

A PERMANÊNCIA DO JORNAL SINDICAL IMPRESSO: PARA ONDE CAMINHA A COMUNICAÇÃO DE RESISTÊNCIA?

Luciana Miranda Costa¹

João Paulo Rodrigo Hermes da Silva²

RESUMO

Este artigo procura refletir sobre a natureza da comunicação sindical e sua constante disputa por hegemonia em relação à grande mídia, a fim de identificar suas lógicas de funcionamento na atualidade. Partimos da seguinte problematização: por que um sindicato, mesmo dispondo de ferramentas de comunicação mais rápidas e de maior alcance (como Facebook, Instagram, YouTube ou WhatsApp), inclusive com vários recursos audiovisuais, continua publicando um jornal impresso periodicamente com tiragens expressivas? Nossa hipótese, respaldada na análise dos jornais impressos potiguares SindNotícias, Luta Bancária e Extra Classe, em franca atividade, é a existência de uma lógica produtiva integralizadora do jornal sindical. As reflexões estão amparadas principalmente nas elaborações de Giannotti (2014), Silva (2013), Jost (2011) e Canclini (2008).

PALAVRAS-CHAVE

Comunicação Sindical. Imprensa Sindical. Jornalismo Sindical. Sindicato. Mídia

1 O JORNAL IMPRESSO EM TEMPOS DE CONVERGÊNCIA MIDIÁTICA

Juremir Machado da Silva (2013) nos traz uma reflexão relevante sobre o papel que a escrita cumpriu no mundo. Como sabemos, ela está no conjunto das invenções humanas que modificaram profundamente a história. A escrita produziu o conceito de civilização, separou culturas letradas de iletradas, nos deu certo senso de humanidade e definiu uma das nossas diferenças com os outros animais. Para o autor, servindo de memória artificial e de veículo de comunicação, a escrita respondeu ao problema do armazenamento e da transmissão de informações a distância, mas também exigiu o apoio de códigos e suportes. Argila, papiro, pergaminho, papel. Todos estes suportes se revelaram transitórios, sendo este último, o mais duradouro. A história da comunicação, conforme já apontara o autor, tem sido também a

¹ Professora Doutora do Departamento de Comunicação Social da UFRN, do Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia (PPGEM/UFRN) e do Programa de Comunicação, Cultura e Amazônia da Universidade Federal do Pará (PPGCOM-UFPA). Email: lmirandaeua@hotmail.com

² Jornalista e Mestre em Estudos da Mídia pelo Programa de Pós Graduação em Estudos da Mídia. Email: joaodasilva74@yahoo.com.br

história da escrita e da busca por materiais de custo menor, flexíveis, abundantes, limpos e inesgotáveis.

Neste sentido, parece difícil pensar a permanência da escrita em papel no mundo contemporâneo. Para quem produziu agilidade, grande capacidade de memória e de transmissão de informações, tornar-se ultrapassado não figurava como uma opção. Quando surgiram, o rádio e a televisão pareceram uma ameaça, já que transmitiam informações a distância sem papel. O audiovisual se fortaleceu, fez tremer as estruturas do suporte clássico e gerou profecias apocalípticas, mas o papel ainda se mostrou necessário. Com o advento dos computadores e da internet, um novo salto tecnológico colocou na ordem do dia outro suporte para a escrita. Inesgotável, muito mais barato e ideal. O virtual é o novo suporte e os smartphones a principal plataforma.

Há futuro até mesmo para a escrita, em razão da superação do suporte papel e do surgimento das novas mídias? Esta é uma questão pertinente e também incômoda, porque cada tecnologia cria suas necessidades, seus defensores e seu imaginário de perenidade. Por enquanto, a escrita resiste adaptando-se, mas e o papel? Ler no computador, tablet ou smartphone já é faz parte do cotidiano. Jornais impressos migram inteiramente para a internet, reduzem suas redações e tiragens ou simplesmente fecham as portas³. Nós lemos notícias, assistimos a filmes, trocamos mensagens e navegamos pelo mundo através de telinhas brilhantes. Que impactos estas transformações nos reservam, nas mais diversas atividades?

Néstor García Canclini (2008) já nos dizia que a convergência midiática estabeleceu maneiras distintas de acesso e consumo de bens culturais e formas de comunicação⁴. Deste modo, pensando no exemplo da comunicação sindical, o jornal, panfleto, cartaz, fotos e vídeos estão todos neste momento na palma da mão. A concentração destas variadas mídias numa convergência digital impôs uma reorganização, com efeitos sobre todos nós. As redes modificaram as formas de ver e ler as mensagens, permitindo que o texto chegue,

³ Sobre o tema consultar: http://observatoriodaimprensa.com.br/imprensa-em-questao/_ed717_o_fechamento_de_jornais_impessos/ Acesso em 12 set. 2020.

⁴ Um debate atual e necessário sobre a influência das redes sociais sobre os desejos e criação de vontades e hábitos nas pessoas, por meio dos algoritmos e da inteligência artificial, vem sendo feito em diversas esferas sociais e países, especialmente nos USA, alertando para o poder ilimitado de empresas como Google ou Facebook. O tema está presente na mídia e em fóruns científicos. Para mais informações ver: <https://super.abril.com.br/especiais/smartphone-o-novo-cigarro/>; <https://youtu.be/itKgV5K2M8M>; além do documentário O Dilema das Redes (Netflix, 2020), dirigido por Jeff Orlowski. Disponível em <https://www.netflix.com/br/title/81254224>.

instantaneamente, aos lugares onde o papel não tem como alcançar. “Ser internauta aumenta, para milhões de pessoas, a possibilidade de serem leitores e espectadores” (CANCLINI, 2008, p. 54). Não é esta uma das obsessões da comunicação sindical, falar para milhares? A questão deve instigar uma provocação pertinente, sobretudo no Brasil, onde a predominância de uma cultura oral e visual sobre a escrita, como assinala Giannotti (2004), está ligada a formações históricas do país e a uma insuficiência nos hábitos de leitura, marcada fortemente pela desigualdade social. Canclini (2008) não vê um triunfo das imagens sobre a leitura, sobre o texto escrito, já que “as telas de nosso século também trazem textos” (p. 58), mas reconhece que algo mudou na maneira como lemos.

