Estudos em Jornalismo e Mídia - Vol. 10 Nº 1 – Janeiro a Junho de 2013
ISSNe 1984-6924 DOI: http://dx.doi.org/10.5007/1984-6924.2013v10n1p236

Muito além do jornal: a nova imprensa sindical

GUILHERME CARVALHO
Uninter – E-mail: guilhermegdecarvalho@hotmail.com
Doutor em Sociologia pela Unesp, graduado em jornalismo pela UEPG, professor de Comunicação

Resumo
Com o objetivo de identificar as mudanças na atividade de comunicação dos sindicatos e apontar a necessidade de uma revisão dos limites do que se compreende por "imprensa sindical", apresentamos este artigo. Jornais e revistas sindicais, agora produzidos com menores custos e maior agilidade, fazem parte de um conjunto de plataformas utilizadas com a intenção de divulgar conteúdos. Páginas na internet, programas de webrádio, produção de vídeos para internet, alimentação de perfis em redes sociais, boletins eletrônicos, clipping de notícias, produção de releases para imprensa, troca de informações com maior agilidade e a constituição de redes de notícias têm feito parte da vida de jornalistas de sindicatos com maior intensidade a cada dia. Para comprovar esta tendência, apresentamos dados de um survey aplicado a jornalistas sindicais de Curitiba, no qual se identifica a utilização de novas modalidades de comunicação, aliadas a um novo perfil de profissionais capazes de desenvolver multitarefas.

Palavras-chave
Jornalistas, Imprensa sindical, Novas tecnologias, sindicalismo, jornalismo

Abstract
With the goal of identifying changes in the communication activity of unions and highlight the need for a revision of the limits of what is meant by "union press", we present this article. Newspapers and magazines union, now produced with greater agility and lower costs, are part of platforms set used with the intent to disseminate content. Pages on the internet, webradio programs, video production for internet, profiles fed on social networks, newsletters, news clippings, press releases to production, exchange of information with greater agility and networking news have been part of lives of unions journalists with greater intensity every day. To prove this trend, we present data from a survey with union journalists of Curitiba, in which he identifies new forms used in communication, coupled with a new profile of professionals capable of developing multi-tasking.

Keywords
Journalists, Union press, New technologies, unionism, journalism

Artigo recebido em 10/02/2013
Aprovado em 29/03/2013

ISSNe 1984-6924 DOI: http://dx.doi.org/10.5007/1984-6924.2013v10n1p236

A imprensa sindical brasileira tem dado mostras da sua capacidade de adaptação não apenas às diferentes conjunturas políticas, comprovada pela sua durabilidade, expansão e profissionalização nas últimas décadas, mas também pela assimilação do processo de reorganização dos meios de comunicação e sua relação com a sociedade, acompanhando as tendências das empresas do setor, impulsionadas pelas novas tecnologias.

Não é mais possível compreender imprensa sindical pelo conceito reduzido de jornal impresso, uma marca do sindicalismo dos anos 1980 e 1990 no Brasil, quando despontaram importantes tabloides como a Tribuna Metalúrgica, do Sindicato dos Metalúrgicos do ABC, ou o *standard* Folha Bancária, do Sindicato dos Bancários de São Paulo. As produções em escala industrial e diárias, aliado ao profissionalismo, permitiu um avanço significativo na imprensa sindical, colocando-a em um novo patamar.

A partir dos anos 2000, entretanto, pode-se perceber uma mudança significativa na capacidade de comunicação de boa parte dos sindicatos. Jornais e revistas sindicais, agora produzidos com menores custos e maior agilidade, fazem parte de um conjunto de plataformas utilizadas com a intenção de divulgar conteúdos. Páginas na internet, programas de *webrádio*, produção de vídeos para internet, alimentação de perfis em redes sociais, boletins eletrônicos, *clipping* de notícias, produção de *releases* para imprensa, troca de informações com maior agilidade e a constituição de redes de notícias têm feito parte da vida de jornalistas de sindicatos com maior intensidade a cada dia.

A possibilidade de aumento da produtividade no jornalismo, com o advento de novas tecnologias, permite maior previsão orçamentária às secretarias e departamentos de comunicação das entidades. A operação de novas ferramentas, aliada à disposição de recursos e uma percepção positiva dos dirigentes sindicais sobre investimentos em comunicação, tem resultado em uma profissionalização do meio. Sindicatos mais bem estruturados tendem a manter ao mínimo um jornalista em meio a uma microrredação, onde um computador garante a produção de matérias alimentadas por informações com

ISSNe 1984-6924 DOI: http://dx.doi.org/10.5007/1984-6924.2013v10n1p236

apoio de buscadores, atualização de *site* e redes sociais com informações quase em tempo real, edição e publicação de imagens, entre outras possibilidades de divulgação de conteúdo em diferentes meios.

O desenvolvimento da imprensa sindical, ainda que distante do que é realizado pela imprensa comercial, prova que os sindicatos têm investido em novas ferramentas de comunicação e, consequentemente, têm colhido resultados positivos, seja com o aumento de sindicalizações, com o fortalecimento da sua representatividade e da capacidade de mobilização, ou com uma maior competitividade na disputa por "corações e mentes".

