora incluídas como exigências na agenda de negociações colectivas dos sindicatos questões essenciais destes sectores que afectam as mulheres jovens. Entre essas questões incluem-se o transporte seguro das jovens que trabalham até tarde, o assédio sexual no sector hoteleiro, o impacto do trabalho por turnos nos centros de chamadas para o equilíbrio trabalho/vida familiar e a necessidade de creches e jardins de infância subsidiados.

Encorajar as mulheres a protegerem-se

O trabalho da equipa da campanha incluiu uma acção específica sobre o “Direito de as mulheres optarem pela utilização de um preservativo feminino”. As jovens não têm grande oportunidade de falarem dos seus receios, esperanças e desejos em relação ao sexo e à reprodução. No entanto, o direito de controlarem o seu corpo é essencial para poderem tomar decisões sobre outros aspectos das suas vidas. A campanha do preservativo feminino constituiu um importante meio prático de consciencialização e de articulação das exigências da negociação colectiva, por exemplo a disponibilização de preservativos femininos no local de trabalho e, mais importante ainda, permitir que as jovens possam controlar o seu corpo.

Ensinar as mulheres a protegerem-se

A história de Phina

“Chamo-me Phina Mogosi e tenho 29 anos. Em 2003 tive um teste positivo de VIH quando estava grávida da minha filha. O meu marido ficou furioso e começou a acusar-me de ter contraído a doença e de lha transmitir. Fiquei triste, irritada, recusava-me a tudo e comecei a consumir demasiado álcool. A minha sogra levou a minha filha para viver com ela. Depois encontrei Mama Nomvula, ela aconselhou-me, apoiou-me e senti-me melhor. Insistiu comigo para ir à clínica verificar a contagem da CD4. Fiquei alarmada ao verificar que a minha contagem dava apenas 5! Aconselharam-me a tomar anti-retrovíricos. Neste momento a minha contagem de CD4 está a aumentar pouco a pouco e sinto-me muito melhor, já podendo trabalhar de novo no meu salão de cabeleireira.”

Gostaria de dizer a outras jovens que estão infectadas, que é verdade que existe vida mesmo depois da infecção do VIH. Claro que se sentirão muito mal depois do teste, mas têm de continuar a ter uma atitude positiva e optimista em relação à vida, porque a vida não acaba depois do diagnóstico.

As jovens e as jovens mães dever prestar atenção à campanha Decisões para a Vida e terem confiança, para poderem fazer escolhas e se protegerem da doença, optando por utilizar preservativos femininos quando é difícil negociar com o seu homem para usar uma protecção. Continuem positivas, estejam conscientes e preparadas, façam o teste e conheçam a vossa situação, **PROTEJAM-SE!**

*Por Phina Mogosi.
Viver de forma positiva.*

Ousar liderar

No SACCAWU as jovens envolvidas na campanha dizem que as suas vidas mudaram. A campanha incentivou-as a tornarem-se activas no sindicato, a terem coragem para se candidatar a

lugares de chefia e mesmo a tornarem-se mais decididas em casa. No final de Junho de 2010, as mulheres ocupavam 40% dos cargos directivos no sindicato. Até Junho de 2010 foi recrutado um total de 259 jovens mulheres, a maioria das quais pretendiam tornar-se futuras dirigentes do SACCAWU, desde delegadas sindicais até dirigentes a nível nacional.

A chave do sucesso desta campanha foi, segundo elas, o facto de serem jovens mulheres a organizarem outras jovens mulheres. A sua abordagem incluiu a tutoria e a integração da campanha nas campanhas do seu sindicato. Utilizaram as estruturas existentes relacionadas com o género para assegurar a coordenação. Um dos temas principais da campanha foi o assédio sexual, identificado como um problema grave na África do Sul. Os seminários deram uma resposta forte e as jovens compreenderam que podem dar uma resposta diferente. O sindicato já negociou uma política de assédio sexual numa importante cadeia retalhista, os armazéns Lewis, e propôs alterações ao Código de Boas Práticas no domínio do Assédio Sexual elaborado pelo Governo.

“Nós, mulheres jovens, também temos um contributo a dar para desenvolver o sindicato e precisamos que nos levem a sério”.