O fato é que a consolidação de uma tendência está em curso – do virtual sobre todas as outras – e o tempo é seu aliado. Mas essa dinâmica se aplica a todo tipo de material impresso, independente da natureza de sua atividade e objetivos? Partindo desta questão, queremos refletir sobre a permanência do jornal impresso na comunicação sindical, frente ao fenômeno da convergência midiática ou luta intermídias.

2 COMUNICAÇÃO SINDICAL, MÍDIA E PODER

A mídia perpassa todas as dimensões de nossa experiência geral com os outros e com o mundo, sob aspectos sociais, culturais, políticos e econômicos. Analisar a mídia é refletir sobre seu poder de gerar significados na estruturação da vida cotidiana. Neste sentido, é preciso entender a mídia como um processo em curso. Um processo histórico que atravessa a forma como interpretamos a realidade social, uma mediação que nos permite modificar e sermos modificados, nesta constante transformação de significados (COSTA & SILVA, 2019, p.218). “Nossa mídia é onipresente, diária, uma dimensão essencial de nossa experiência contemporânea” (SILVERSTONE, 2005, p. 12).

Isto implica reconhecer, também, que este é um processo político e econômico, fundamentalmente. E é assim porque está relacionado ao poder⁵ que instituições ligadas a grupos economicamente dominantes têm para controlar as dimensões da mídia tradicional (grupos de comunicação que detêm concessões de canais de rádio e TV, jornais e portais de

⁵ Observe-se que “o poder não é uma ferramenta autônoma; ao contrário, é uma relação de dispositivos estruturais e cognitivos mobilizados por cada grupo; o agente se apropria desses dispositivos, incorporando-os em suas ações e cognições, de modo a preservar seu posicionamento nos jogos de poder em que se colocam em disputa” (BOURDIEU, 2010 apud BRAGHIN, 2017, p.166).

notícia e entretenimento), na produção e na distribuição das mensagens. Esta compreensão é importante porque tem a ver com as representações midiáticas e sua capacidade para filtrar e transformar as realidades, em um exercício contínuo de manutenção do senso comum⁶ (COSTA & SILVA, 2019, p.218). Roger Silverstone argumenta que “qualquer meio de comunicação dominante, com mensagens mais ou menos consistentes, isto é, ideológicas⁷, provavelmente terá um efeito naqueles que o consomem” (2005, p. 177).

Dênis de Moraes (2010) observa que é dentro do universo da comunicação que “se esculpem os contornos da ordem hegemônica, seus tentáculos ideológicos, suas hierarquias, suas expansões contínuas no bojo da mercantilização generalizada dos bens simbólicos” (MORAES, 2010, p. 68). Sobre isso, Giannotti (2014) defende que mídia é o meio para disputar a hegemonia, para garantir a hegemonia atual ou se contrapor a ela. A hegemonia, nas perspectivas gramscianas de Moraes (2010, 2017, 2019) e Giannotti (2014), é uma visão de mundo feita de valores políticos, culturais e morais, em base a uma força social organizada que assegura e expande este olhar, através de um forte consenso traduzido em ação. Do ponto de vista gramsciano, consenso (convencimento) e força (coerção) andam juntos. Ter hegemonia, portanto, é dar a direção. “A direção político-ideológica à sociedade” (GIANNOTTI, 2014, p. 14).

Não é por acaso que a comunicação ocupa um lugar central na política. Em qualquer processo de comunicação social, o poder está em jogo. Não há poder sem comunicação, pois “a mídia é uma nova realidade que divulga, propagandeia, sustenta ou abala e derruba um governo, um sistema, um regime” (GIANNOTTI, 2014, p. 33 apud COSTA & SILVA, 2019, p.219).

Já a ideia de comunicação sindical é inseparável da história da classe trabalhadora⁸ e de suas lutas econômicas, sociais e políticas. Trata-se da expressão midiática de uma forma específica de interpretar e intervir no mundo. Uma comunicação declaradamente ideológica

⁶ “O senso comum é um conhecimento prático, produzido em nosso cotidiano, e é por meio dele que orientamos as nossas ações. O senso comum representa a realidade em que estamos inseridos, é um conhecimento fértil, representa as inquietações do sujeito. A ciência rompe com o senso comum, porque o considerou superficial, ilusório e falso”. (SILVA, S., 2011, p.2). Disponível em: <https://journals.openedition.org/pontourbe/359> Acesso em 12 set. 2020.

⁷ Chauí (1984) observa que a ideologia se organiza como um sistema lógico e coerente de representações (ideias e valores) e de normas ou regras (de conduta) (CHAUÍ, 1984, p.113).

⁸ Na concepção de Marx e Engels (2007), as classes sociais caracterizam-se pelo conjunto de suas condições básicas de existência, não pelo que os homens creem ou possam crer que são, mas pelo que realmente são no decorrer de sua vida. Assim, a classe é determinada pela posição que os indivíduos ocupam na organização econômica da sociedade, na divisão do trabalho e na reprodução da vida social e cultural.

e diretamente relacionada ao modo de vida, à resistência e à luta por direitos daqueles que vivem do trabalho. Para Cláudia Santiago e Vito Giannotti, “a história da imprensa operária é a própria história da classe operária” (1997, p. 94).

Uma história cujas origens nos remetem a meados do século XIX, com a expansão da Revolução Industrial na Europa e os protestos dos trabalhadores contra as exaustivas jornadas de trabalho, pela criação do salário mínimo, folgas semanais, pelo fim do trabalho infantil e a regulamentação do trabalho feminino. A comunicação sindical surge sob as marcas da luta pela sobrevivência de uma classe, apoiada em seus principais instrumentos de organização: os sindicatos. No Brasil, este caminho já possui mais de cem anos e é marcado por avanços e retrocessos desde o final do século XIX, quando aparecem as primeiras publicações da imprensa operária, sob a influência de anarquistas, anarcossindicalistas e socialistas⁹ que migraram para o país neste período. Ao longo do século XX, o sindicalismo brasileiro viveria uma série de conturbações, entre períodos de intervenção ditatorial nos sindicatos e de conciliação das direções sindicais com governos populistas¹⁰. A consequência deste cenário foi o enfraquecimento por anos da imprensa sindical¹¹, que só veria renascer sua força e o começo de uma nova fase com as greves metalúrgicas do ABC paulista, no final dos anos de 1970¹² (COSTA, 2010).

