

A comunicação que cai na real

Bruno FUSER

Professor no Instituto de Artes,
Comunicações e Turismo/ PUC-Campinas;
mestre em Jornalismo e doutorando em
Ciência da Comunicação pela Escola
de Comunicações e Artes da
Universidade de São Paulo

Comunicação Sindical - falando para milhões, de Cláudia Santiago e Vito Giannotti (Vozes, 1997), alerta profissionais e estudiosos da comunicação para a existência de um universo, o dos trabalhadores, que não é pequeno, que abrange milhares, milhões de pessoas. No seu dia-a-dia essas pessoas interagem não apenas com a TV e o rádio, mas também com a comunicação produzida pelas organizações sindicais. Somente a produção de boletins e jornais dos sindicatos filiados à CUT chega a 7 milhões semanais, destacam os autores, numa estrutura que possui cerca de 600 jornalistas.

Ignorar isso - o que por vezes é feito nas academias, talvez voltadas demais para estudos estritamente teóricos, deixando de lado o mundo real - é desprezar tal potencial comunicativo e relegar a segundo plano a importância de estreitar os laços entre a Universidade e a sociedade, não no sentido somente de formar mão-de-obra para o mercado, mas na tentativa de desenvolver ações na busca de uma sociedade melhor e mais justa.

O objetivo central de Cláudia Santiago e Vito Giannotti é produzir um manual que contribua para o aperfeiçoamento das iniciativas no campo da comunicação sindical e popular. Em linguagem bastante simples, eles ressaltam, por exemplo, a necessidade de não se ficar apenas nos jornais impressos e se adequar a linguagem ao público: deve-se escrever e falar português, e não “sindicalês”, “polítiquês”, “economês”.

Uma observação a fazer é que o texto transmite em certa medida a idéia de que seria possível uma política de comunicação democrática, participativa, socialista, sem que toda a estrutura e prática sindicais, inclusive da CUT, também o fossem. A falta de clareza sobre essa impossibilidade chega por vezes a levar os jornalistas e comunicadores a dar murro em ponta de faca, em tentativas

inócuas e quase ingênuas de tentar implementar uma comunicação eficiente e aberta em meio a uma prática e estrutura sindicais que não o são. Exemplo: os profissionais do setor não devem mentir, ou omitir informações que consideram fundamentais para a compreensão de um certo fato (p.139). Mas se os dirigentes insistirem que o jornal deve dizer que em tal manifestação havia “milhares” de pessoas, quando não chegavam a mil? Como, ademais, evitar-se a omissão? Como se administrar o conflito *dirigente-patrão* versus *jornalista-empregado*?

A priorização que a obra defende ao setor de comunicação, no nosso entender, acaba confundindo a comunicação em geral, inerente à sociabilidade, e os meios de comunicação, conferindo a técnicos e especialistas e à área de maneira isolada uma importância desmedida. Na definição de uma *política global* do sindicato, deve haver, é verdade, uma *política de comunicação* perpassando todos os setores: o departamento de formação, por exemplo, deverá publicar cartilhas, ou vídeos. Esse material será produzido *em conjunto* pelos setores de formação e de comunicação.

Mas conferir tais tarefas e responsabilidades essencialmente ao setor de comunicação, como o texto praticamente sugere, significaria *despolitizar* a ação comunicativa (pois ao setor de comunicação, nesse caso, caberia a tarefa *técnica* de produzir o material) ou *supervalorizar a dimensão política* da comunicação, que teria de ser um setor onisciente e onipotente - quase como a repetição do mito do jornalista super-homem.