



A produção da notícia no jornalismo sindical:

O caso da Central Única dos Trabalhadores em Pernambuco (CUT-PE)¹

Beatriz Albuquerque de MEDEIROS²

Juliano Mendonça DOMINGUES³

Universidade Católica de Pernambuco, Recife, PE

RESUMO

Esta pesquisa analisa o processo de produção das notícias nas redações sindicais a partir do estudo de caso da Central Única de Trabalhadores em Pernambuco (CUT-PE). O objetivo é compreender o processo de produção sob a ótica da teoria interacionista do jornalismo através da realização de análise qualitativa, das rotinas produtivas e da relação de trabalho estabelecida entre os dirigentes sindicais e os jornalistas, e quantitativa, do Jornal da CUT-PE. O estudo tem natureza exploratória e utiliza as técnicas de pesquisa bibliográfica, documental e de campo. Verificou-se que ocorrem interferências institucionais durante a produção da notícia, por parte dos dirigentes sindicais, que é determinante para o resultado do produto e para o estabelecimento de uma relação patronal conflituosa.

PALAVRAS-CHAVE: jornalismo sindical; produção de notícia; comunicação; trabalhadores.

INTRODUÇÃO

O jornalismo sindical no Brasil é resultado da necessidade de organização da classe trabalhadora para a conquista dos seus direitos frente às transformações econômicas e sociais geradas pela urbanização e expansão industrial no país, na década de 1920. Para esse tipo específico de produção jornalística, a notícia não exerce o papel de mercadoria, mas de ferramenta de mobilização e formação política dos trabalhadores.

Nesse sentido, a evolução da imprensa operária está intrinsecamente relacionada à história de luta dos trabalhadores, sendo subdividida em três fases (FERREIRA, 1988): “anarcosindicalista” (1880 – 1920), “imprensa sindical-partidária” (1920 – 1964) e “imprensa sindical propriamente dita” (a partir de 1970). De acordo com o levantamento feito pela autora, entre os anos de 1875 e 1920 foram produzidos 343 jornais diferentes no país.

¹ Trabalho apresentado no II 1 – Jornalismo do XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 2 a 4 de junho de 2015.

² Recém-graduada no Curso de Jornalismo da UNICAP, email: medeiros.bia@gmail.com

³ Professor Doutor do Curso de Jornalismo da Unicap-PE, orientador da pesquisa, e-mail: juliano@unicap.br



Apesar de a imprensa operária existir há mais de dois séculos, a profissionalização da comunicação sindical é um fenômeno recente, consolidado a partir da década de 1980, período de retomada do movimento sindical no Brasil. Por isso, os estudos sobre esse campo jornalístico ainda são muito incipientes. Para Gianotti (1997), autor com vasta produção sobre o tema, a garantia do sucesso na comunicação sindical está na relação entrosada entre os atuais elementos do tripé: dirigente, jornalista e militante de base. O dirigente em questão é o que exerce a função de diretor de comunicação e que recorrentemente não é graduado ou especialista em comunicação social, mas avalia e interfere no trabalho do jornalista.

Há uma série de conflitos e contradições entre diretores e profissionais da comunicação não só por questões empregatícias, mas também por outras resultantes do exercício da profissão. Nem sempre os diretores têm conhecimento de políticas de comunicação necessárias para definir a orientação da entidade neste particular e chocam-se com concepções dos profissionais da área (MOMESSO, 1997, p. 157).

O avanço da tecnologia é um dos fatores responsáveis pelas mudanças na forma de produzir o jornalismo sindical. Os folhetos, volantes e pequenos jornais, que no passado eram produzidos pelos próprios militantes, transformaram-se em portais online, publicações em redes sociais, jornais periódicos e revistas com melhores acabamentos gráficos. Entretanto, o processo de produção de notícia adotado pelos jornalistas tem apresentado aspectos contraditórios em relação à *práxis* do jornalismo tradicional (ARAÚJO, 2003).

Apesar da demanda para o setor ser exponencialmente crescente, as publicações científicas voltadas para essa área específica do jornalismo, em especial as que fazem referência à prática em Pernambuco, são escassas e precisam ser atualizadas. A última publicação que apresenta um panorama da questão em âmbito estadual foi publicada pelo professor Luiz Momesso, em 1997.

