

Comunicação sindical: uma reflexão sobre os desafios da organização da classe trabalhadora

*Por Rossana Lana**

A classe trabalhadora e suas organizações representativas têm se defrontado com importantes desafios ao longo de sua história no Brasil e, sem dúvida, a comunicação é um deles. A pretensão desse texto é de provocação/reflexão sobre esse tema.

Em que pese verificarmos experiências exitosas nesse campo, que falaremos mais à frente, há uma infinidade de outras que fracassaram, foram descontinuadas ou, ainda, sequer conseguiram sair do espaço das ideias.

Ainda que se reconheça, quase na sua totalidade, a importância dessa tarefa de interação e integração entre os dirigentes sindicais e suas bases de trabalhadores e trabalhadoras, por meio da comunicação, algumas barreiras ainda precisam ser ultrapassadas para que projetos de comunicação sejam continuados e seus objetivos específicos atingidos.

Para tanto, esses objetivos têm que ser definidos por aqueles que querem de fato transformar o desejo recorrente de expor o trabalho sindical e o debate primordial de classe em realidade concreta para a apropriação pela categoria que representa e até mesmo extrapolar seu pensamento para a sociedade.

No entanto, o que se verifica, na grande maioria dos espaços sindicais de trabalhadores, é um debate superficial sobre a comunicação, apontando falhas no processo após alguma derrota na disputa ideológica entre capital x trabalho. Quando o discurso patronal é mais eficiente sobre os trabalhadores que o dos que defendem os interesses dos representados pelo sindicato.

Após a constatação, quase que unânime, de que a comunicação pode ser um vetor de convencimento da realidade, pouco tem sido feito pelo

conjunto dos dirigentes para de fato planejar um projeto de comunicação que atenda não apenas objetivos imediatos, mas que alcance credibilidade entre a categoria e, portanto, seja eficiente e longo.

Mas para isso, há que se definir um esforço coletivo que ultrapasse duas principais barreiras: a alternância de poder nas esferas sindicais e a viabilidade financeira do projeto.

Talvez esses sejam os dois desafios mais difíceis, mas não os únicos, a serem transpostos e algumas questões devem ser respondidas para ajudar nessa tarefa, são elas: como implementar um projeto de comunicação de longo prazo, que perpassasse pelas distintas direções sem que seja descontinuado por interesses imediatos? Como definir um projeto de comunicação que tenha objetivo de fortalecer a entidade representativa e sua categoria? Afinal, o que a entidade de classe quer de um projeto de comunicação? Qual é a finalidade do projeto? Como adequar um projeto de comunicação que seja compreendido na sua finalidade e defendido pelo conjunto dos dirigentes?

Como se vê, existem muitas nuances para que a comunicação sindical tenha sucesso, atinja os objetivos e resultados esperados, por último, mas não menos importante: como financiar um projeto de comunicação, que, normalmente, tem custo elevado e que não seja atingido por alguma crise ou outra prioridade financeira?

Sabemos que um dos objetivos da reforma trabalhista foi o sufocamento financeiro dos sindicatos e suas instituições correlatas, com a eliminação do imposto sindical, sem um período de adequação das finanças das entidades de classe, o que atingiu projetos em andamento e, em muitas instituições, a comunicação foi a primeira a morrer na trincheira.

Alguns, é verdade, conseguiram manter os projetos de comunicação, cotizando os custos entre entidades, como é o caso da TV dos Trabalhadores, a TVT, mantida pelo Sindicato dos Metalúrgicos do ABC e pelo Sindicato dos Bancários e Financieiros de São Paulo, Osasco e

Região, mas se considerarmos o conjunto das 3.960 entidades filiadas à Central Única dos Trabalhadores, a CUT, o trabalho colaborativo entre seus entes é quase inexistente.

Apesar de todos e todas apropriarem-se da comunicação pela relação como receptores de mensagens e, mais recentemente, até como divulgadores de 'informações', a comunicação é uma ciência e como toda ciência requer estudos sobre seus processos, seus públicos, suas formas e resultados, o entendimento de seus novos meios, como as redes sociais, podcasts, canais, entre outros.

Tribuna Metalúrgica - meio século na mão do trabalhador

A *Tribuna Metalúrgica*, veículo de comunicação oficial do Sindicato dos Metalúrgicos do ABC, completou, nesse ano de 2022, 50 anos de história.

O jornal é elaborado por uma equipe de jornalistas diariamente e chega às mãos dos trabalhadores nas fábricas da base do SMABC de terça a sexta. É o único jornal sindical do mundo a manter essa periodicidade.

A *Tribuna* sobreviveu à intervenção militar no Sindicato, durante a ditadura, tendo que mudar de nome e foi entregue aos trabalhadores de maneira clandestina, dentro das botas e macacões dos operários.

Mas, afinal, por que o jornal ainda é impresso quase que diariamente, mesmo com toda a tecnologia disponível nos dias atuais e outros meios de comunicação entre dirigentes sindicais e os trabalhadores?

Por que apesar de o Sindicato dos Metalúrgicos publicar seus conteúdos em plataformas digitais, como site, Facebook, Instagram, grupos e listas de WhatsApp, a *Tribuna* ainda é impressa?

A resposta para essas perguntas é a credibilidade do projeto, que já perdura há 50 anos, a veracidade da palavra escrita em detrimento daquilo que pode ser corrompido nas plataformas digitais, como a

infinidade de fakenews (notícias falsas) que circulam diariamente pelas redes.

Todos esses processos precisam ser amplamente debatidos para uma compreensão maior sobre os meios e suas possibilidades e para que a comunicação colabore no fortalecimento e ampliação da consciência da classe trabalhadora.

**Rossana Lana* é jornalista desde 1994, formada pela PUC- Campinas, coordenou a Tribuna Metalúrgica e é assessora de Comunicação do Instituto Trabalho, Indústria e Desenvolvimento, o TID-Brasil. É diretora do Sindicato dos Jornalistas Profissionais no Estado de São Paulo, o SJSP.