Com o objetivo de identificar as mudanças na atividade de comunicação dos sindicatos e apontar a necessidade de uma revisão dos limites do que se compreende por "imprensa sindical", apresentamos este artigo[1]. Os dados coletados fazem parte de uma pesquisa sobre a imprensa sindical paranaense, na qual o objetivo é mapear os sindicatos que contratam jornalistas, observando seus impactos fenomenológicos, as condições de trabalho e o desenvolvimento deste setor como opção para o mercado de trabalho de jornalistas, sem deixar de apontar suas limitações.

As informações dispostas neste artigo foram organizadas a partir da aplicação de um questionário para jornalistas sindicais de Curitiba no mês de setembro de 2012. Foi utilizada como base de seleção uma lista atualizada até então do Sindicato dos Jornalistas Profissionais do Paraná (SindijorPR), na qual constam os sindicatos que declaram ter jornalistas contratados. Do total de 23 entidades listadas na cidade, 21 jornalistas atenderam ao nosso pedido para responder ao questionário enviado por e-mail diretamente aos profissionais, considerando que há entidades que contam com mais de um jornalista. Por este motivo, entendemos que os dados são uma amostragem limitada da realidade e que é preciso considerar que se tratam de sindicatos urbanos, com estrutura suficiente para manutenção de jornalistas e veículos de comunicação, não refletindo, por este motivo, a heterogênea realidade sindical do Paraná.

1 Uma outra versão deste artigo foi apresentada no IV Encontro de Pesquisa em Comunicação (Enpecom), realizado em Curitiba, em 2012.

Estudos em Jornalismo e Mídia - Vol. 10 Nº 1 – Janeiro a Junho de 2013
ISSNe 1984-6924 DOI: http://dx.doi.org/10.5007/1984-6924.2013v10n1p236

Diferenças e semelhanças do jornalismo comercial e sindical

O jornalismo sindical diferencia-se do jornalismo comercial na medida em que, ao invés da busca pela venda de notícias, tem a intenção principal de propagação de ideias e informações. Ao contrário da empresa, em que a comunicação é a atividade-fim, e na qual a informação tem valor de mercado, a figura do proprietário do jornal ou do grupo de acionistas é substituída pela do presidente ou secretário de comunicação do sindicato. O dirigente sindical, em geral, não é gestor ou empresário e sua experiência decorre ou da prática do cargo que ocupa ou da sua sensibilidade, o que não reduz o fato de ser um leigo responsável por gerenciar a máquina sindical, cuja principal finalidade é representar os interesses do grupo pelo qual foi eleito. A diferença fundamental entre os objetivos do dono de um veículo de comunicação (lucro) e um dirigente sindical (prestígio) ilustra as separações entre o tipo de informação que se produz em uma empresa de comunicação e um sindicato.

Estas diferenças têm reflexo diretamente sobre o que pode ser entendido como valor-notícia, conforme descrito por Traquina (2005). Os critérios de noticiabilidade que determinam se um acontecimento ou assunto é suscetível de se tornar notícia, isto é, de ser julgado como merecedor de ser transformado em matéria noticiável, no caso do sindicato, não podem ser apenas aqueles que têm maiores condições de garantirem audiência. Consideremos o seguinte exemplo: um momento específico da vida sindical como as negociações coletivas podem exigir do jornalista da entidade a produção de uma matéria sem que sejam atendidos todos os requisitos mercadológicos como a novidade, o tempo, o surpreendente, a concorrência entre empresas jornalísticas, mas que terão um importante impacto sobre as mesas de negociação, como dados sobre o crescimento de um determinado setor da economia que demonstre a possibilidade de um aumento salarial maior do que o que foi oferecido pelos empresários. Este tipo de informação pode não ter valor para a imprensa comercial, mas pode causar incômodo aos empresários com quem o sindicato está negociando, já que podem ficar mais suscetíveis à insatisfação dos seus trabalhadores.

Em uma outra ocasião, a fim de fomentar o descontentamento dos trabalhadores

ISSNe 1984-6924 DOI: http://dx.doi.org/10.5007/1984-6924.2013v10n1p236

de determinada empresa para que resulte em uma greve, o presidente de determinado sindicato pode pedir para que o jornalista faça uma matéria difamando o empresário sem provas suficientes para justificar algo do tipo. Nesses casos, o jornalista deve saber negociar ou ficará refém de um dirigente que não liga a mínima para o compromisso profissional do jornalista.

Estes são alguns exemplos para ilustrar o fato de que as pautas nos sindicatos sofrem a influência de pessoas com um olhar amador sobre a produção. Dos dirigentes não se pode esperar rigor para com as informações disponíveis, a veracidade, o compromisso ético ou o domínio técnico. Por outro lado, na empresa de comunicação, em geral, há pessoas da área, especializadas ou que contratam gestores entendidos do assunto para lidar com a parte produtiva do negócio, preocupados com fatores que influenciam diretamente no valor de um espaço publicitário. Uma notícia com equívocos, um furo de reportagem dado por uma empresa concorrente, a falta de informação em uma notícia podem abalar a credibilidade do veículo e reduzir seu valor de mercado.