2. ASPECTOS TEÓRICOS E CONCEITUAIS

Uma parte dos teóricos defende a concepção tradicional de notícia como “espelho da realidade”. Outra parte compreende a notícia como a “construção social da realidade”. Enquanto a concepção do espelho não leva em consideração a atividade produtiva da notícia, a da “construção da realidade” estuda a atividade dos jornalistas e das organizações dos *mass media* (ALSINA, 1996). Para essa corrente de teóricos,



La noticia no espeja la sociedad. Ayuda a constituir la como fenómeno social compartido, puesto que en el proceso de describir un suceso la noticia define y da forma a esse suceso. [...] La noticia está definiendo y redefiniendo, constituyendo y reconstituyendo permanentemente fenómenos sociales⁴ (TUCHMAN⁵ apud ALSINA, 1996, p.184-185).

O processo de produção da notícia é a etapa definitiva para o resultado do produto jornalístico. Por isso, os profissionais costumam seguir uma rotina que garanta o sucesso da atividade. Apesar de prevenir o jornalista sobre os possíveis entraves na produção da notícia, a rotinização do trabalho pode resultar em um processo demasiadamente técnico e susceptível à falha de percepção.

Para Alsina (1996), as rotinas informativas podem ser divididas nas seguintes etapas: seleção dos acontecimentos, verificação das informações, hierarquização dos acontecimentos e contextualização. A produção englobaria o planejamento e a apuração como procedimentos iniciais.

Nesse processo existem supostas interferências externas que determinariam o resultado final da produção, ou seja, a notícia. Alsina (1996) categorizou algumas dessas interferências institucionais, chamadas por ele de “meios de socialização”. As categorias apontadas pelo autor são: revisão de artigos por superiores; comentários e reprimendas; reuniões redacionais; e contato informal entre jornalistas.

Para compreender o processo de produção da notícia na redação da CUT-PE, confrontaremos aspectos da prática profissional à teoria interacionista do jornalismo. Essa abordagem nos permitirá analisar a relação de trabalho dos dirigentes e jornalistas sindicais, verificar as rotinas de produção e identificar as contradições recorrentes na prática do jornalismo de informação sindical.

De acordo com Traquina (2005), a teoria interacionista defende que as notícias são o resultado de processos complexos de interação social entre: os jornalistas e as fontes de informação; os jornalistas e a sociedade; os membros da comunidade profissional, dentro e fora da sua organização.

⁴ “A notícia não espelha a sociedade. Ajuda a estabelecê-la como fenômeno social compartilhado, considerando que no processo de descrever um fato a notícia define e da forma a esse fato. [...] A notícia está definindo e redefinindo, constituindo e reconstituindo permanentemente fenômenos sociais” (Tuchman apud Alsina, 1996. Tradução nossa).

⁵ Tuchman, Gaye. **La producción de la noticia**. Estudio sobre la construcción de la realidad. Barcelona: Gustavo Gili, 1983.



O interacionismo situa o jornalista no seu local de trabalho, reconhecendo a importância dos constrangimentos organizacionais. Segundo a teoria, esse profissional se integraria por um processo de osmose a uma comunidade profissional “transorganizacional”, onde exerce um determinado grau de autonomia. Essa corrente sublinha a importância da cultura jornalística, sendo considerados fatores relevantes os valores-notícia, a ideologia dos membros e as rotinas e procedimentos utilizados.

Rejeitando a teoria do espelho e criticando o 'empirismo ingênuo' dos jornalistas, a teoria interacionista defende que os jornalistas não são simples observadores passivos, mas participantes ativos na construção da realidade. As notícias devem ser encaradas como o resultado de um processo de interação social. As notícias são uma construção social onde a natureza da realidade é uma das condições, mas só uma, que ajuda a moldar as notícias (TRAQUINA, 2005, p. 204).

4. DESCRIÇÃO E INTERPRETAÇÃO DO OBJETO

Este estudo se propõe a investigar como ocorre o processo de produção da notícia em redações sindicais, a partir da análise de um caso particular, o da Central Única de Trabalhadores em Pernambuco (CUT-PE). A CUT-PE é a central sindical que agrega o maior número de sindicatos trabalhistas no Estado, totalizando 210 entidades filiadas. Fundada em 1983, a central mantém em sua sede uma assessoria de imprensa estruturada, criada em 1998, responsável pela produção de notícias para o boletim semanal, o jornal trimestral e o portal na internet.