⁹ Anarquistas se opõem a qualquer tipo de hierarquia e dominação, representadas principalmente nas figuras do Estado e do capitalismo. Por outro olhar, anarcossindicalistas vêem nos sindicatos instrumentos de organização para transformar a sociedade, em substituição às atuais instituições. Proudhon e Bakunin estão entre os principais teóricos nos quais se baseiam estas correntes. Os socialistas são contrários à propriedade privada dos meios de produção, geradora de desigualdade social, e caracterizam-se por defenderem uma sociedade na qual empresas, bancos e terras são propriedades coletivas. Entre os socialistas utópicos, as referências são Saint-Simon, Charles Fourier e Robert Owen. Entre os científicos, as referências são Karl Marx e Friedrich Engels. Conforme Ferreira (1978), estas correntes políticas influenciaram fortemente o início da imprensa do movimento sindical brasileiro.

¹⁰ No Brasil, o populismo se desenvolveu no período entre 1930 e 1964, tendo em Getúlio Vargas, Juscelino Kubitschek, Jânio Quadros e João Goulart algumas de suas maiores expressões. O populismo é um fenômeno político identificado em governos com líderes carismáticos, voltados ao controle demagógico das massas populares urbanas que entravam na cena política do período. Segundo Weffort (1978), outra característica do populismo foi o atrelamento dos sindicatos ao Estado, a exemplo do que ocorreu na Era Vargas (1930-1945).

¹¹ De modo geral, Giannotti (1988) aborda imprensa sindical, jornalismo sindical e comunicação sindical como sinônimos, sem grandes distinções conceituais. Para ele, cada notícia, artigo, vídeo ou programa de rádio deve estar relacionado aos trabalhadores e aos seus interesses. Claudia Costa (2010) faz uma distinção entre imprensa sindical e comunicação sindical, sendo esta última nomeada assim em razão das diversas mídias, para além dos impressos, que hoje são usadas pelos sindicatos. Neste artigo, entendemos por imprensa sindical o conjunto de materiais impressos publicados pelos sindicatos, incluindo principalmente o jornal sindical.

¹² Desafiando o regime militar, os trabalhadores da fábrica da Saab-Scania, em São Bernardo do Campo, paralisaram suas atividades em 12 de maio de 1978. Era a primeira greve dos metalúrgicos do ABC (região da grande São Paulo formada pelos municípios de Santo André, São Bernardo do Campo, São Caetano e Diadema). Liderados pelo ferramenteiro Gilson Menezes e pelo então presidente do sindicato, Luiz Inácio Lula da Silva, eles

A comunicação sindical, suas linguagens e objetivos são historicamente vistos como uma forma especializada de fazer comunicação, que tem como pressupostos informar o que a grande mídia geralmente não noticia, conscientizar politicamente os trabalhadores e mobilizá-los em defesa de seus interesses imediatos e históricos (GIANNOTTI, 2014, 2004, 1988; SANTIAGO e GIANNOTTI, 1997; COSTA, 2010; MORAES, 2010, 2017, 2019; MOMESSO, 2013; COSTA & SILVA, 2019; VECCHI, 2019, 2018a, 2018b; SCHUSTER, 2019, 2018, 2016; SANTOS, 2018; RIBEIRO, 2020, 2019; NEVES, 2018). Em linhas gerais, segundo Cláudia Costa (2010, p. 25), a comunicação sindical “disputa a leitura sobre os fatos”, com o objetivo de buscar transformações sociais. Trata-se de uma resposta organizada para demandas sociais e políticas de um público que é, ao mesmo tempo, imenso e particular. Um setor social que vive sob a influência permanente de uma imprensa feita a partir da visão de mundo de um grupo social hegemônico e de sua necessidade em reproduzir o status quo capitalista¹³, ainda que sob a aparência de uma suposta imparcialidade jornalística.

A imprensa sindical e a grande imprensa têm perspectivas distintas. Logo, expressam abordagens e finalidades diferentes. É a partir desta constatação que se concretiza a razão de ser deste processo comunicativo, quando Giannotti (2004, p. 147) afirma que o sentido da comunicação sindical “é disputar a hegemonia. Disputar uma nova visão de mundo contrária àquela do sistema dominante”. Este é um objetivo declaradamente ideológico e que não deixa dúvidas quanto ao seu caráter e interesses.

Existem três tipos principais de concepções presentes na comunicação sindical brasileira: o peleguismo, o sindicalismo de resultado ou de negócio, e o sindicalismo classista. Segundo Momesso (2013), estas três possibilidades trouxeram posições diferenciadas na forma de gerir a comunicação e no seu “embate” com a mídia hegemônica. Para o autor, enquanto o peleguismo historicamente não atribuiu grande importância à comunicação, o sindicalismo de negócio assumiu um padrão mercadológico no qual a comunicação adquiriu uma conotação instrumentalista, e o sindicalismo classista buscou criar um modelo participativo de comunicação.

reivindicavam aumento salarial e melhores condições de trabalho”. Disponível em <https://memoriaglobo.globo.com/jornalismo/coberturas/greves-do-abc/> Acesso em 12 set. 2020.

¹³ Conforme Lessa e Tonet (2011), o Capitalismo é um sistema socioeconômico baseado na propriedade privada dos meios de produção (terras, fábricas, bancos), no qual os produtos do trabalho assalariado são apropriados pelos capitalistas (proprietários dos meios) e transformados em mercadorias que devem ser vendidas. O sistema capitalista intensificou a produção, mas aprofundou a concentração de riqueza e a desigualdade social.

A comunicação sindical, dessa forma, oferece a possibilidade de construção de sentidos alternativos ao que se convencionou chamar de realidade hegemônica (MIANI, 2019, 2018, 2016; FERREIRA, 2016; DOMINGUES-DA-SILVA, 2015; CARVALHO et al, 2019; BARROS, 2014; AMORIM et al, 2015). Aqui, portanto, através de uma linguagem própria, a comunicação sindical pode instituir “o contraditório e a tensão no que até então parecia uníssono e estável” (MORAES, 2010, p. 73). Assim, na medida em que questiona visões de mundo predeterminadas, a comunicação sindical estabelece sua própria razão de existir, bem como sua necessidade de permanência sistemática, periódica, para produzir sentidos, já que “sem comunicação, a política do sindicato não existe. E não existe porque ninguém toma conhecimento dela” (SANTIAGO e GIANNOTTI, 1997, p. 104).