Diferentemente da imprensa comercial, a imprensa sindical não tem como principal objetivo a transformação da notícia em objeto do lucro, ainda que lhe seja interessante a audiência que uma determinada matéria possa gerar. Há outros elementos que importam para a imprensa sindical, que implicam na mediação "de uma instituição social onde as relações intra e interclasses exprimem-se em mensagens elaboradas por indivíduos que as orienta pela força estrutural dos fatos e situações históricas vividas" (ARAÚJO, 1991, 50).

De modo geral, a imprensa sindical é reconhecida por assumir o papel do outro caminho, é a crítica, é um chamado à reflexão e à ação. "Queira ou não, a apreensão do objeto de conhecimento – imprensa sindical – compromete-se com a busca de explicações para uma forma de comunicação que, em certa medida, contrapõe-se às ideologias dominantes, desfrutando de posições definidas nas lutas sociais. Enfim, é a ação social, conhecer e fazer jornais sindicais" (ARAÚJO, 1991, 38).

O que aproxima o jornalista da imprensa sindical do jornalista da imprensa

ISSNe 1984-6924 DOI: http://dx.doi.org/10.5007/1984-6924.2013v10n1p236

comercial é o domínio da técnica. A profissionalização da imprensa sindical, que passou a ser tratada com maior importância pelos próprios dirigentes sindicais, como consequência da articulação do dito novo sindicalismo[2], alterou a organização das lutas dos trabalhadores no Brasil. Não por acaso, as greves em fins dos anos 1970 no ABC paulista contaram com informações diárias da Tribuna Metalúrgica, distribuída nos piquetes da greve e produzida pelo grupo Oboré, agência de comunicação que contava com profissionais de comunicação de várias áreas.

Decorre desse período um novo momento para a imprensa sindical brasileira, a partir da qual ela ganha aspectos profissionais, resultando em uma série de pesquisas sobre o assunto. Fígaro (1994), por exemplo, identifica um discurso próprio da imprensa sindical e a classifica como uma categoria do campo da comunicação que merece um estudo diferenciado.

Até antes desse período, a imprensa sindical falava para uma minoria, restrita aos limites corporativos dos sindicatos, e propunha uma forma de pensar que mascarava seus interesses partidários, como comprova Ferreira (1988).

Pesquisas realizadas nos anos 1980 indicavam que

> o discurso da imprensa sindical oscilava entre o economicismo marcadamente panfletário das reivindicações sociais e trabalhistas (que, historicamente, justificam a própria existência dessas mesmas entidades), o acontecimento singular que motiva a construção do fato-notícia – geralmente impulsionado pelo envolvimento da defesa ou conquista dos interesses/necessidades do indivíduo/grupo; e, em terceiro lugar, o seu caráter intrinsecamente político-pedagógico ou a projeção universalizante do discurso construído. (ARAUJO, 1991, 67)

As notícias dos jornais sindicais variavam em seu caráter quanto a sua expectativa em relação ao leitor. Diferenciava-se da imprensa comercial pelo fluxo de informações entre emissor e receptor. Esta tinha um caráter monológico, centralizava e hierarquizava as decisões. Normalmente não procurava uma ação no indivíduo que lia. Já na imprensa dos sindicatos identificava-se um caráter dialógico, pois havia, *a priori*,

2 Expressão que surgiu no seio do movimento grevista do ABC e que tinha como princípio a democracia como valor principal, por meio do qual se atingiria o acesso a direitos e se faz justiça social. O aprofundamento da organização sindical no país e do grupo que herdou este termo, contrapondo-se ao sindicalismo praticado anteriormente, culminou com a fundação da Central Única dos Trabalhadores em 1983. Ver Jácome Rodrigues (2011).

ISSNe 1984-6924 DOI: http://dx.doi.org/10.5007/1984-6924.2013v10n1p236

uma intenção de debate com o leitor e buscava-se, através de seu veículo, uma ação no indivíduo. Ou seja, o jornal sindical estava preparado para debater com os indivíduos e assimilar o caráter social contextualizado pelo desenvolvimento da sociedade. Legitimava para o trabalhador o espaço de luta de classes e referenciava a própria entidade sindical. Este veículo, possivelmente o único "órgão oficial de comunicação da entidade" promovia práticas sociais comuns, afinal, os dirigentes eram provenientes do meio ao qual representam, a partir da qual o trabalhador poderia se reconhecer a ponto de se identificar com o sindicato que lhe representava.