A equipe de comunicação da central é chefiada pelo jornalista Chico Carlos, 57 anos, graduado na Universidade Católica de Pernambuco e com especialização em jornalismo sindical pelo Núcleo Piratininga de Comunicação e pela Escola Nordeste da CUT. Chico Carlos assumiu o cargo de assessor de imprensa da entidade no ano que o setor foi criado. A equipe conta com o reforço da estagiária Sofia Lima, 27, estudante do curso de jornalismo do Centro Universitário Maurício de Nassau (Uninassau), que integra a equipe desde novembro de 2013.

A coordenação do departamento está sob a responsabilidade do agricultor familiar Antônio Bernardino Filho, 36, estudante do curso superior de Gestão Pública. Bernardino Filho começou a gerenciar o setor em junho de 2013, após uma decisão política da atual direção da CUT-PE, presidida por Carlos Veras.



Em relação à estrutura física, o departamento funciona em uma pequena sala no térreo da sede. Os equipamentos disponíveis são um computador desktop, com internet e caixas de som acopladas, um telefone fixo, um celular e uma câmera fotográfica Kodak.

O departamento é responsável pela produção de um jornal trimestral, atualização diária do portal na Web e das redes sociais, elaboração de um clipping de notícias e de um boletim semanal. Além disso, atendem as demandas dos órgãos de imprensa e sugerem pautas para os jornais locais. Eventualmente, a equipe produz edições especiais de revista.

O trabalho é realizado durante os cinco dias úteis da semana, ou seja, de segunda a sexta-feira, das 10h às 18h, podendo ter o horário estendido em virtude de demandas especiais.

4.1. ANÁLISE DOS DADOS COLETADOS

Por meio da técnica de observação sistemática realizada entre os dias 5 e 9 de maio de 2014 no departamento de comunicação da CUT-PE, podemos verificar a rotina de trabalho dos jornalistas. Antes de detalharmos quais são as ações executadas diariamente por esses profissionais, é preciso ressaltar que também registramos atividades que ocorrem eventualmente. Essas foram inseridas na categoria “intercorrências”.

As atividades do turno da manhã foram realizadas pelo jornalista Chico Carlos. Durante os cinco dias em que estivemos presentes na Central, o jornalista iniciou o seu trabalho às 10h, com exceção da terça-feira (6/5), quando ele não deu expediente para ir acompanhar o julgamento de um processo do Sindicato dos Jornalistas, onde ele integra a direção. Nesse mesmo dia, a estagiária Sofia Lima também não foi ao trabalho por questões de enfermidade.

Verificamos que a primeira atividade realizada é sempre a ronda nos sites da CUT nacional, sindicatos filiados e federações. Em seguida, as notícias são selecionadas, levando em consideração o alcance regional, e publicadas no portal da CUT-PE. Após atualizar o site, Chico Carlos verifica o e-mail da instituição e atende as demandas enviadas por militantes e pelos veículos de imprensa. O jornalista repassa



orientações para a estagiária Sofia Lima, que chega ao departamento no turno da tarde. O expediente de Chico Carlos é encerrado às 12h.

Sofia Lima inicia o seu trabalho às 14h. Primeiramente, ela entra em contato com a secretaria-geral e com o presidente da CUT-PE, Carlos Veras, para receber sugestões de pauta e conferir a agenda da presidência. Ao retornar para o departamento de comunicação, ela publica o *link* das matérias do portal da CUT-PE nas redes sociais (Facebook e Twitter).

Quando há demanda para produção de materiais de campanha, como panfletos, por exemplo, a estagiária produz e revisa o material com os militantes. No fim da tarde, Sofia elabora o clipping de notícias do dia e encaminha para o mailing da Central. Aos domingos, de acordo com relato da própria estagiária, ela produz e envia um boletim com as principais notícias da semana.

Antônio Bernardino Filho, diretor de comunicação, esteve na CUT-PE apenas na sexta-feira (9/5), permanecendo por 1h no departamento. Bernardino Filho acumula a função de presidente sindical no interior do estado, onde passa a maior parte da semana.