*Membro da campanha
Decisões para a Vida*

Ampliar a audiência

Foram utilizados vários métodos para atrair as jovens para a campanha Decisões para a Vida. O evento de lançamento em Joanesburgo, em Agosto de 2009, recebeu uma importante cobertura dos meios de comunicação social e criou um espaço público para as jovens terem acesso directo à campanha. Mais tarde, as visitas aos locais de trabalho e a espaços públicos permitiu que membros da campanha – normalmente as próprias jovens – estabelecessem directamente contacto com as trabalhadoras, dando-lhes uma face jovem e humana. Uma visita ao Maponya Mall, por exemplo, permitiu que os elementos da campanha falassem sobre o sindicato com mulheres não sindicalizadas e num ambiente não intimidativo. Este contacto prosseguiu mais tarde por *e-mail*, telefone e mensagens de texto. Também foram usados processos

interactivos, como o teatro e sessões de poesia, tendo-se mostrado muito eficazes e ao mesmo tempo divertidos e educativos. Um modo extremamente forte de comunicação foi o rádio comunitário, através das estações de rádio locais da Cidade do Cabo e de Joanesburgo, e uma produção conjunta SABC/Workers’ World. Gradualmente foram sendo criadas redes de apoio de mulheres jovens dentro do sindicato, entre sindicatos, entre federações e entre mulheres jovens empregadas e desempregadas. As jovens foram encorajadas a contar e a escrever sobre histórias das suas vidas, a tomarem decisões que têm efeitos nas suas vidas e a assumirem o respectivo controlo.

“As jovens muitas vezes não são responsáveis pelas suas próprias vidas, estando as respectivas decisões nas mãos de homens, que não têm consciência dos problemas que as afectam. É preciso pôr fim à exploração das mulheres jovens nos locais de trabalho!”

*Alinah Mbethe, 28 anos,
equipa da campanha
Decisões para a Vida, África
do Sul.*

Os membros da campanha estão agora a ensaiar modos mais informais de recrutamento das jovens e a encontrar formas para garantir que os problemas que afectam estas jovens são incluídos na agenda sindical e continuarão a sua relação com as ONG centradas nas mulheres.

Integração

As sindicalistas na África do Sul promoveram de tal modo a campanha Decisões para a Vida que nos seis meses a seguir ao seu lançamento em Março de 2009, passou a fazer parte das políticas de integração dos sindicatos. Este acontecimento foi considerado único na história sindical.

Estratégias

As equipas da campanha na África do Sul utilizaram uma série de estratégias inovadoras, designadamente os comités de centros comerciais e a tutoria.



Comités de centros comerciais: os comités de centros comerciais proporcionam uma oportunidade para desenvolver a solidariedade dos trabalhadores nas empresas, mas mais importante é que podem ser um espaço facilmente acessível para as mulheres trabalhadoras, que se podem encontrar durante a hora do almoço em vez de ser no fim do trabalho, quando podem ter de fazer um longo caminho de regresso a casa.

Tutoria: outra estratégia de organização é a tutoria, em que a equipa da campanha mantém o contacto com uma dirigente sénior, normalmente mais velha, que aceita dar orientações às mulheres mais jovens. Estas jovens, por sua vez, passam depois a oferecer tutoria a outras jovens. O problema do conflito de gerações, em que as colegas mais velhas receiam as mais novas, enquanto as mais jovens acham que as suas opiniões não são ouvidas, pode ser ultrapassado graças à estratégia de tutoria.

Angola

Aumentar a consciencialização e recrutar mulheres jovens

"Sistematicamente sinto-me inspirada para realizar novas actividades. Em Agosto, Outubro e Dezembro de 2009 fizemos seminários para dar formação às trabalhadoras sobre as questões da campanha Decisões para a Vida. No final chegou-se a acordo entre os dirigentes sindicais para dirigir os esforços para as jovens trabalhadoras, com o duplo objectivo de aumentar a consciencialização e recrutá-las como membros do sindicato".



Luzia Tungaica, Vice-Presidente do Comité das Mulheres da UNTA.

As mulheres como iguais

"As mulheres angolanas já demonstraram ser capazes de realizar actividades em qualquer domínio da realização humana e são parceiras para o desenvolvimento de uma sociedade mais justa e fraterna".

Maria Fernanda Carvalho Francisco, Presidente, Comité das Mulheres da UNTA-CS de Angola, falando no lançamento da campanha, Luanda, Agosto de 2009.



Moçambique

Decisões para a Vida ajuda-nos a alcançar os nossos próprios objectivos

“ **A** campanha Decisões para a Vida teve um grande efeito em mim.

No último ano, desde que fui eleita em Maio pelos cinco sindicatos filiados na UNI, em Moçambique, para ser a sua coordenadora, cresci pessoalmente. Aprendi a falar em público e em Dezembro último fui eu, de entre todos, que moderei com êxito uma reunião. Para mim, portanto, não há dúvida que as Decisões para a Vida ajudam a alcançar os nossos próprios objectivos como trabalhadoras, mais rapidamente e de forma mais eficiente.