Na mobilização de sentidos diferentes sobre o mundo, a comunicação sindical ligada ao sindicalismo classista (MOMESSO, 2013) procura mobilizar ações transformadoras na realidade. Seu objetivo é concreto e está ligado à ação que o sindicato pretende desenvolver. Se comunicar é condição prévia para transmitir uma proposta política, a comunicação é, necessariamente, o coração da ação sindical e está ligada a problemas cotidianos, p.ex.: o salário baixo e a condições precárias de trabalho – para atingir os assuntos da política mais global e aí estabelecer uma disputa ideológica sobre as transformações consideradas necessárias à sociedade, como acontece no caso brasileiro.

3 A PERMANÊNCIA DO JORNAL SINDICAL IMPRESSO

Em *A imprensa operária no Brasil*, Ferreira (1978) descreve o panorama das transformações econômicas e sociais, entre 1880 e 1920, que permitiram o surgimento de uma classe operária brasileira e, conseqüentemente, de sua imprensa. Estão entre os principais fatores, o crescimento demográfico, o processo de industrialização, a urbanização de regiões centrais e a chegada de imigrantes europeus com influências do anarquismo e socialismo. A combinação destes ingredientes sociais possibilitou não só a formação de trabalhadores fabris, mas também a fermentação de conflitos econômicos e políticos inerentes àquela iniciante estrutura social.

Neste período, em razão do agravamento das lutas por melhores salários e condições de trabalho, intensificou-se a organização dos trabalhadores brasileiros. E assim vão surgindo as ligas, uniões e sindicatos operários, principalmente sob a influência de anarquistas e

socialistas. Entretanto, para levar a mensagem das lideranças operárias ao conjunto dos trabalhadores era necessário um veículo para transportar a palavra. Logo, nas páginas dos jornais operários estavam denúncias da exploração na fábrica, orientações para a greve, agitação de palavras de ordem e análises sobre o Capitalismo. “Em todos os acontecimentos relevantes que empolgaram os trabalhadores brasileiros o jornal mostrou-se o principal veículo de comunicação” (FERREIRA, 1978, p. 15).

Entre os últimos 25 anos do século XIX e as duas primeiras décadas do século XX, surgiram aproximadamente 343 títulos de jornais no Brasil. “Quase que para cada liga, união ou sindicato que os imigrantes organizavam, dentre as primeiras providências, estava a fundação de um jornal” (FERREIRA, 1978, p. 88). Os operários militantes davam muita importância ao trabalho com a imprensa e esta forma de comunicação de resistência terá na figura do jornal impresso a sua grande expressão, tanto para levar a mensagem política aos trabalhadores quanto para organizá-los e mobilizá-los. Não por acaso, segundo Ferreira (1978, p.106) “[...] a presença do jornal operário antecede o período de início das greves, o que pode indicar a atuação do jornal como um eficiente instrumento de politização”.

Neste contexto, destaca-se ainda o papel fundamental do jornal impresso como organizador das lutas dos trabalhadores, entre o final do século XIX e as primeiras décadas do século XX. Seguindo a trilha da autora, o jornal sindical – tal qual o jornal operário – não seria apenas um meio de formação política para os trabalhadores, um contraponto à grande imprensa ou mesmo uma leitura alternativa sobre os fatos. Além destes aspectos, o jornal sindical tem sido – ao longo da história – também um organizador social, compreendido “[...] como valioso instrumento de orientação coletiva.

Um jornal operário ou sindical tem entre seus objetivos a tarefa de passar adiante as ideias, análises e opiniões do sindicato, buscando a mobilização da categoria que representa. Ao realizar periodicamente este movimento, o jornal almeja ser e estabelecer, conseqüentemente, “uma ligação da grande massa de trabalhadores entre si e entre ela e as direções” (GIANNOTTI, 1988, p. 85). Foi essa motivação que promoveu a criação de três jornais sindicais impressos no estado do Rio Grande do Norte, que continuam sendo publicados atualmente por sindicatos com atuação nos setores público e privado: O SindNotícias¹⁴,

¹⁴ As edições do jornal SindNotícias, do Sindicato dos Trabalhadores em Saúde Pública do RN, estão disponíveis em: <https://issuu.com/sindsaude-rn> Acesso em 12 set. 2020.

produzido pelo Sindicato dos Trabalhadores em Saúde Pública do RN (Sindsaúde/RN); o Luta Bancária¹⁵, editado pelo Sindicato dos Bancários do RN; e o Extra Classe¹⁶, publicado pelo Sindicato dos Trabalhadores em Educação Pública do RN (SINTE/RN). Além destes, há muitos outros exemplos de organizações sindicais em que o jornal ainda faz parte da realidade cotidiana e institucional, mas optamos por esses três exemplos em razão de serem sindicatos com relevante atuação nos embates econômicos e políticos no Estado.

O jornal Luta Bancária, do Sindicato dos Bancários do RN, é publicado desde 1985, com periodicidade semanal e uma tiragem atual de quatro mil exemplares. O Sindicato dos Bancários do RN também possui site e redes sociais, como Facebook e Instagram¹⁷. Antes de 2015, a média do impresso era de 3,5 mil unidades. Em períodos de movimento grevista, o sindicato também edita um desdobramento do Luta Bancária, chamado Diário da Luta, com publicação diária. O jornal é colorido e possui quatro páginas – podendo aumentar em função da demanda. A redação e a diagramação são de responsabilidade da jornalista do sindicato. O foco do Luta Bancária são temas locais, relacionados aos direitos dos trabalhadores bancários, tanto de bancos públicos quanto privados. Entretanto, há também matérias de política nacional e economia, desde que tenham relação direta com as negociações da categoria, a exemplo da lucratividade dos bancos e os salários dos trabalhadores. O jornal possui ainda três colunas fixas: a Charge do Brum, as Fábulas de Esopo e as Pegadinhas da Língua Portuguesa, de autoria do professor João Bezerra. O Luta Bancária também publica artigos de bancários, desde que assinados. Um dado historicamente relevante que permanece nos dias atuais e que, a nosso ver, ainda estende e garante sua existência, é que o impresso é distribuído gratuitamente pelos diretores do sindicato nas agências bancárias do Estado, no esquema corpo-a-corpo, e enviado pelos Correios aos aposentados.