“A dinâmica é essa, a gente pega o material que tem no site da CUT nacional e nos sindicatos filiados – Sintepe, Sintrajuf, Sindisprev, Bancários – naqueles que têm assessoria e site. De lá nós tiramos as notícias que consideramos mais importantes, porque (no portal da CUT-PE) tem uma sessão de notícia só para sindicatos. Para a sessão de destaques nós produzimos matérias sobre assembleias, atos públicos, atividades que a gente cobre ou as assessorias dos próprios sindicatos enviam. A gente tira foto, posta no nosso Facebook, Twitter. [...] Eu também faço o acompanhamento gráfico do jornal. Conquistamos uma estagiária à tarde que trabalha sob minha orientação. A gente acompanha a agenda do presidente. A preocupação diária é atualizar o site e mandar o clipping de notícia, que é enviado para todas as CUTs estaduais, movimentos sociais, sindicatos filiados e parlamentares. [...] A gente checa sempre nosso e-mail, porque às vezes chegam matérias, sugestão de pauta, os diretores da CUT vão em algum lugar e fazem uma foto. Nós estamos sempre atualizados” (Trecho da entrevista realizada com o jornalista Chico Carlos).

Na semana analisada, foram verificadas as seguintes “intercorrências”: revisão e aprovação do boneco da última edição do Jornal da CUT-PE; auxílio gramatical para elaboração de um ofício do Sindicato dos Rodoviários; resolução de pendências com a



gráfica para a impressão de panfletos do Sindicato dos Metalúrgicos; e o planejamento de uma plenária que será realizada em junho do ano corrente.

Como previsto no tratado de Berger e Luckman (1973), a “tipificação recíproca de ações habituais” resultou em uma “institucionalização”. Apesar do reduzido tamanho da equipe, os aspectos relacionados ao enquadramento do trabalho estão presentes nesse departamento, que funciona sob a definição precisa da função de cada integrante.

Em relação à rotina de trabalho, podemos verificar que, nesse caso, o jornalismo sindical privilegiou o “jornalismo de redação” em detrimento do “jornalismo de rua”. De acordo com Araújo (2009), a opção de produzir o conteúdo de informação sindical sem sair do ambiente de trabalho pode ser justificada pelos “fracos efetivos” e “problemas de pressão do tempo”. Porém, acreditamos que uma terceira justificativa citada pelo autor é a mais pertinente para o caso em análise:

Os jornalistas sindicais sempre tiveram o hábito de servirem-se prioritariamente das fontes internas à organização, mais facilmente disponíveis, e que chegam a eles sem precisar despender um grande esforço de busca, conduzindo-os a uma ‘acomodação’ perversa de suas práticas (ARAÚJO, 2009, p. 114).

A rotinização das práticas constitui-se para o jornalista como um método de controle do trabalho. Se levarmos em consideração esse ponto de vista, a “rotina” não possui sentido pejorativo. Ela é estruturada naturalmente, na medida em que o jornalista se depara com problemas e cria soluções estratégicas. Entretanto, a estandardização do jornalismo sindical desfavorece o processo de inovação do trabalho, resultando em uma produção que se aproxima da mecanicidade.

A análise de produção da notícia foi viabilizada pela realização das entrevistas semiestruturadas com os atores envolvidos no processo. Inicialmente, tínhamos a pretensão de observar, *in locum*, a execução das etapas de trabalho, porém a semana de observação sistemática coincidiu com a última fase do processo, ou seja, a revisão e distribuição do produto.

O primeiro aspecto a ser pontuado é que apesar do jornal estar concluído, o site estava sendo atualizado diariamente. Entretanto, não houve produção de notícia durante toda a semana de observação. As 54 matérias publicadas no portal foram reproduções de outros sites, devidamente creditadas.



De acordo com as entrevistas realizadas com Chico Carlos e Sofia Lima, o Jornal da CUT-PE não é produzido a partir de uma reunião de pauta. Devido à periodicidade trimestral e à imprevisibilidade da atividade sindical, as pautas surgem espontaneamente através da sugestão dos próprios dirigentes e das secretarias temáticas.

“Algumas secretarias já tem o *feeling* e sabem o que mandar de sugestão, mas ainda são poucos os diretores que repassam a informação em tempo real. Eles enviam, mas não tem linguagem jornalística, são textos truncados. Eu também entro em contato com sindicatos filiados à CUT e nesse trabalho a Secretaria Geral ajuda muito”. (Trecho de entrevista realizada com Sofia Lima, em maio de 2014).