Desde o lançamento da campanha Decisões para a Vida, em Outubro de 2009, criei um comité de jovens mulheres membros do SNEB. Elaborámos em conjunto uma estratégia que inclui



seminários de formação, selecção de temas para debate em reuniões e eventos, bem como uma participação activa em acontecimentos nacionais e internacionais. Esta estratégia inclui igualmente uma componente de comunicação social. Procuramos dar a maior exposição aos acontecimentos em estreita colaboração com a equipa web do WageIndicator.”

Hagira Faquir, coordenadora nacional das mulheres do Sindicato Nacional dos Empregados Bancários, SNEB-Moçambique.

Zâmbia

As questões das Decisões para a Vida integradas na negociação colectiva

“**D**entro do sindicato uso o meu cargo e a liberdade que tenho para fazer o meu próprio programa de formação para integrar a campanha Decisões para a Vida. Agora as questões das Decisões para a Vida já fazem parte da agenda dos programas normais das jovens e das mulheres. As mulheres estão calmamente a assumir a liderança do sindicato. Isto significa que as questões suscitadas pelas Decisões para a Vida entrarão na negociação colectiva de forma estrutural.”



*Silvia Chimpapwe,
Presidente do Movimento
Nacional das Mulheres da
Zâmbia e directora do
programa de educação das
mulheres do Sindicato dos
Trabalhadores de
Instituições Financeiras e
Afins, ZUFIAW.*

 **DECISIONS
FOR
LIFE**
WHAT WORKING WOMEN WANT

Brasil

Cláusulas relacionadas com o género nos acordos colectivos

O DIEESE, departamento intersindical de estatísticas e estudos no Brasil, centra as suas actividades da campanha na inclusão de cláusulas relacionadas com o género nos acordos colectivos. Até ao final da campanha esperam ter negociado 50 novos acordos colectivos com cláusulas relacionadas com o género. Abrangeram milhares de mulheres na campanha, nomeadamente em centros de chamadas, na indústria e no sector comercial, o que veio a revelar-se um poderoso instrumento de organização. Para fazer chegar a mensagem da campanha a tantas

mulheres foram utilizados vários métodos. A campanha foi promovida nos sindicatos e em eventos públicos, os grandes eventos tornaram-se uma plataforma para discutir as questões das Decisões para a Vida e foram organizados seminários com todas as confederações brasileiras e sindicatos filiados na UNI. Passou a ser publicado um boletim para manter os representantes sindicais informados sobre a campanha, que se revelou muito eficaz, assim como o sítio web WageIndicator, que forneceu extensas informações sobre o conteúdo e as actividades da campanha.



O CUT do Brasil promove a campanha Decisões

para a Vida.

O UNI-Brasil também considerou especialmente útil para as mulheres a formação em negociação colectiva. Graças a um seminário concebido para a Rede da UNI de Mulheres das Américas, conseguiram dar orientações às mulheres sobre a negociação de cláusulas relacionadas com o género. No final deste seminário foi considerado que mulheres de vários sectores estavam preparadas para participar na mesa das negociações.

Outra questão importante abordada durante a campanha foi a violência doméstica. Num seminário destinado a mulheres jovens do sector gráfico foi explicado o papel do autor e da vítima da violência e como se pode recorrer à lei brasileira para ajudar as vítimas de violência doméstica. Os sindicatos e o governo estão agora a trabalhar em conjunto para promover a utilização da lei.

Equilíbrio Trabalho/Família

A campanha Decisões para a Vida atribuiu prioridade à conciliação entre a vida pessoal e a vida profissional na agenda sindical. A conciliação é agora abordada em todas as actividades do sindicato. Os sindicatos começam a ter em conta a importância do tempo gasto com a família. Este facto foi traduzido em temas de negociação colectiva, como a licença parental para pais e mães ou a licença de maternidade paga de seis meses. A campanha Decisões para a Vida facilitou este processo.

*Rosângela da Silva,
coordenadora da campanha
Decisões para a Vida no Brasil
e Secretária do Sindicato
Nacional dos Trabalhadores
Gráficos.*



Indonésia

As questões da campanha Decisões para a Vida são utilizadas na nossa actividade de recrutamento



"A campanha Decisões para a Vida ajudou-nos de duas formas. Em primeiro lugar, melhorou a posição da nossa Comissão de Igualdade a nível da confederação. Antes nem éramos consultadas sobre questões estratégicas, mas agora já participamos na elaboração das políticas. As Decisões para a Vida foram utilizadas para aqui chegar. Do mesmo modo, as questões da campanha foram utilizadas na nossa actividade de recrutamento. Desde Abril de 2009 até Abril de 2010, a nossa confederação recrutou aproximadamente 50 000 novos membros. Temos agora 511 000 membros, 35% dos quais são mulheres."