Eram incorporados a esta prática um novo *savoirfaire* bem sucedido no jornalismo comercial. O jornal sindical passou a revestir-se de objetividade para garantir sua legitimidade. Contra as acusações de falso jornalismo ou de assessoria, procurou demarcar seu caráter imparcial e verossímil. Passou a cultivar a isenção como forma de garantir a verdade por meio da reprodução técnica de modo que a ação sindical ganhasse credibilidade. "O jornalismo, por sua vez, constitui-se como sistema técnico legitimado socialmente por ser realizado por profissionais reconhecidos e por se apresentar com uma linguagem e um modo de fazer definidos e institucionalizados." (FERRAZ, 2000, 31)

Porém, enquanto na imprensa comercial há uma predisposição para se acreditar no que é informado, na imprensa sindical isso não ocorre. A matéria, quando é escrita de acordo com a técnica jornalística, colabora para se tornar verossímil para o leitor, porém, quando o seu conteúdo entra em choque com os valores deste indivíduo, a informação tende a não ser acreditada. O produto da imprensa sindical, pejorativamente apelidado de "jornalzinho", paga pelo seu passado militante e amador. O problema não está no excesso de subjetividade empregado por parte do jornalismo sindical, senão jornais opinativos estariam condenados nos dias de hoje, o que tem se mostrado o contrário. O problema está na ausência de padrões socialmente reconhecidos como justos e democráticos e no estigma que carrega consigo.

Imprensa sindical e novas tecnologias

ISSNe 1984-6924 DOI: http://dx.doi.org/10.5007/1984-6924.2013v10n1p236

Pesquisadores concordam que o desenvolvimento das novas tecnologias tem derrubado barreiras entre os diferentes meios de comunicação, modificando as atribuições de jornalistas e a forma como as informações circulam. Ferrari (2003) identifica uma série de recursos dos quais as empresas de comunicação se utilizam tendo em vista o desenvolvimento das novas tecnologias. Segundo ela, há mais recursos do que texto, foto e gráfico, como vídeo, áudio e animações. O conteúdo não está apenas na notícia, mas em uma série de produtos oferecidos, exigindo do jornalista uma visão mais comercial e *marketista*. Diz ela: "não basta produzir matérias na internet, é preciso pensar na enquete, tema do *chat*, bate-papo digital, vídeos e áudios, reunir o maior número de assuntos correlatos" (FERRARI, 2003, 45).

> Esta também tem sido a prática cotidiana de jornalistas de sindicatos. A profissionalização da imprensa sindical é um dos fatores que tem permitido a difusão de novas formas de comunicação também em entidades sindicais, acompanhando a tendência do mercado de comunicação. No produto do jornalismo sindical é possível identificar o uso de novas ferramentas relacionadas à internet, e, por sua vez, o uso de novas técnicas decorrentes das plataformas multimídia como o sistema de hipertexto, desenvolvimento gráfico, criação de serviços dentro das páginas como buscas, consultas a leis e documentos, sindicalização, agenda de atividades, entre outros serviços que se fundem ao conteúdo jornalístico. Também é perceptível a utilização convergente entre textos, vídeos e áudios que permitem a dinamização da leitura, bem como a participação dos leitores na construção da notícia.

A atuação da imprensa sindical relaciona-se ao que alguns pensadores identificam como novas formas de comunicação que ameaçam os meios de comunicação tradicionais, marcados por suas características massivas. "A integração potencial de texto, imagens e sons no mesmo sistema – interagindo a partir de pontos múltiplos, no tempo escolhido (real ou atrasado) em uma rede global, em condições de acesso aberto e de preço acessível – muda de forma fundamental o caráter da comunicação" (CASTELLS, 1999, 354). Ao utilizar as novas ferramentas de comunicação, os sindicatos estão se adequando a uma realidade de mercado, em que meios digitais ganham maior relevância a ponto de integrar os processos comunicacionais dos meios tradicionais.

ISSNe 1984-6924 DOI: http://dx.doi.org/10.5007/1984-6924.2013v10n1p236

Em boa parte, o jornalismo praticado a partir da internet tem se difundido no meio sindical por trazer uma série de vantagens atestadas pelo próprio mercado da comunicação. Pinho (2003) descreve como características do meio digital a não-linearidade do texto, a instantaneidade na transmissão de conteúdos, a possibilidade de dirigir conteúdos para públicos específicos (segmentação), o baixo custo para veiculação, a acessibilidade que permanece disponível 24 horas por dia para acesso via computadores e mobiles. Mas, de todas as características, a mais interessante e que estabelece uma novidade na lógica da comunicação é, sem dúvida, a interatividade, que permite ao receptor produzir, divulgar e compartilhar conteúdos, de modo que determinadas notícias sindicais possam ganhar repercussão em iguais ou até melhores condições de audiência do que os meios de comunicação convencionais. Não por acaso, os sindicatos têm apostado nas atividades desenvolvidas em redes sociais para estabelecer a proximidade com seus representados.