Segundo Chico Carlos, “os dirigentes contribuem com textos, mas eles mandam o que eu chamo de ‘tijolão’. Então, colocamos na linguagem jornalística”. O editor-chefe explicou que apesar de existir uma política de comunicação nacional – discutida anualmente no Encontro Nacional de Comunicação (Enacom) – a CUT-PE tem autonomia para seguir uma política micro, devido às especificidades da região.

Em Pernambuco, as matérias são produzidas ao longo dos três meses e selecionadas apenas no último mês de produção. Essa inversão de etapas ocorre porque um dos valores-notícia levados em consideração é o da “atualidade”, que é avaliado o mais próximo possível da data de publicação.

No caso de uma pauta ser definida, a etapa seguinte seria a de “avalição das fontes”, que pode ser feita sob o crivo da hierarquização de autoridade, do fornecimento de materiais de qualidade e da credibilidade. Ocorre que, como dito anteriormente, no jornalismo sindical há um ciclo restrito de fontes. Essas são consideradas seguras pelos jornalistas por fazerem parte da instituição e por isso, é comum que não sejam avaliadas.

Na CUT-PE, o presidente da organização, os dirigentes e os presidentes de sindicatos filiados são fontes recorrentes para o jornal, escolhidas apenas por suas posições na hierarquia de autoridade. A apuração das notícias é feita por meio de consulta às fontes padrão, aos documentos, às atas de assembleias e “saindo em campo” apenas nos eventos especiais, como nas mobilizações do 1º de Maio e Dia das Mulheres.



A etapa de verificação das informações ocorre, por exemplo, em casos de denúncias feitas por sindicatos filiados. Quando a informação é gerada pela própria organização ou por seus membros diretos, essa etapa de produção não é realizada da forma convencional e adequada, pois a informação passa a ser conferida com o próprio informante.

“Há pouco tempo, eu recebi uma denúncia do Sindicato dos Mangaeiros, uma acusação relativa ao presidente da Ceasa. Numa demanda como essa eu escuto a posição do sindicato, mas a CUT tem que enviar um ofício para o denunciado, no caso presidente da Ceasa, solicitando um esclarecimento. Eu não posso ter pressa para publicar, se eu como jornalista ainda não tenho certeza da veracidade da informação. Porque se eu conseguir um espaço para aquela notícia ser publicada e não for aquilo que eu disse? Quando eu recebi a resposta percebi que era uma cilada se eu tivesse enviado. Como era preciso uma avaliação política, eu consultei a direção” (Trecho de entrevista realizada com Sofia Lima, em maio de 2014).

Última etapa de responsabilidade dos profissionais de jornalismo, a distribuição do produto é fundamental para a eficácia do jornalismo sindical. O motivo é que quanto maior for o alcance da notícia melhor será o resultado do processo, no que diz respeito ao fortalecimento da entidade.

De acordo com o editor-chefe de comunicação da entidade, Chico Carlos, a questão da distribuição do jornal transformou-se em uma “polêmica” dentro da direção. Na avaliação do jornalista o público-alvo deveria ser ampliado.

“O público hoje são os sindicalistas, formadores de opinião e lideranças dos movimentos sociais, mas eu já dei uma ideia para a direção de distribuir esse material no metrô e nas paradas de ônibus. Isso é uma polêmica, algumas pessoas são contra. Eu acho que temos que mostrar à sociedade a luta dos trabalhadores. Não adianta ficar só naquele círculo” (Trecho de entrevista realizada com Chico Carlos, em maio de 2014).

A notícia produzida pelo departamento de comunicação da CUT-PE tem a função de divulgar as atividades organização e prestar contas do que vem sendo feito aos trabalhadores e sindicatos filiados. Além disso, é utilizada como uma ferramenta de mobilização. Para isso, são produzidos panfletos, boletins, *spots* de rádio e matérias informativas.

A partir da visualização do organograma do departamento de comunicação da CUT-PE, é possível compreender de que maneira se dá as relações de poder dentro da



organização. A estrutura é hierarquizada e vertical, resultando no controle das informações por parte da entidade. Ela configura-se na reprodução de um modo de organização de trabalho recorrentemente criticado pelos próprios sindicalistas.