Afrileston Sulistri, líder da campanha Decisões para a Vida, Presidente adjunta do KSBSI.

Rede social

A KSBSI, central sindical nacional da Indonésia, tem aumentado constantemente o número de membros desde o início da campanha, com um

acréscimo de 30% do número de mulheres sindicalizadas. As suas actividades da campanha foram realizadas em colaboração com a ASPEK Indonésia, filiada da UNI, constituindo uma coligação forte e eficaz. Visando as empregadas de comércio, operadoras de centros de chamadas, secretárias e programadoras de informática, a campanha centrou-se no tema dos direitos das mulheres, uma vez que muito poucas mulheres estão conscientes dos seus direitos laborais. O resultado é que estão a ser criados mais sindicatos: na sequência de uma reunião informal com empregados da B; Integrated, uma empresa de publicidade, o departamento de recursos humanos contactou a equipa de Decisões para a Vida, que os pôs em contacto com a Federação dos Sindicatos do Sector Financeiro, da Informação, do Comércio e dos Bancos para negociar a criação de um sindicato na empresa. Também estão a ser negociados novos acordos colectivos com cláusulas relacionadas com o

género, incluindo dois acordos de fábricas de produtos alimentares (PT. Kemang Food Industries e PT. First Marine Seafoods) em Jacarta, que abrangem 1 200 mulheres. Estes acordos incluem cláusulas sobre a igualdade de remuneração entre homens e mulheres, licença de maternidade e licença no período de menstruação.

Até agora tem-se verificado que os contactos informais e directos funcionam melhor para conquistar a confiança das mulheres. A equipa da KSBSI também está a chegar às mulheres jovens recorrendo aos instrumentos de comunicação que elas mais utilizam, como o Facebook e o Twitter. Não só melhoraram as comunicações e atingiram uma audiência mais vasta, como também melhoraram a imagem do sindicato, que agora é visto como uma organização de trabalhadores jovens.



O lançamento da campanha na Indonésia.

Regular as condições de trabalho nas artes

Um encontro da equipa de Decisões para a Vida com estudantes do Instituto de Artes de Jacarta conduziu à elaboração de um regulamento sobre as condições de trabalho na indústria cinematográfica. Depois de falar com as estudantes, a equipa de Decisões para a Vida concluiu que algumas delas eram empregadas numa base freelance, sem contrato nem horas de trabalho regulares e sem protecção. As mulheres disseram que gostariam de ter um sindicato para proteger os seus direitos e que estavam dispostas a pagar as quotas sindicais. Depois da reunião a equipa de Decisões para a Vida contactou a Comissão de Igualdade da KSBSI, que fez uma proposta informal ao Ministério do Trabalho para elaborar um regulamento específico para os trabalhadores da indústria cinematográfica. Em Julho de 2010 a Comissão de Igualdade estava em discussão com os representantes dos trabalhadores desta indústria sobre o conteúdo do regulamento.

Índia

Ultrapassar o cepticismo



Na Índia, a equipa da campanha do UNITES³, filiado na UNI, focou a atenção nas jovens que trabalham em centros de chamadas, bancos e empresas de TI. Vendo que o seu grupo-alvo percebia e usava extensivamente as tecnologias da informação, decidiram ser essa a melhor forma para comunicar. Sítios web (ver à frente a secção sobre sítios web), blogues, sítios de redes sociais e, claro, o e-mail demonstraram ser muito eficazes para atingir o grupo-alvo e os temas da campanha seleccionados foram as questões que mais as afectavam no seu trabalho do dia-a-dia – direitos das mulheres no trabalho, equilíbrio trabalho/vida familiar e violência contra as mulheres.

Recorreu-se a uma série de grandes eventos para chamar a atenção para a campanha, começando com um evento de lançamento em Outubro de 2009. Desde aí foram organizados outros, agendados para coincidir com dias importantes no calendário internacional, como o Dia Internacional da Eliminação da Violência contra as Mulheres, o Dia Nacional da Rapariga e o Dia internacional da Mulher.



Para comemorar o Dia Internacional da Mulher, a equipa de Decisões para a Vida na Índia realizou um fórum sobre o “Assédio sexual no local de trabalho”. O fórum foi

organizado em conjunto com a ITF (Federação Internacional dos Trabalhadores dos Transportes) e o NRMU (Sindicato Nacional dos Trabalhadores dos Caminhos-de-Ferro) e contou com 137 participantes.