O segundo sindicato, o SINTE/RN, faz uso de programa semanal de TV (Extra Classe TV) e de atualizações diárias nas redes sociais (Instagram, Facebook e Twitter) para informar a categoria de professores e funcionários de escolas. Além disso, produz o programa de rádio Extra Classe disponibilizado na íntegra em seu site e na plataforma SoundCloud desde 2014 e

¹⁵ As edições do jornal Luta Bancária, do Sindicato dos Bancários do RN, estão disponíveis: <https://issuu.com/seebrn> Acesso em 12 set. 2020

¹⁶ As edições do jornal Extra Classe, do Sindicato dos Trabalhadores em Educação Pública do RN, estão disponíveis em: <https://issuu.com/sintern>. Acesso em 12 set. 2020

¹⁷ Site oficial do Sindicato dos Bancários do RN: <http://www.bancariosrn.com.br/inicial#!> , Facebook: <https://www.facebook.com/bancariosrn> , Instagram: <https://www.instagram.com/bancariosrn/> e Youtube: <https://www.youtube.com/user/Bancariosdorn> Acesso em 12 set. 2020.

veiculado pelos núcleos e regionais no interior do estado. Hoje, o jornal/informativo Extra Classe não tem periodicidade definida, mas já foi mensal e é publicado desde 1989. Com o advento das novas mídias, o jornal paulatinamente foi deixando de ter periodicidade, embora siga sendo editado diante da necessidade do sindicato. A quantidade de páginas varia a partir de oito, de acordo com a demanda, e a edição é sempre colorida. A redação e a diagramação são realizadas por jornalistas da equipe de comunicação do SINTE/RN, cabendo aos diretores a redação de artigos assinados. O Extra Classe aborda temas de economia relativos aos interesses corporativos e à formação política dos trabalhadores. A base editorial do jornal também trata de assuntos nacionais, sobretudo quando se referem à educação pública. O informativo mantém uma tiragem de cinco mil exemplares¹⁸. Sua distribuição também é feita de mão em mão e de forma gratuita, especialmente em assembleias, mobilizações da categoria ou visitas dos dirigentes sindicais às escolas.

Já o principal material impresso do Sindsaúde/RN, o jornal SindNotícias foi criado em 2004, inicialmente com uma periodicidade mensal. A partir de 2008, passou a ser quinzenal e permaneceu assim até 2013, quando voltou a ser mensal. Com a incorporação de novas ferramentas de comunicação pelo sindicato, como o site e as redes sociais Facebook e Instagram, o jornal transformou-se numa publicação bimestral e assim permanece até o momento. A tiragem média do impresso já chegou a ser de cinco mil unidades, mas hoje oscila entre três e quatro mil exemplares, de acordo com a necessidade do sindicato. O SindNotícias possui de quatro a oito páginas – dependendo dos assuntos de cada edição –, é colorido e geralmente aborda os embates do sindicato contra os governos, denúncias sobre a infraestrutura da saúde pública e as lutas por direitos dos servidores estaduais e municipais, além de análises políticas de temas nacionais e internacionais. A redação e a diagramação do jornal são feitas pela equipe de comunicação do Sindsaúde/RN, composta hoje por uma jornalista e dois estagiários. O SindNotícias também é distribuído gratuitamente pelos diretores do sindicato em postos de saúde e hospitais públicos, no formato de mão em mão¹⁹.

¹⁸ O programa de rádio Extra Classe se encontra disponível no link: <https://soundcloud.com/radioextraclass> O Site oficial do Sindicato dos Trabalhadores em Educação Pública do RN é o <http://sintern.org.br/>, Facebook: <https://www.facebook.com/SinteRN>, Instagram: <https://www.instagram.com/sinte.rn> e Youtube: <https://www.youtube.com/user/ExtraClasseWebTV>. Acesso em 12 set. 2020

¹⁹ O Site oficial do Sindsaúde é o <http://www.sindsaudern.org.br/>, Instagram: <https://www.instagram.com/sindsaudern/>, Facebook: https://www.facebook.com/sindsaudernoficial/?ref=br_rs, Youtube: <https://www.youtube.com/user/Sindsaudern> Acesso em 12 set. 2020

A partir desta breve descrição destes três impressos sindicais no RN, gostaríamos de retomar o seguinte questionamento: por que um sindicato, mesmo dispondo de ferramentas de comunicação mais rápidas e de maior alcance (como Facebook, Instagram, YouTube ou WhatsApp), inclusive com vários recursos audiovisuais, continua publicando um jornal impresso periodicamente ou mesmo de forma irregular? Aqui, buscaremos sugerir uma hipótese que possa nos ajudar a responder a essa pergunta, a partir da reflexão sobre a existência de uma lógica própria integradora do jornal sindical.

4 O CORPO A CORPO DA COMUNICAÇÃO SINDICIAL

Santiago e Giannotti (1997) enfatizam que, a comunicação é um binômio que congrega necessidade de dialogar com o sindicalizado e o incentivo à leitura, gerando no trabalhador a disposição de ler e um conseqüente interesse sindical reflexivo. Há nesse veículo de comunicação, um fator organizativo e aglutinador de pessoas em cada local de trabalho. O jornal sindical pode contribuir para unificar a leitura dos trabalhadores a respeito do mundo ao seu redor, hierarquizando e combinando as questões econômicas do dia a dia com os conflitos políticos mais gerais.

O instrumento-rei da comunicação escrita é o jornal. Diferentemente de um boletim, o jornal trata de vários assuntos: desde o bebedouro que o patrão se recusa a colocar na seção, até o exemplo dos guerrilheiros mexicanos em Chiapas. Há espaço para toda a política da Central e do sindicato. Sem cair na armadilha de querer dizer tudo em cada número do jornal, há a possibilidade de tratar de toda a política do sindicato. Com calma, sem afobação, sem abarrotar cada artigo com 37 assuntos. E sobretudo fazendo uma hierarquia das ideias a serem transmitidas ao leitor. (SANTIAGO; GIANNOTTI, 1997, p. 20)

Como toda mídia, o jornal sindical também possui uma lógica própria. Sua relação com seu público é bastante particular. O jornal sindical impresso não é vendido, e sim distribuído aos seus destinatários. Sem uma boa distribuição, personalizada, regular e dinâmica, “a imprensa sindical está morta” (GIANNOTTI, 2014). Qual a melhor maneira desta distribuição? Pelo que podemos verificar a partir de entrevistas feitas com os principais dirigentes e jornalistas do três sindicatos citados, no período de junho de 2018 a abril de 2019, e pela compilação da literatura sobre o tema, a mais pessoal, de mão em mão, promovendo o contato face a face, mesmo em tempos de redes sociais, é a que ainda apresenta melhores resultados. Esse contato pessoal, portanto, a nosso ver, é um dos principais fatores que ainda

favorecem a permanência deste tipo de publicação no formato papel, como acontece nos casos dos três jornais potiguares mencionados acima. Estar intimamente ligado aos destinatários da imprensa sindical – ligado politicamente, e também de maneira física – é condição determinante para que os objetivos da comunicação sejam alcançados.