No caso da CUT-PE, a posição do “redator-chefe” é ocupada pelo jornalista Chico Carlos. Esse profissional compartilha da ideologia da organização e está à frente do departamento há 16 anos. “O posto de redator-chefe geralmente é ocupado por um profissional que usufrui de ampla confiança dos dirigentes sindicais. Mais que competência técnica, ele precisa dar provas de identificação político-ideológica com o poder sindical” (ARAÚJO, 2009, p. 126).

O diretor de comunicação, Antônio Bernardino Filho, ocupa o cargo há 11 meses. A posição hierárquica desse ator do processo comunicativo é superior a do editor-chefe. Segundo Chico Carlos, “a escolha do diretor de comunicação é meramente política”. Bernardino Filho é agricultor familiar. Como previsto por Giannotti (1997), o diretor de comunicação sindical não possui formação jornalística, mas tem o poder de tomar decisões no setor.

Um dos casos relatados pela estagiária de jornalismo, durante a semana de observação sistemática, foi a respeito da compra de uma câmera fotográfica. Segundo Sofia Lima, a aquisição de um equipamento profissional era imprescindível para o desenvolvimento de um trabalho de qualidade e consenso entre a equipe, entretanto, o diretor optou pela compra de uma câmera digital Kodak.

Conforme apontado por Araújo (2009), o diretor de imprensa no jornalismo sindical funciona como uma espécie de “salvaguarda ideológico” da organização,

O fato de que tenha pouca compreensão da atividade jornalística, como denunciam com frequência os profissionais, não o constrange a intervir nos assuntos da redação e impor-lhes suas escolhas. [...] A função do redator-chefe é, assim, enquadrada pela do diretor de imprensa que, em última instância, dá as orientações a serem seguidas pela equipe de redação (ARAÚJO, 2009, p. 127).

As entrevistas, realizadas separadamente, nos permitiram identificar uma contradição entre o discurso do jornalista e do diretor de comunicação. Segundo o jornalista Chico Carlos, o processo de revisão do material produzido seria realizado



apenas por ele. Entretanto, o diretor afirmou que, com exceção das matérias publicadas no portal, todo o material é revisado por membros da direção.

“Nós temos uma junta para avaliar o material produzido pelo setor. Nós damos sugestões para pautas no jornal, portal, Twitter e Facebook. A gente constrói junto. Nós também fazemos as modificações que achamos necessárias, porque por mais que o nosso jornalista e a nossa estagiária tenham conhecimento, um olhar político precisa ser feito para que a linguagem e a notícia cheguem da forma que o trabalhador possa entender melhor do que uma linguagem mais técnica que o jornalista possa ter”. (Trecho de entrevista realizada com Bernardino Filho, em maio de 2014).

Outro ponto conflituoso na relação entre dirigentes e jornalistas é relativo ao direcionamento de recursos para o setor. Quando a situação financeira da organização está ruim, é comum que os cortes sejam feitos no departamento de comunicação, por exemplo, suspendendo uma publicação impressa.

“Infelizmente, algumas pessoas acham que comunicação é gasto, mas comunicação é investimento. Então, ainda não temos dinheiro para trabalhar melhor. É verdade que as direções que passaram por aqui tiveram essa visão e contrataram serviços” (Trecho de entrevista com Chico Carlos, em maio de 2014).

O diretor de comunicação da CUT-PE reconhece que a valorização da atividade jornalística é um desafio na organização. De acordo com Bernardino Filho, a direção ainda não compreende a comunicação como um setor estratégico para a CUT. As atuais reivindicações do setor, por exemplo, são a contratação de mais um jornalista e a compra de um gravador profissional. Ambas aguardam uma decisão do setor financeiro da entidade.

Durante a semana de observação o representante da organização que permaneceu no departamento por mais tempo foi o vice-presidente, Alberto Alves. Ao revisar um panfleto que estava sendo elaborado pela estagiária de jornalismo para o Sindicato dos Metalúrgicos, Alberto criticou a linguagem do material. “*Conquistas convencionais?* isso está muito longe do raciocínio dos trabalhadores. *Fundamental importância para chegar a um denominador comum?* precisa achar um sinônimo pra isso também”, disse o militante.