³ Sindicato dos Profissionais dos Serviços das Tecnologias da Informação.

Num dos três eventos da campanha Decisões para a Vida, realizado em 17 de Novembro, Dia Internacional do Estudante, a resposta inicial foi de cepticismo. Contudo, logo que as pessoas começaram a descobrir a campanha no pavilhão de informação, em Deli, cheio de estudantes, quiseram saber mais, participando em sessões de trabalho e em seminários e quiseram ser convidadas para mais sessões. A campanha atraiu a atenção não só de jovens raparigas estudantes, mas também de rapazes que solicitaram informações sobre a campanha para as suas amigas ou irmãs.

Entre o lançamento e o evento de Junho de 2010, no Dia Internacional contra o Uso Indevido e o Tráfico Ilícito de Drogas, conseguiram trazer mais 1 109 mulheres para participarem nas suas actividades.



Dia Internacional da Mulher na Índia.

Bielorrússia

Criar um sindicato a todo o custo

Quando algumas comerciantes independentes tentaram criar um sindicato, “Vmeste”, foi-lhes sistematicamente recusado o reconhecimento pelas autoridades. Continuar os esforços parecia arriscado, uma vez que as actividades de organizações não registadas são proibidas. Os membros da equipa de Decisões para a Vida da confederação independente BKDP decidiram que era tempo de encontrar formas de ultrapassar o problema. Um membro da equipa da campanha, Zhanna Rogova, e outras activistas, que trabalham com cerca de 3 000 comerciantes na região de Gomel, decidiram registar-se primeiro como uma ONG a fim de poderem organizar legalmente actividades para as trabalhadoras independentes.

Ao fazerem campanha com Decisões para a Vida sobre equipamentos para guarda de crianças, condições de trabalho, protecção social, aconselhamento jurídico e VIH/SIDA, fizeram intervir mais

jovens mulheres independentes. Em Julho de 2010 a ONG tinha a sua própria sede, tinha desenvolvido relações de cooperação com autoridades locais e com outras organizações e tinha ganho credibilidade entre as trabalhadoras independentes. Como lhes foi oferecido espaço para discutirem os seus problemas, vários grupos de activistas afirmaram-se motivadas para continuar a trabalhar na organização das comerciantes independentes. O plano consiste em trabalhar por etapas para transformar a ONG num sindicato.



Encontro dos parceiros da campanha regional em Minsk, Bielorrússia.

Cazaquistão

Aperceber-se das potencialidades



Depois de a FPRK ter realizado seminários sobre os direitos das mulheres, igualdade de género e liderança, os trabalhadores das pequenas e médias empresas dos sectores do comércio e da restauração criaram dois sindicatos de base. A equipa da campanha está à procura de potenciais líderes femininos com quem possam trabalhar no futuro. A formação continuou com êxito desde então e as participantes disseram que tinham ficado surpreendidas por acharem que tinham qualidades que desconheciam. Depois da formação de liderança que foi proporcionada pela FPRK, muitas das mulheres empenharam-se na campanha e disseram estar preparadas para negociar com os seus empregadores quando voltassem ao trabalho.

Formação orientada

O estudo realizado pela CFTUK através de questionários pormenorizados em seis regiões permitiu-lhes orientar cuidadosamente as suas actividades da campanha. Tornou-se evidente que muitas mulheres pouco sabiam de sindicatos ou dos seus direitos laborais. Trabalhadoras independentes do sector das vendas, trabalhadoras da indústria hoteleira e trabalhadoras da comunicação social foram seleccionadas para receber formação, que se centrou essencialmente nos sindicatos e nos direitos sindicais. Na sequência desta formação as mulheres de todos estes sectores decidiram que queriam criar os seus próprios sindicatos e organizar outras mulheres. A formação também deu conhecimentos sobre a Internet às jovens mulheres. Um impulso adicional para a campanha foi a inclusão de uma jovem jornalista da “Stan TV” na equipa, que ajudou a garantir uma cobertura alargada dos meios de comunicação social.

Inspirar as outras

Outro resultado que não se esperava foi que depois da conferência de imprensa de Decisões para a Vida, em Setembro de 2009, as jovens jornalistas que estavam a fazer a cobertura do evento ficaram tão entusiasmadas que decidiram criar o seu próprio sindicato. Estão a pensar em pedir o registo do sindicato no final do ano.