É marcante que o conteúdo principal dos *sites* de sindicatos onde há jornalista contratado é predominantemente ocupado por conteúdo jornalístico. As notícias compõem a parte central da *homepage.* Ao mesmo tempo observa-se o uso de funcionalidades, como as opções "curtir", "twittar", versão para impressão, envio por e-mail, entre outros recursos, além da interface com vídeos e áudios e *hiperlinks* que atuam no sentido de direcionar o leitor para outros conteúdos jornalísticos. Estas ferramentas permitem o aprofundamento do tema, de modo que as informações disponíveis atendam a um critério cada vez mais personalizado. Como exemplo, reproduzimos a homepage de três sindicatos de Curitiba:

Estudos em Jornalismo e Mídia - Vol. 10 Nº 1 – Janeiro a Junho de 2013
ISSNe 1984-6924 DOI: http://dx.doi.org/10.5007/1984-6924.2013v10n1p236

Amostra 1 <www.appsindicato.org.br>

Amostra 2 < www.bancariosdecuritiba.org.br>

Estudos em Jornalismo e Mídia - Vol. 10 Nº 1 – Janeiro a Junho de 2013
ISSNe 1984-6924 DOI: http://dx.doi.org/10.5007/1984-6924.2013v10n1p236

Amostra 3 < www.sindsaudepr.org.br>

Os conteúdos dos *sites* de sindicatos seguem um padrão próximo a de portais de notícia, o que possibilita que o conteúdo jornalístico gerado para a página obtenha um *status* próximo ao de agência de notícias. Vários sindicatos já disponibilizam, inclusive, conteúdos específicos para a imprensa, como fotografias em alta resolução e documentos que podem atestar a veracidade das informações divulgadas. Estes conteúdos recorrentemente servem de subsídios para pautas dos veículos de comunicação comercial, quando não são utilizados na íntegra. Em parte, a imprensa sindical concorre ou alimenta a imprensa comercial, na medida em que dispõe informações exclusivas que ganham notoriedade para um público que passa a "exigir" um espaço no conteúdo de notícias cotidianas de jornais, *sites*, revistas, rádios e tv's.

A similaridade de padrões encontrados recorrentemente nos *sites* de empresas de comunicação e a imprensa sindical indicam uma sintonia. Padrões de comunicação e de linguagem utilizados também pelos *media* são dominados pela imprensa sindical, sugerindo a utilização de uma técnica comum entre uma comunidade interpretativa, ou uma tribo, como denomina Traquina (2005). É um sinal de que a imprensa sindical

ISSNe 1984-6924 DOI: http://dx.doi.org/10.5007/1984-6924.2013v10n1p236

consolida-se como espaço para a atuação profissional, seguindo as tendências do mercado de atuação profissional[3].

O último censo do IBGE, que pesquisou sindicatos brasileiros, ainda em 2001, traz dados surpreendentes sobre a quantidade de sindicatos que se utilizavam de novas tecnologias de meios de comunicação. Cerca de 38% das entidades afirmaram ter um *site* próprio e perto de 30% já contavam com um sistema de boletim eletrônico. Os dois meios superaram, inclusive, o jornal impresso, tido como o veículo tradicional das entidades. No quadro abaixo é possível observar a quantidade de sindicatos que contam com veículos de informação, considerando que naquele ano foram contabilizados 15.961 entidades sindicais no Brasil.

Quadro 1

Veículos de comunicação utilizados por sindicatos brasileiros (2001)

MEIOS DE COMUNICAÇÃO	QUANTIDADE DE SINDICATOS
jornais	4.953
boletim eletrônico	5.511
site próprio	6.065

Fonte: Sindicatos (2003)

Infelizmente não há dados gerais mais atualizados que permitam um comparativo e que atestem uma evolução neste sentido. Os dados coletados por meio do questionário com 21 jornalistas de sindicatos de Curitiba indicam a tendência da imprensa sindical sobre a aposta em novos meios de comunicação e permitem pensar sobre as mudanças de perfil da categoria de jornalistas e do tipo de trabalho que tem sido desenvolvido no sindicalismo.