Em outro episódio registrado no relatório de observação, o vice-presidente repassa uma demanda textual para o jornalista Chico Carlos e impõe que o profissional



escreva a matéria de acordo com orientações sobre o conteúdo que deveria ser incluído em cada um dos parágrafos, especificando, inclusive, os locais onde deveriam ser utilizadas as aspas.

O “Jornal da CUT-PE” é uma publicação trimestral, impressa em formato tabloide, no qual cada página mede aproximadamente 33 x 27 cm. Devido ao formato reduzido e as características do público leitor, que não possui o hábito de ler como citado anteriormente, as notícias não são extensas e o número de ilustrações costuma ser maior do que o dos periódicos de formato *standard*.

Apesar de privilegiar o uso de textos curtos, o periódico chama atenção por ser diagramado com poucas áreas de respiro, resultando em uma publicação visualmente pesada. Além disso, verificamos que não há preocupação com a qualidade das imagens, que por vezes são feitas com o uso da câmera de celulares. De acordo com a análise quantitativa da edição de março, abril e maio de 2014, foram distribuídas 21 imagens ao logo das 11 páginas. Duas delas eram artes gráficas e as outras 19, fotografias.

O projeto gráfico do impresso acerta ao diferenciar o conteúdo informativo do opinativo. Essa é uma das características recentes das publicações sindicais presente no jornal da organização. As seções opinativas são fixas e abastecidas com a colaboração dos integrantes da organização ou de especialistas convidados. Nesses espaços a preferência é para os materiais que façam o contraponto dos jornais convencionais para a disputa de hegemonia com a mídia nacional e local.

Nessa última edição do jornal, o conteúdo opinativo foi apresentado nos seguintes gêneros: artigo de opinião (8%), editorial (4%) e entrevista (9%), totalizando 21% do total produzido. Os outros 79% do conteúdo foi informativo, produzido no formato de notícia. Essa proporção é um indicativo da valorização da notícia no jornal.

Em relação à temática das notícias, constatamos que quase metade da produção está inserida na categoria “reivindicações/mobilizações”. Esse aspecto é justificado se relembrarmos de um dos papéis centrais exercidos pelo jornalismo sindical: a mobilização da classe trabalhadora.

Vale ressaltar que o material produzido possui tiragem de três mil exemplares, distribuídos nos 210 sindicatos filiados, mas dificilmente chega às mãos da base das categorias. O jornal é lido apenas pelos dirigentes e por alguns militantes mais interessados.



As notícias dessa edição do Jornal da CUT-PE foram subdivididas nas seguintes categorias temáticas: reivindicação/mobilização (45%); fortalecimento da CUT (20%); política (15%); sindicalização (10%); denúncia (5%) e lazer (5%).

Através de uma análise qualitativa das matérias confirmamos que a equipe de jornalismo da CUT-PE evita o uso de termos rebuscados. Além disso, identificamos poucas palavras que pertencem ao vocabulário “sindicalês”. Apenas as seguintes palavras ou expressões foram encontradas repetidamente nas matérias: “somamos esforços”, “retrocessos”, “conjuntura”, “bandeira de luta” e “abriu a mesa”.

De acordo com Giannotti (2005), na imprensa operária o indicado é formular orações verbais que contenham no máximo dez palavras. Entretanto, as orações das matérias do jornal da CUT-PE não estão na ordem direta, o que torna o texto menos objetivo. O resultado é uma estrutura formada por frases longas, com uma média de 30 palavras até o ponto final.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O processo de produção da notícia de informação sindical está em constante transformação, pois é intrinsecamente relacionado à evolução histórica do movimento de luta dos trabalhadores. Apesar da explosão de redações profissionalizadas ter ocorrido na década de 1980, a estruturação orgânica e funcional desses ambientes de trabalho está ocorrendo, paulatinamente, até hoje.

A observação sistemática do departamento de comunicação da CUT-PE associada às entrevistas realizadas com o diretor de comunicação, o jornalista e a estagiária de jornalismo, confirmam a teoria interacionista. Segundo essa teoria do jornalismo, as notícias são resultado de processos complexos de interação social, sendo os constrangimentos organizacionais um fator determinante (TRAQUINA, 2005).

Verificamos que na CUT-PE a notícia é construída por um profissional de comunicação. Entretanto, a equipe de jornalismo sofre interferências institucionais durante o processo, denominadas de “meios de socialização” por Alsina (1996). Entre as quatro categorias apontadas pelo autor, citadas anteriormente, identificamos a presença de duas delas no departamento de comunicação da organização: “revisão por superiores” e “comentários e reprimendas”.