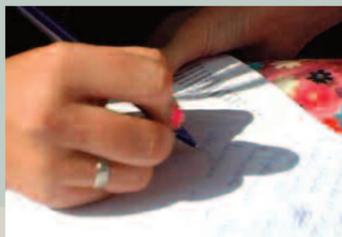
Decisões para a Vida – unir os sindicatos

No âmbito da campanha das Decisões para a Vida, as duas federações cazaques, CFTUK e FPRK, juntamente com jornalistas, realizaram uma mesa-redonda em Março de 2010, por ocasião do Dia Internacional da Mulher. Esta colaboração das duas federações cazaques é extremamente importante, uma vez que as diferenças de abordagem e a história das duas centrais sindicais fizeram que até aqui quase nunca tivessem trabalhado em colaboração. A campanha Decisões para a Vida encorajou-as a juntarem esforços para combater as dificuldades com que as mulheres jovens se debatem hoje em dia.

Fazer campanha pelos direitos da maternidade

A CFTUK também começou a recolher assinaturas para uma petição que apela às autoridades do Cazaquistão para ratificarem a Convenção n.º 183 da OIT sobre a protecção da maternidade. A ratificação desta Convenção obrigaria os empregadores e o governo a respeitarem rigorosamente a legislação do trabalho, assegurando benefícios que podiam atingir dois terços dos salários. Os rendimentos das mulheres descem abruptamente depois do nascimento de um filho e os actuais benefícios ascendem apenas a cerca de 50 USD por mês, independentemente do nível salarial. Os membros da campanha dizem que as mulheres não precisaram de ser persuadidas para assinarem a petição.

Recolha de assinaturas para apoiar a ratificação da Convenção n.º 183 da OIT sobre a protecção da maternidade no Cazaquistão.



Azerbaijão

Modelos de funções de mulheres

A AHİK, em cooperação com o Khidmat-Ish, um sindicato filiado na UNI/IUF, envolveram com êxito mulheres do Azerbaijão na sua campanha como modelos de funções, utilizando-as em sessões de narração de histórias para inspirar as mulheres mais jovens. Também recorreram a técnicas de teatro durante as suas actividades de 8 de Março, dedicadas em 2010 às Decisões para a Vida. O evento de 8 de Março teve uma larga cobertura na comunicação social e a produção teatral atraiu a participação de 360 mulheres. A AHİK publicou igualmente um livro sobre os “Direitos das Trabalhadoras Jovens”, que abrange as convenções internacionais, a Carta Social Europeia, o Código do Trabalho do Azerbaijão e outros diplomas nacionais.

A filiação sindical tem aumentado de forma constante desde o início da campanha, nomeadamente entre trabalhadoras do comércio e das telecomunicações.



Mulheres a participarem numa actividade da campanha Decisões para a Vida.

Ucrânia

Formas inovadoras de atrair as jovens

A Confederação dos Sindicatos Livres da Ucrânia, KVPU, procurou aumentar a consciencialização das mulheres para os seus direitos, através de grupos de trabalho, seminários e da distribuição de livros e folhetos. Também publicou regularmente artigos sobre questões das mulheres no jornal sindical ASPECT, no âmbito da sua campanha, incluindo uma entrevista com uma mulher que foi alvo de assédio no trabalho. Em Outubro de 2010 a KVPU conseguiu organizar mais de 100 mulheres e tenciona continuar esse trabalho. Esta organização incluiu a criação de sindicatos de base, nomeadamente três em diferentes sectores da cadeia de armazéns Epicentre. Ao mesmo tempo a campanha reuniu até aqui 678 assinaturas a favor da Convenção n.º 183 da OIT sobre a protecção da maternidade.

Graças à campanha, as mulheres dirigentes do PIT.Ua criaram o seu próprio comité de mulheres.



Forma inovadora e criativa

O Sindicato ucraniano dos Profissionais da Informação, da Comunicação e das Tecnologias Empresariais, PIT.Ua, surgiu com uma forma muito inovadora e criativa de atrair a atenção das mulheres jovens para a campanha Decisões para a Vida, levando-as ao mesmo tempo a reflectirem profundamente nos seus objectivos. Lançou um concurso de artigos sobre as Decisões para a Vida. Os concorrentes deviam escrever um artigo sobre liderança – como vêem o seu futuro, como planeiam as suas actividades sociais, o que farão para atingir esses objectivos, etc. Haverá dois vencedores. Um ou uma sairá de uma eleição feita pela Internet pelos visitantes do sítio web do PIT.Ua, enquanto o outro ou a outra será eleito pela Direcção do PIT.Ua. Os prémios serão apresentados em 10 de Dezembro de 2010, Dia Internacional dos Direitos Humanos.