Há dezenas e até centenas de jornais distribuídos gratuitamente em cada país. E qual a razão dos empresários ou seus governos distribuírem jornais gratuitos? Patrão não joga dinheiro fora. Se manda distribuir tal jornal de graça na saída da estação de trem onde descem milhares de trabalhadores, ele sabe o que faz. (GIANNOTTI, 2014, p. 125)

Há características no jornal sindical que o distinguem, profundamente, dos jornais tradicionais da grande imprensa. Para além das já destacadas aqui, pensemos mais no elo que este jornal estabelece entre a direção de um sindicato e a base de sua categoria. Em nossa opinião, o jornal sindical cria uma relação orgânica entre estes atores sociais, que envolve assuntos profissionais, mas também pessoais, e fortalece uma espécie de identidade sindical coletiva. De certa forma, obriga de maneira tácita o dirigente sindical a estar periodicamente em contato com os trabalhadores da base de sua categoria profissional, conhecer seus problemas e anseios, como atestaram as entrevistas realizadas. Assim, ele precisa visitar o chão do local do trabalho, distribuir o material, conversar com os trabalhadores, reunir as pessoas, debater os temas presentes no jornal. Ou seja, organizar a ação coletiva. O jornal impresso ajuda-o a cumprir esse papel.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Parece-nos inegável, segundo a perspectiva de Jost (2011), que há uma permanente disputa intermídias em curso no mundo, entre meios audiovisuais, impressos e digitais. Uma espécie de confronto entre os hábitos de consumo, história, cultura e também entre as lógicas próprias destas mídias. Esta constatação nos faz retomar Silverstone (2005) quando este sugere que nós transformamos as mídias, mas também somos transformados por elas. De tal modo que, ao se estabelecerem na sociedade e produzirem mudanças significativas na organização social, determinadas mídias e seus suportes tendem a impactar os hábitos e as tradições do que até então parecia incontornável.

Com o impresso não seria diferente, sobretudo diante de um suporte que se apresenta como inesgotável, mais barato e não poluente, como é o virtual. Contudo, o fato de o papel

ser um dos suportes mais duradouros na história da escrita e do peso que mantém na organização social, torna-se um aliado para sua permanência. No caso da imprensa sindical, em particular no Rio Grande do Norte, vimos que os jornais SindNotícias e Extra Classe reduziram suas tiragens e espaçaram a periodicidade em razão das novas mídias. No entanto, o Luta Bancária manteve a periodicidade e até aumentou a tiragem em 500 exemplares a partir de 2015, com quatro mil jornais atualmente. Além disso, historicamente no movimento sindical, há uma tendência de aumento e de maior presença dos impressos nos períodos de grandes mobilizações ou greves de trabalhadores, tal qual observou Ferreira (1978). Este elemento da realidade parece ainda perdurar, uma vez que os sindicatos analisados continuam produzindo mais informativos nos momentos de efervescência, como ilustra o exemplo do Sindicato dos Bancários.

A histórica relevância do jornal impresso para os embates travados pelos sindicatos, especialmente para aqueles caracterizados como classistas, também é, a nosso ver, outro indicador de sua permanência como hábito e tradição política, mas sobretudo como um organizador coletivo. Neste sentido, o fator do contato pessoal permanente dos dirigentes com a base dos trabalhadores, enquanto lógica integralizadora do movimento sindical, se realiza também na imprensa sindical, tanto na produção quanto na distribuição. Algo que se comprova, mesmo com todos os impactos e adequações, nos três jornais que selecionamos para ilustrar esta problematização. O jornal sindical impresso permite verificar o termômetro do contato direto com a categoria.

Julgamos ser possível afirmar que o jornal sindical teve e continua tendo grande importância na organização e mobilização dos trabalhadores, mesmo passando de único veículo de comunicação do sindicato para uma das muitas ferramentas disponíveis atualmente. Sua distribuição no corpo a corpo do chão de fábrica ainda possibilita, a nosso ver, uma comunicação integralizadora para construção e manutenção de uma identidade coletiva. No entanto, reconhecemos que a internet é um grande suporte para o conjunto da comunicação sindical, a fonte de boa parte das informações que viabilizam as ações de um sindicato ou movimento.

REFERÊNCIAS

AMORIM, C. R. T, Célia; CRISTINA S. C., Alda.; PAULA R. S., Lanna; COSTA S., Milene. A Imprensa Sindical alternativa dos trabalhadores rurais na Amazônia. Uma contra hegemonia deflagrada com a ditadura militar de 1964. **Lumina**, v. 9, n. 2, 1 dez. 2015. Disponível em: <https://periodicos.ufjf.br/index.php/lumina/article/view/21135> Acesso em 12 fev. 2022

BARROS, P. Thiago, **A imprensa sindical em Ourinhos/SP: Um discussão prático-teórica**. Geografia e Pesquisa (UNESP. Ourinhos), v. 8, p. 86-106, 2014. Disponível: <http://vampira.ourinhos.unesp.br/openjournalssystem/index.php/geografiaepesquisa/article/view/185> Acesso em 12 fev. 2022

BRAGHIN, Simone. O poder em relação: revisitando o conceito de poder em Michel Foucault, Norbert Elias e Pierre Bourdieu. **PRACS: Revista Eletrônica de Humanidades do Curso de Ciências Sociais da UNIFAP**. Macapá, v. 10, n. 1, p. 155-167, jan./jun. 2017. Disponível em: <https://periodicos.unifap.br/index.php/pracs/article/view/2263> Acesso em 12 fev. 2022

CANCLINI, Nestor García. **Leitores, Espectadores e Internautas**. São Paulo: Iluminuras, 2008.

CARVALHO, R. O. Luis; LEAL, S. Zulenilton.; SANTOS, C. Danilo. **Gerenciamento de Mídias Sociais na Comunicação Sindical: o Instagram do Sinasefe IF Sertão-PE**. In: XXI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, 2019, São Luís. Fluxos comunicacionais e crise da democracia. São Paulo: Editora da Intercom, 2019. v. 1. p. 1-8. Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/nordeste2019/resumos/R67-0595-1.pdf> Acesso em 12 fev. 2022

CHAUÍ, Marilena. **O que é ideologia**. 15ª ed. São Paulo: Brasiliense, 1984

COSTA, Claudia. **Comunicação Sindical no Brasil: breve resgate e desafios**. São Paulo: Editora Sundermann, 2010.