Outro aspecto relevante é a ausência de duas etapas de produção previstas por Traquina (2005). Verificamos que a pré-produção das pautas e a verificação da informação após a etapa de apuração não são realizadas pelos jornalistas. Isso ocorre porque as fontes são os próprios dirigentes da organização.

A valorização da comunicação por parte das direções também parece ser um dos principais desafios para o jornalismo sindical. Contudo, a CUT-PE têm investido na realização de cursos de formação, seminários e participação em fóruns que tratam sobre a questão da democratização da mídia e do jornalismo sindical. O fato de os próprios dirigentes demonstrarem preocupação com a clareza da linguagem utilizada no jornal é um indicativo positivo de conscientização.

Em relação ao produto final analisado neste estudo, o Jornal da CUT-PE, referente ao trimestre de março, abril e maio, concluímos que ele cumpre parcialmente a função de ser o elo entre a direção da organização e a massa de trabalhadores, pois apesar de abordar temas que interessam a essa classe, falha ao definir como público-alvo outros diretores sindicais em detrimento da base das categorias.

Identificamos ainda que o portal online da CUT-PE é a plataforma na qual os profissionais exercem suas atividades com mais autonomia. O ambiente virtual é prioridade para a organização e tem sido a principal aposta da equipe para realizar a disputa da hegemonia. Além disso, é uma ferramenta importante para a redução de despesas no movimento sindical, que depende da contribuição dos filiados.

Por fim, concluímos que o processo de produção de notícia sindical está baseado teoricamente na ideologia socialista, porém, na prática, tem reproduzido os modelos adotados pelos grandes veículos de comunicação que servem aos interesses capitalistas, estabelecendo relações patronais conflituosas e sobrecarregando o reduzido quadro de profissionais devido às prioridades financeiras da organização.

REFERÊNCIAS

ALSINA, Miquel Rodrigo. **La construcción de la noticia**. Barcelona: Paidós Comunicación, 1996.

ARAÚJO, Vladimir Caleffi. **O Jornalismo de Informação Sindical: atores e práticas de uma forma de produção jornalística** – Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009.



BARROS, Simone. STADTLER, Renata. **A profissionalização da comunicação sindical em Pernambuco.** In Revista Ícone, número 1, 1995.

BERGER, Peter e LUCKMANN, Thomas. **A construção social da realidade.** Tratado de Sociologia do Conhecimento. 2ª ed. Rio de Janeiro: Vozes, 1974.

CORREIA, João Carlos. **A construção social da realidade e o jornalismo como profissão especializada** In CUNHA, Isabel; CABRERA, Ana; SOUZA, Jorge Pedro (orgs.). **Pesquisa em Media e Jornalismo** - homenagem a Nelson Traquina. Portugal: LabCom, 2012. Disponível em:
<http://www.academia.edu/3152310/A_construcao_social_da_realidade_eo_jornalismo_como_profissao_especializada>. Visualizado em: 13 de maio de 2014.

DOMINGUES, Sérgio; GIANNOTTI, Vito; SANTIAGO, Cláudia. **Manual de linguagem sindical: as sete pragas do apocalipse.** Rio de Janeiro: NPC, 2000.

FERREIRA, Nazareth Maria. **Imprensa Operária no Brasil.** São Paulo: Ática, 1988.

GIANNOTTI, Vito. **O que é Jornalismo Sindical?** São Paulo: Brasiliense, 2004.

_____. **História das lutas dos trabalhadores no Brasil.** Rio de Janeiro: Maud X, 2007.

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

GIL, Carlos Antônio. **Como elaborar um projeto de pesquisa.** Ed. Atlas S.A. 4 edição, 2002.

LENIN, Vladimir Ilích. **O que fazer?** São Paulo: Hucitec, 1978.

_____. **Sobre os sindicatos.** São Paulo: Polis, 1979.

MOMESSO, Luiz. **Comunicação Sindical: limites, contradições perspectivas.** Recife: Editora Universitária da UFPE, 1997.

TRAQUINA, Nelson. **Teoria do Jornalismo: porque as notícias são como são.** Florianópolis: Insular, 2005. v.1.