Utilizar as TIC como instrumento de formação

O PIT.Ua está a utilizar a tecnologia web para dar formação a mais mulheres jovens. Organizou conferências web sobre temas “Como influenciar o seu empregador” e seminários em linha, por exemplo, “Conheça os seus direitos!”, para informar estas jovens dos seus direitos laborais e de como agir. ■



4• Os sítios web WageIndicator

Informação, informação, informação

A informação é essencial para dar autonomia e os sítios web WageIndicator, criados pelas equipas locais em cada um dos países abrangidos pela campanha fornecem o tipo de informação que as jovens precisam para as ajudar a tomar decisões nas suas vidas. As equipas web trabalham em estreita colaboração com as equipas sindicais, o que ajuda a assegurar que estes sítios web vão de encontro às necessidades da campanha. Esta colaboração é mutuamente benéfica, porque percebem que fazem todos parte do mesmo grupo que trabalha para um objectivo comum.

Uma das ferramentas principais existentes nestes sítios web é a pesquisa salarial, onde as jovens podem verificar se lhes estão a pagar um salário justo pelo trabalho que fazem. Estes sítios web também incluem uma pesquisa de emprego digno, informações sobre como melhorar a carreira, sobre o equilíbrio trabalho/vida familiar e, nalguns casos, sobre a legislação laboral e salários mínimos, assim como artigos sobre a campanha, direitos das trabalhadoras jovens, saúde das mulheres e secções interactivas para permitir às jovens partilharem as suas experiências. Estes sítios web estão a ter dezenas de milhares de visitas por mês. Os utilizadores dos sítios debatem em linha e solicitam aconselhamento jurídico por *e-mail*.

Desenvolver a autoconfiança na Indonésia

O lançamento do sítio web Gajimu.com na Indonésia constituiu um sucesso imediato. “Esperávamos quatro ou cinco jornalistas”, relata Michel Maas, o organizador do sítio, de Jacarta. “Mas de repente tínhamos uma sala com 30 jornalistas, incluindo Internet, imprensa e estações de TV.” A presença de algumas celebridades locais pode ter ajudado. Um lançamento com êxito de um sítio web nacional de WageIndicator é muito importante, uma vez que precisa de massa crítica de visitantes e do preenchimento de inquéritos antes de poder fornecer cientificamente dados viáveis sobre salários e condições de trabalho num país. Este sítio informa as mulheres que podem ter uma carreira própria, que não têm de parar depois do nascimento de um filho, que têm direitos de maternidade, o direito a um salário justo e ao equilíbrio entre o trabalho e a vida familiar. Também dá ideias às mulheres sobre como se apresentarem numa entrevista para emprego, para o poderem fazer com confiança.

Siti – a confiança permitiu-lhe arranjar emprego

Siti, de 24 anos, depois de ler algumas histórias no sítio Gajimu.com, sentiu-se inspirada para procurar um emprego melhor, em vez de continuar no seu triste emprego de escritório, a trabalhar 10 horas por dia e à espera de casar. Candidatou-se a uma vaga na indústria hoteleira, fez uma apresentação com confiança e ficou com o emprego. Também passou a ter tempo de trabalho fixo e o pagamento de horas extraordinárias, que nunca tinha tido antes.

Índia – artigos para, de e acerca de trabalhadoras

Além da verificação habitual do salário, da verificação de emprego digno e de informações legislativas, o sítio web da Índia, Paycheck.in, inclui muitos artigos sobre as mulheres e o trabalho, nomeadamente artigos sobre o equilíbrio entre a vida profissional e a vida familiar, a saúde das mulheres e relatos em primeira mão de mulheres que prosseguem com êxito as suas carreiras depois do casamento. O sítio Twitter correspondente contém também um artigo sobre os benefícios da maternidade, enquanto a conta da campanha no Facebook tem um artigo sobre mais empregos para mulheres no sector público.

Mudar a imagem dos sindicatos

“Com a campanha Decisões para a Vida tivemos efectivamente de começar



do nada. Tivemos de pensar no tipo de informação que queríamos dar, como delinear os sectores visados e onde encontrá-los. Na Índia é preciso combater ideias erradas sobre os sindicatos e desfazer uma imagem negativa.

Formámos mulheres jovens do UNITES para trabalharem na campanha, decidimos um plano de trabalho e fizemos o lançamento oficial da campanha em 7 de Outubro de 2009, Dia Mundial do Trabalho Digno. Preparámos legislação sobre os direitos das mulheres que era possível descarregar em linha e elaborámos uma pequena brochura para a equipa da campanha no terreno com um inquérito-piloto sem ser em linha, para saber o que era preciso mudar ou melhorar. Melhorámos substancialmente o sítio Paycheck.in, que levou a um aumento enorme das visitas ao sítio, e o registo de dados. Tudo isto foi inspirado pelas Decisões para a Vida.”