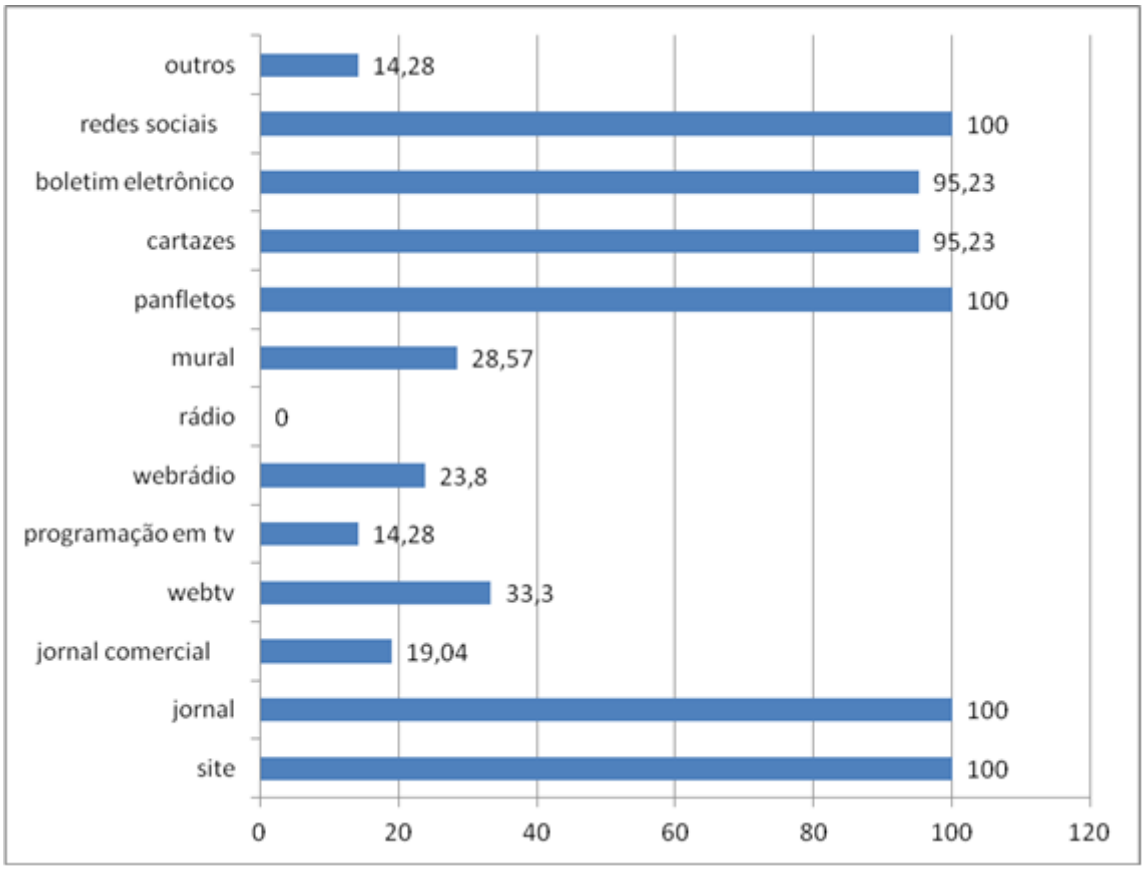
Os primeiros dados que interessam a nossa pesquisa referem-se à identificação dos meios de comunicação utilizados pelos sindicatos, segundo informado pelos jornalistas das entidades (ver gráfico a seguir).

3 Os dados do mercado de trabalho em veículos de comunicação comercial em Curitiba estão sendo investigados e deverão ser apresentados em novo artigo a ser elaborado futuramente.

Estudos em Jornalismo e Mídia - Vol. 10 Nº 1 – Janeiro a Junho de 2013
ISSNe 1984-6924 DOI: http://dx.doi.org/10.5007/1984-6924.2013v10n1p236

Gráfico 1

Meios de comunicação utilizados pelos sindicatos (%)



Elaboração própria

Os números revelam que os sindicatos têm se adaptado a novas tecnologias e se utilizam de várias ferramentas disponíveis e já consagradas por empresas de comunicação. Dos 21 entrevistados, todos afirmaram que os sindicatos onde trabalham contam com um *site* próprio e que mantém contas em redes sociais. Boletins eletrônicos, *webrádios* e *webtv's* também aparecem como meios de comunicação sindical. Por outro lado, é possível perceber a manutenção de meios tradicionais do sindicalismo, como o jornal impresso, jornal mural, cartazes e panfletos.

Em média, os jornalistas de entidades sindicais realizam 8,44 atividades

ISSNe 1984-6924 DOI: http://dx.doi.org/10.5007/1984-6924.2013v10n1p236

diferentes e atendem a 7,38 veículos de comunicação da organização onde trabalham. Duas em cada uma entidade sindical terceiriza serviços, geralmente relacionados à área de publicidade.

Caleffi Araújo (2009) aponta alguns efeitos do desenvolvimento do jornalismo sindical nos últimos anos, como resultado da profissionalização da área e da diversificação dos meios de comunicação utilizados. Entre eles, está o aumento do espaço de sindicatos nos *media*, aliado a uma mudança na abrangência dos conteúdos jornalísticos produzidos que agora passam a considerar também o público externo. Esta é uma informação que aparece no gráfico a seguir, quando se percebe que a quase totalidade dos jornalistas responderam que também exercem atividades de assessoria de imprensa.