COSTA, Luciana M. & SILVA, JOÃO P. H. Discurso e Hegemonia no Jornal Tribuna do Norte: A Gestão Privada de Serviços Públicos e a Construção de Sentidos sobre as Organizações Sociais (OSs). **Mídia e Cotidiano: Revista do Programa de Pós-Graduação em Mídia e Cotidiano da UFF**, v.13, n. 1, Abril, p. 212-230, 2019. Disponível em: <http://periodicos.uff.br/midiaecotidiano/article/view/28057> Acesso em 12 fev. 2022

DOMINGUES-DA-SILVA, M. Juliano.; MEDEIROS, A. Beatriz. **A produção da notícia no jornalismo sindical: O caso da Central Única dos Trabalhadores em Pernambuco (CUT-PE)**. In: XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, 2015, Natal, Rio Grande do Norte. São Paulo: INTERCOM, 2015. v. 1. p. 1-15. Disponível em: <http://www.portalintercom.org.br/anais/nordeste2015/resumos/R47-0597-1.pdf> Acesso em 12 fev. 2022.

FERREIRA, Dirce Nazaré de Andrade; BAPTISTA, A. C. D. **Movimento Sindical, Comunicação e Impacto na Representatividade sob a Ótica do Servidor da Universidade Federal do Espírito Santo**. Revista Brasileira de Pesquisa e Marketing, v. 18, p. 1-15, 2016. Disponível: <https://bit.ly/2SN8HjS> Acesso em 12 fev. 2022.

FERREIRA, Maria Nazareth. **Imprensa Operária no Brasil**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1978.

GIANNOTTI, Vito. **Comunicação dos Trabalhadores e Hegemonia**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2014.

_____. **Muralhas da Linguagem**. Rio de Janeiro: Mauad, 2004.

_____. **O que é jornalismo operário?** São Paulo: Editora Brasiliense, 1988.

JOST, François. Novos comportamentos para antigas mídias ou antigos comportamentos para novas mídias? **MATRIZES**, São Paulo, ano 4, n. 2, p. 93-109, jan./jun., 2011.

LESSA, Sérgio; TONET, Ivo. **Introdução à filosofia de Marx**. 2. ed. São Paulo: Editora Expressão Popular, 2011.

MARX, Karl; ENGELS, Friedrich. **Manifesto Comunista e Princípios do Comunismo**. Trad. Diego Siqueira. São Paulo: Editora Sundermann, 2007.

MIANI, R. Antonio. **Por uma comunicação unificada em tempos de resistência: a experiência do Coletivo dos Sindicatos de Londrina na luta contra a Reforma da Previdência**. In: INTERCOM 2019 - XXXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2019, Belém/PA. Anais do INTERCOM 2019, 2019. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2019/resumos/R14-1201-1.pdf> Acesso em 12 fev. 2022.

MIANI, R. Antonio. **Uma análise das greves gerais durante o governo Sarney por meio das charges na imprensa sindical**. In: IV Conferência Internacional Greves e Conflitos Sociais, 2018, São Paulo/SP. Anais da IV Conferências Internacional Greves e Conflitos Sociais, 2018. Disponível: <http://www.sinteseeventos.com.br/site/iassc/GT10/GT10-45-Rozinaldo.pdf> Acesso em 12 fev. 2022.

MIANI, R. Antonio. O sindicato cidadão nas páginas da imprensa sindical. **REVISTA COMUNICAÇÃO MIDIÁTICA (ONLINE)**, v. 11, p. 69-89, 2016. Disponível em: <https://www2.faac.unesp.br/comunicacaomidiatica/index.php/CM/article/view/71> Acesso em 12 fev. 2022

MOMESSO, A. Luis. **Comunicação Sindical - Limites, Contradições, Perspectivas**. 2. ed. Recife: Editora Universitária UFPE, 2013. v. 1. 181p.

MORAES, Dênis de. **Poder midiático e disputas ideológicas**. 1a. ed. Riio de Janeiro: Consequência, 2019. v. 1. 134p .

MORAES, Dênis de. O papel da mídia na batalha ideológica da América Latina. **Observatorio Latinoamericano**, v. 1, p. 14-30, 2017. Disponível em: <https://publicaciones.sociales.uba.ar/index.php/observatoriolatinoamericano/article/view/2478> Acesso em 12 fev. 2022.

MORAES, Dênis de. Comunicação, hegemonia e contra-hegemonia: a contribuição teórica de Gramsci. Porto Alegre: **Revista Debates**, v.4, n.1, p. 54-77, jan.-jun. 2010. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/debates/article/view/12420/0> Acesso em 12 fev. 2022.

NEVES, Leonardo. **O Rádio como Instrumento de Luta Sindical: comunicação sindical e recepção no mundo do trabalho**. In: INTERCOM - 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Joinville – SC - 2 a 8/09/2018, 2018, Joinville - SC. INTERCOM 2018. Joinville: INTERCOM, 2018. p. 2179-2194. Disponível: <http://www.intercom.org.br/sis/eventos/2018/resumos/R13-2179-1.pdf> Acesso em 12 fev. 2022.

RIBEIRO, T. Alexandro. **Da imprensa sindical para a imprensa de massa: interagendamento e contra-agendamento**. In: Vanessa Cristina de Abreu Torres Hrenechen. (Org.). Ciências da Comunicação. 1ed.Ponta Grossa: Antonella Carvalho de Oliveira, 2019, v. 1, p. 21-32. Disponível em: <https://www.finersistemas.com/atenaeditora/index.php/admin/api/artigoPDF/11359> Acesso em 12 fev. 2022.

RIBEIRO, T. Alexandro. Voz e vez: fala e representação dos trabalhadores na imprensa sindical paranaense. In: Alan M. Zuffo; Jorge G. Aguilera; Bruno R. de Oliveira. (Org.). **Ciência em Foco Volume III**. 1ed.Nova Xavantina: Pantanal Editora, 2020, v., p. 40-52

SANTIAGO, Cláudia; GIANNOTTI, Vito. **Comunicação sindical: falando para milhões**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1997.