Khushi Mehta, Instituto de Gestão da Índia, Ahmedabad.

África do Sul – o balcão central

A equipa web na África do Sul explica como é que o seu sítio web, *Mywage*, pode ajudar as jovens e como é que as reacções dos utilizadores ajudam a melhorar o sítio. “Pretendemos fornecer um balcão central onde as jovens possam encontrar resposta para as suas perguntas sobre licença de maternidade, sobre o que deviam ganhar, sobre os seus direitos laborais e muito mais coisas, tudo com o simples clique de um rato. Muito do nosso trabalho assenta nas reacções dos utilizadores, bem como dos sindicatos, por isso temos uma boa ideia daquilo que as pessoas querem saber. E queremos ajudá-las. Consideramos que o facto de terem acesso gratuito a estas informações práticas e actualizadas, por exemplo como elaborar um CV e encontrar um emprego satisfatório, é essencial para as jovens e pode representar muito nas suas vidas profissionais.”

Bielorrússia – interactivo

O sítio web *WageIndicator* na Bielorrússia, gerido por *Mojazarplata*, fornece informações às mulheres jovens sobre salários, carreira, direitos, equilíbrio trabalho/vida familiar, opções de promoção, etc., para permitir que façam escolhas devidamente informadas sobre o seu trabalho. Contém igualmente blogues redigidos por duas jovens que escrevem sobre as suas experiências depois do casamento. O sítio web fornece instrumentos interactivos e permite pesquisas a uma vasta audiência, com um questionário sobre salários, um instrumento para calcular o salário, um controlo de trabalho digno, informações sobre prémios salariais, uma verificação de parceiro e um teste sobre a crise económica. Uma parte importante do sítio web é o inquérito em linha destinado aos visitantes, que fornece dados comparáveis no mesmo país e entre países. Os utilizadores também podem enviar perguntas. Numa ano foram recebidas 122 perguntas sobre protecção na maternidade, carreiras, processos judiciais e como viver com um salário mínimo. *Mojazarplata* está entre os 30 sítios mais populares do país. ■



Taisa Bandarenka, Gestora web para o Azerbaijão, Bielorrússia, Cazaquistão e Ucrânia - Mojazarplata.com

Mantenha-se em contacto

Siga as actividades da campanha Decisões para a Vida em:

<http://dfi.wageindicator.org/home>

<http://www.ituc-csi.org/decisions-for-life.html>

Junte-se à campanha Decisões para a Vida no Facebook:

<http://www.facebook.com/group.php?gid=133311066703863>

Veja as fotografias de Decisões para a Vida em CSI flickr:

<http://www.flickr.com/photos/ituc/collections/72157622932771134>

Sítios web de indicadores de salários por país

- Angola: <http://www.meusalario.org/angola>
- Azerbaijão: <http://www.qazancim.az>
- Bielorrússia: <http://moजारplata.by>
- Botsuana: <http://www.mywage.org/botswana>
- Brasil: <http://meusalario.uol.com.br>
- Índia: <http://www.womenpaycheck.in>
- Indonésia: <http://www.gajimu.com>
- Cazaquistão: <http://moजारplata.kz>
- Malavi: <http://www.mywage.org/malawi>
- Moçambique: <http://www.meusalario.org/mocambique>
- África do Sul: <http://www.mywage.co.za>
- Ucrânia: <http://moजारplata.com.ua>
- Zâmbia: <http://www.mywage.org/zambia>
- Zimbabué: <http://www.mywage.org/zimbabwe>

Está interessada em entrar em contacto directamente com as equipas?

Para obter os dados de contacto, dirija-se ao Departamento para a Igualdade da CSI:

equality@ituc-csi.org

Tel.: +32 2 224 03 26



Índice

1• Introdução	2
2• A campanha Decisões para a Vida em poucas palavras	3
3• A campanha na prática	7
Zimbabué	8
África do Sul	9
Angola	14
Moçambique	15
Zâmbia	16
Brasil	17
Indonésia	19
Índia	21
Bielorrússia	23
Cazaquistão	24
Azerbaijão	26
Ucrânia	27
4• Os sítios web WageIndicator	29



ITUC CSI IGB

CSI - Confederação Sindical Internacional
5 Bld du Roi Albert II, Bte 1
1210 Bruxelas – Bélgica

Tel.: + 32 2 224 02 11

Fax : +32 2 201 58 15

e-mail: info@ituc-csi.org

Sítio web: <http://www.ituc-csi.org>