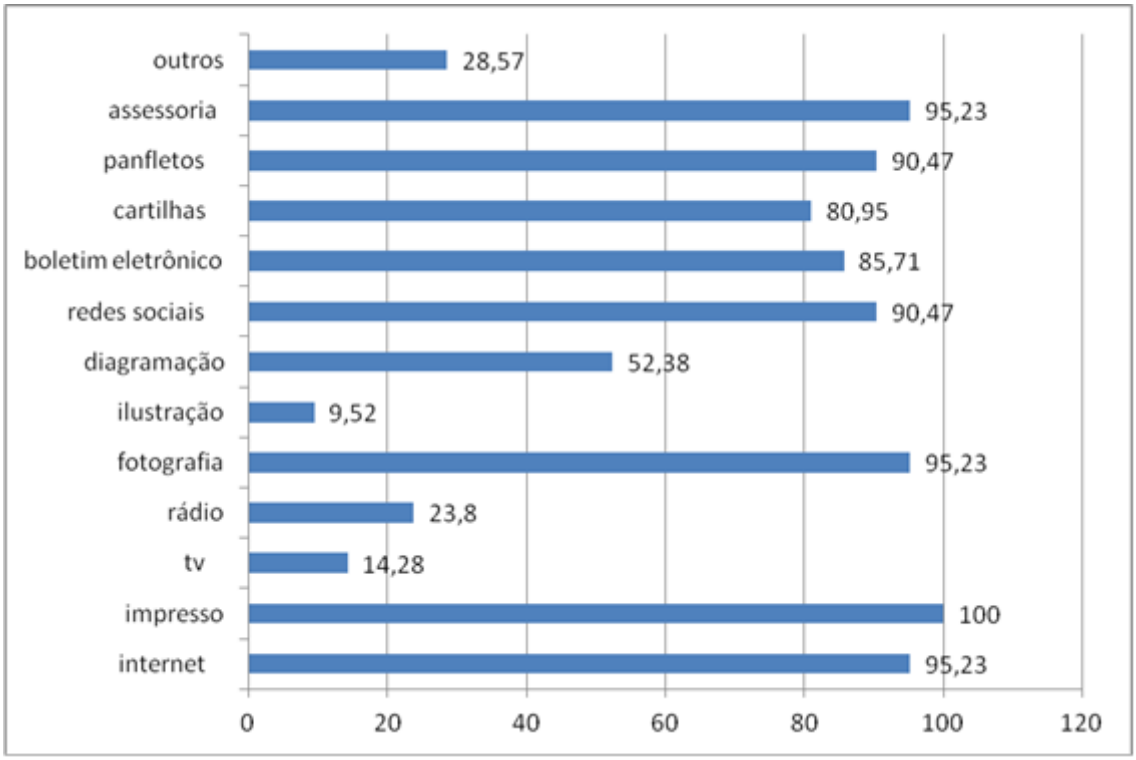
O gráfico a seguir aponta que houve uma reprodução do que já ocorre no mercado de trabalho convencional da comunicação. Quase todos dizem realizar mais de uma tarefa no sindicato onde trabalham, acumulando funções que antigamente estavam separadas e divididas entre outros profissionais, como no caso de diagramação, assessoria de imprensa e fotografia. Além disso, do total de entrevistados, 63,5% trabalham dentro da jornada de 25 horas semanais[4], porém, 83,3% dizem realizar horas extras eventualmente, indicando que existe excesso de trabalho na área.

4 A jornada de trabalho diferenciada para os jornalistas profissionais foi fixada originalmente pelo Decreto-lei nº 5.452/43 (Consolidação das Leis do Trabalho-CLT), que cuidou do assunto em seu artigo 303. Os jornalistas devem cumprir 5 horas ordinárias por dia.

Estudos em Jornalismo e Mídia - Vol. 10 Nº 1 – Janeiro a Junho de 2013
ISSNe 1984-6924 DOI: http://dx.doi.org/10.5007/1984-6924.2013v10n1p236

Gráfico 2

Atividades desenvolvidas por jornalistas sindicais (%)



Elaboração própria

O gráfico acima reforça o aumento da abrangência da capacidade de diversificação dos meios de comunicação dos sindicatos. Os profissionais passam a desenvolver uma série de atividades antes parcializadas entre diferentes profissionais. O que se percebe é uma capacidade de aumento da produtividade jornalística, aliada à redução de custos, uma vez que determinadas tarefas podem ser executadas por um mesmo profissional. Por outro lado, a exigência pela realização de multitarefas implica em graus de conhecimento variáveis para os jornalistas sindicais. Deste modo, há um risco maior de erros em conteúdos produzidos, como informações distorcidas, falta de apuração de dados, fotografias mal feitas, erros de digitação e diagramação, entre outros problemas que aparecem como resultado de uma jornada de trabalho carregada de

ISSNe 1984-6924 DOI: http://dx.doi.org/10.5007/1984-6924.2013v10n1p236

estresse e polivalência.

Se os sindicatos diversificam seus meios de comunicação, sem abandonar meios tradicionais, como aponta o gráfico anterior, significa que há um crescimento significativo da produtividade do jornalismo sindical. Neste caso, é possível questionar se houve crescimento de tarefas no trabalho de jornalistas sindicais ou se houve o crescimento das contratações de jornalistas por estas entidades, de modo que as tarefas possam ser divididas entre os profissionais.

De acordo com o *survey* realizado, 95% dos jornalistas de sindicatos trabalham com carteira assinada, apontando uma prevalência quase absoluta do contrato formal na área e o respeito à legislação trabalhista. A média salarial gira em torno de R$ 2,6 mil, pouco acima do piso salarial da categoria[5] e estes profissionais, apesar da média de idade de 30 anos contam com apenas 3 anos em média de tempo de trabalho na imprensa sindical, para 7 anos de trabalho como jornalistas. O pouco tempo e a média salarial baixa, em comparação com outros locais de trabalho – considerando que na imprensa comercial os salários mantêm uma média de R$ 3,6 mil e que neste quadro deve-se considerar os cargos de chefia –, indica a ausência de perspectivas de carreira para jornalistas em sindicatos. Parte disto se deve ao fato de que, em geral, como há poucos profissionais atuando em sindicatos, reduz-se também a possibilidade de hierarquização das funções. Assim, são poucos os que acumulam cargos de supervisão ou chefias, como editores, editores-chefes, entre outros que são garantidos em empresas de comunicação, onde os ganhos podem ser significativamente maiores após certo tempo de trabalho ou com determinada qualificação.