SANTOS, S. Karina **A comunicação sindical no Facebook:** um estudo de caso do Sindicato dos Comerciantes do Rio de Janeiro. In: VII Seminário de Pesquisas em Mídia e Cotidiano - Mídia e Sociedade Conectada: Espaços e Memórias do Cotidiano, 2018, Niterói. VII Seminário de Pesquisas em Mídia e Cotidiano. Mídia e Sociedade Conectada: Espaços e Memórias do Cotidiano, 2018. Disponível em: <http://www.ppgmidiaecotidiano.uff.br/site/wp-content/uploads/2018/10/Artigos-Completos-GT2-Anais-PPGMC-2018.pdf> Acesso em 12 fev. 2022.

SCHUSTER, R. Patricia. **O discurso do jornalismo sindical:** uma análise a partir da Revista do Brasil. In: ALAIC - XIV Congreso de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación, 2019, San José - Costa Rica. Memorias ALAIC - GT 8: Comunicación Popular, Comunitaria y Ciudadanía. San José - Costa Rica: ALAIC, 2019, p. 35-40. Disponível em: <http://www.alaic2019.ucr.ac.cr/sites/default/files/2019-02/GT%208%20-%20ALAIC%202018.pdf#page=35> Acesso em 12 fev. 2022.

SCHUSTER, R. Patricia. O funcionamento da metáfora no discurso jornalístico de revista: temas sindicais em Veja e Revista do Brasil. **REVISTA COMUNICAÇÃO MIDIÁTICA (ONLINE)**, v. 13, p. 20-33, 2018. Disponível em: <https://www2.faac.unesp.br/comunicacaomidiatica/index.php/CM/article/view/5> Acesso em 12 fev. 2022.

SCHUSTER, R. Patricia. O lugar de fala do jornalismo: temas sindicais em Veja e Revista do Brasil. **CONEXÃO: COMUNICAÇÃO E CULTURA**, v. 15, p. 176, 2016. Disponível em: <http://www.ucs.br/etc/revistas/index.php/conexao/article/view/4372/2847> Acesso em 12 fev. 2022.

SILVA, Juremir Machado (da). Os suportes da comunicação: entre meio e poder. **MATRIZES**, São Paulo, ano 7, n. 1, p. 47-57, jan./jun., 2013. Disponível em: <https://www.periodicos.usp.br/matrizes/article/download/56645/59662> Acesso em 12 fev. 2022.

SILVA, S. Sandra. A relação entre ciência e senso comum: Para uma compreensão do patrimônio cultural de natureza material e imaterial. Ponto Urbe. **Revista do Núcleo de Antropologia Urbana da USP**. São Paulo, n. 9, p. 01-09, 2011. URL: <http://journals.openedition.org/pontourbe/359> Acesso em 12 fev. 2022.

SILVERSTONE, Roger. **Por Que Estudar A Mídia?** São Paulo: Loyola, 2005.

VECCHI, Cristine. **MEMÓRIA DE LUTA:** A Tribuna Metalúrgica como suporte da mobilização dos metalúrgicos do ABC no novo sindicalismo. In: III Simpósio Internacional Comunicação e Cultura: aproximações com memória e história oral, 2019, São Caetano do Sul. Anais do III Simpósio Internacional, 2019. v. 1. p. 1573-1586. Disponível em: <https://simposiocomunicaca.wixsite.com/dialogosentrebraemex/memorias-anais1> Acesso em 12 fev. 2022.

VECCHI, Cristine. **A construção de significados na cobertura jornalística da Tribuna Metalúrgica nas eleições presidenciais de 2010 e 2014.** In: 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2018, Joinville - SC. Anais do 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Desigualdades, gêneros e comunicação, 2018a. Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2018/resumos/R13-0033-1.pdf> Acesso em 12 fev. 2022.

VECCHI, Cristine. **Com a palavra, os metalúrgicos do ABC:** história oral e memória da Tribuna Metalúrgica. In: VI Congresso Internacional de Comunicação e Cultura - ComCult, 2018, São Paulo. Anais do VI Congresso Internacional de Comunicação e Cultura, 2018b. Disponível em: http://www.comcult.cisc.org.br/wp-content/uploads/2019/05/GT2_Cristine_Gleria_Vecchi_UNIP.pdf Acesso em 12 fev. 2022.

WEFFORT, C. Francisco. **O populismo na política brasileira.** Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1978.

THE PERMANENCE OF TRADE UNION'S PRINTED NEWSPAPER: to where does the communication of resistance go?

ABSTRACT

This article aims to reflect on the nature of communication and its eternal dispute for hegemony in relation to the mainstream media, in order to identify its operating logic nowadays. We seek to provoke the following problematization: why does a trade union, even with faster and more extensive communication tools (such as Facebook, Instagram, YouTube or WhatsApp), including several audiovisual resources, continue to publish a periodically printed newspaper with expressive circulation? Our hypothesis, supported by the example of three printed newspapers in Rio Grande do Norte: SindNotícias, Luta Bancária and Extra Classe, that still working out,, is the existence of a productive logic that integrates the union newspaper. The reflections are supported mainly by the elaborations of Giannotti (2014), Silva (2013), Jost (2011) and Canclini (2008). (Resumo em inglês e espanhol devem seguir a mesmas diretrizes do em português)

Keywords: Trade Union Communication; Trade Union Press; Trade Union Journalism.

LA PERMANENCIA DEL DIARIO IMPRESO: ¿hacia dónde va la comunicación de resistencia?

RESUMEN

Este artículo busca reflexionar sobre la naturaleza de la comunicación y su eterna disputa por la hegemonía en relación a los grandes medios de comunicación, con el fin de identificar su lógica operativa hoy. Buscamos provocar la siguiente problematización: ¿por qué un sindicato, aun teniendo herramientas de comunicación más rápidas y de mayor alcance (como Facebook, Instagram, YouTube o WhatsApp), incluyendo varios recursos audiovisuales, sigue publicando un periódico impreso periódicamente con circulación expresiva? Nuestra hipótesis, sustentada en el ejemplo de los periódicos impresos Potigares SindNews, Luta Bancária y Extra Classe, en pleno auge, es la existencia de una lógica productiva que integra el periódico sindical. Las reflexiones se sustentan principalmente en las elaboraciones de Giannotti (2014), Silva (2013), Jost (2011) y Canclini (2008).

Palabras clave: Comunicación sindical; Union Press; Periodismo sindical

Recebido em: 23/09/2020

Aceite em: 02/01/2022