

Carta aberta dos profissionais de comunicação de entidades de classe de trabalhadores

A intenção deste manifesto, que surgiu durante os debates entre os participantes do 19º Curso Anual do Núcleo Piratininga de Comunicação, ocorrido entre os dias 20 e 24 de novembro de 2013, é esclarecer sobre o funcionamento prático da imprensa sindical e das funções dos profissionais de comunicação dentro das entidades classistas.

A atividade de assessoria de comunicação desenvolvida pelos assessores de imprensa é, efetivamente, uma função jornalística, além de ser uma área estratégica na política da entidade sindical.

Entretanto, a aplicação deste setor nos sindicatos tem resultado na exigência de uma multifuncionalidade dos profissionais de comunicação, gerando a sobrecarga de trabalho. Portanto, é preciso deixar claras as funções exercidas.

O jornalista que atua em assessoria de comunicação entrevista, pesquisa, escreve, edita, identifica notícias factuais, sugere, fotografa, atualiza sites, monta boletins digitais, gerencia redes sociais, diagrama publicações, cria materiais audiovisuais (redação de roteiros e entrevistas), escreve releases, sugere pautas, faz relacionamento com os veículos de comunicação, organiza coletivas de imprensa, entre outros, o que tem nos tornado profissionais superatarefados.

Criação de materiais gráficos e artes para redes digitais não é função de jornalista. Quem faz isso são publicitários. Não temos, em nossa formação, cadeiras voltadas para tal. No entanto, o desenvolvimento desses materiais nos tem sido cobrado.

Hoje muito se fala em conhecimento compartilhado e criação coletiva. Há anos se discute – e em muitos espaços já está implantado – o conceito de comunicação integrada, que consiste no conjunto articulado de esforços, ações, estratégias e produtos de comunicação, planejados e desenvolvidos por profissionais de comunicação de diferentes áreas, com o objetivo de agregar valor à marca (sim, o sindicato é também uma marca e vai ou não ter fidelidade e reputação) ou de consolidar sua imagem junto a públicos específicos ou à sociedade como um todo. A comunicação integrada é ideal para gerar as ferramentas para o atingimento de um ambiente harmonioso, cooperativo e coeso, em torno de objetivos e de valores comuns.

Para o alcance de uma comunicação efetiva, é necessária a existência de equipes multidisciplinares, formada por profissionais de jornalismo, publicidade, relações públicas e marketing. Cada um tem formação específica para o exercício de suas funções. Juntos, eles atingem os objetivos elencados anteriormente.

Há uma absorção de profissionais pela demanda que acaba gerando um número elevado de horas extras, levando à necessidade de levar trabalho para fora do expediente.

Os equipamentos dos sindicatos nem sempre são suficientes ou adequados para a obtenção do resultado esperado. Mesmo sem essa tecnologia, o resultado é cobrado pela direção.

O gerenciamento de perfis nas redes digitais exige profissionais preparados, treinados e tempo para sua manutenção. Portanto, tem de ser planejado e manuseado por comunicadores, que, após consulta dos dirigentes sindicais, possam responder de forma proativa e reativa através de múltiplos cenários – não apenas colocar uma pessoa familiarizada com redes sociais à frente dos perfis.

As redes digitais são, sim, canais de comunicação com as categorias e devem ser gerenciadas de forma a dialogar com as classes.

É necessário que os sindicatos, entidades que defendem os trabalhadores e seus anseios, cultivem a solidariedade de classe com seus profissionais de comunicação, entendendo-os como trabalhadores que vendem suas forças de trabalho para sobreviver, mas que estão com suas relações de trabalho cada vez mais precarizadas.

Caso contrário, a cada dia a relação sindicalistas/jornalistas tende a se deteriorar por conta do aumento de casos de assédio moral e do descumprimento das legislações pertinentes ao exercício da profissão (entre elas o Decreto nº 83.284, de 13 de Março de 1979), o que leva à degradação das relações interpessoais que regem o ambiente de trabalho nas assessorias de comunicação sindical.

Faz-se necessário que o dirigente sindical aplique, na relação com o jornalista de sua entidade, o que pleiteia ao seu patrão empresário/político, sob pena de que a falta de confiança do profissional de comunicação sindical no dirigente sindical resulte em divergência e não em solidariedade.

Jornalistas são trabalhadores e também querem, por parte dos sindicalistas contratantes, a valorização profissional, melhoria das condições de trabalho e investimento em capacitação e aperfeiçoamento profissional. Não garantidas essas condições, a tendência é de que os sindicatos venham a sofrer com uma crise de invisibilidade ainda maior do que a existente atualmente. É preciso aliar o discurso à prática junto às equipes internas.

Profissionais de comunicação presentes ao 19º Curso Anual do NPC

23 de novembro de 2013.