Em que pesem boa parte dos problemas atuais de jornalistas que atuam na imprensa comercial estarem também relacionados à multitarefa, conforme identificado em visita realizada às redações de jornais em Curitiba[6], é preciso considerar que há menos atividades desenvolvidas por estes profissionais do que no caso da imprensa

5 A convenção coletiva de trabalho, assinada pelo SindijorPR e os sindicatos patronais, previa o piso estadual de jornalistas do Paraná em R$ 2.323,00, até 1º outubro de 2012.

6 Como presidente do SindijorPR, durante este período estive nas redações do jornal Gazeta do Povo, Tribuna do Paraná, RPCTV, Jornal do Estado e CBN. Dentre as atividades acumuladas estão a de edição de vídeos. Muitos jornalistas passaram a elaborar matérias para o jornal impresso, editando conteúdo para internet e vídeos para postagem no site da empresa.

ISSNe 1984-6924 DOI: http://dx.doi.org/10.5007/1984-6924.2013v10n1p236

sindical. Outro ponto que ainda separa os dois tipos de jornalismo relaciona-se com as condições de trabalho, como equipamentos, instalações e o prestígio que o jornalista da imprensa comercial acumula em relação ao profissional da imprensa sindical. Ser jornalista de uma empresa que tem o veículo de comunicação como sua atividade-fim permite o acesso a determinadas informações que uma fonte não daria para um jornalista sindical. Em boa parte, este é o resultado de uma herança que a imprensa sindical ainda carrega e de uma credibilidade que precisa ser provada cotidianamente.

Considerações finais

O jornalismo produzido em sindicatos tem absorvido grande parte das transformações decorrentes das novas tecnologias em comunicação já empregadas pelas empresas do setor. As novas ferramentas disponíveis para o uso dos profissionais têm permitido um crescimento da capacidade produtiva dos jornalistas e de comunicação das entidades sindicais, de modo que já é possível perceber um avanço para além da categoria à qual os sindicatos representam. Aliado a estas novas práticas que incluem o uso de recursos disponíveis pela internet e *softwares* que garantem a realização do trabalho com rapidez e baixo custo, percebe-se também a adoção de um padrão novo de operação das ferramentas de comunicação e da linguagem jornalística que se apresenta bastante próxima do que pode ser percebido na imprensa comercial.

Comparado a 10 ou 20 anos atrás, verifica-se uma transformação significativa no trabalho do jornalista de sindicatos que antes tinha como função quase que exclusiva a produção do jornal impresso da entidade. Nos dias atuais, o que se percebe é a incorporação de uma série de outros recursos, aliado a meios de comunicação convencionais do sindicalismo e à padronização da forma de fazer o trabalho como resultado da profissionalização da área, aliada, paralelamente, a condições de trabalho ainda inferiores a de profissionais de empresas comerciais ou de assessorias de imprensa.

Estudos em Jornalismo e Mídia - Vol. 10 Nº 1 – Janeiro a Junho de 2013
ISSNe 1984-6924 DOI: http://dx.doi.org/10.5007/1984-6924.2013v10n1p236

Referências Bibliográficas

ARAÚJO, Silvia Maria Pereira de. **Imprensa sindical:** instrumento de ação e objeto de conhecimento (1977-1990). São Paulo: 1991. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo.

CALEFFI ARAÚJO, Vladimir. **O jornalismo de informação sindical**. Porto Alegre: UFRGS, 2009.

CASTELLS, Manuel. **A era da informação**: economia, sociedade e cultura. V.I. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1999.

JÁCOME RODRIGUES, Iram. **O novo sindicalismo**: vinte anos depois. Petrópolis: Vozes, 2001.

FERREIRA, Maria Nazareth. **A imprensa operária no Brasil.** São Paulo: Ática, 1988.

FERRARI, Pollyana. **Jornalismo digital**. São Paulo: Contexto, 2003.

FERRAZ, Marcos Alexandre dos Santos. **Jornalismo nos Sindicatos:** da prática à abstração da ação sindical.Curitiba: 2000. Dissertação (Mestrado em Sociologia) – Setor de Ciências Humanas, Letras e Artes, Universidade Federal do Paraná.

PINHO, J.B. **Jornalismo na internet**: planejamento e produção da informação on-line. São Paulo: Summus, 2003.

SINDICATOS. **Indicadores sociais 2001**. Rio de Janeiro: IBGE, 2003.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo**. V II. A tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional. Florianópolis: Insular, 2005.

Este artigo e todo o conteúdo da **Estudos em Jornalismo e Mídia**
estão disponíveis em http://www.periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/index

Estudos em Jornalismo e Mídia está sob a Licença CreativeCommons