



Comunicação Sindical e as Relações Públicas Populares: Um Estudo Comparativo da Comunicação do Sindicato dos Trabalhadores em Educação do Estado do Amazonas de 2008 a 2010¹

Maurília de Souza GOMES²
Luiza Elayne Azevedo LUÍNDIA³
Universidade Federal do Amazonas

RESUMO

O presente trabalho se propõe a analisar as condições que envolvem a produção da comunicação entre Sindicato dos Trabalhadores em Educação do Estado do Amazonas (Sinteam) e seus diferentes segmentos de público. Basea-se em uma breve conceituação de movimentos sociais e das relações públicas populares. Apresenta uma comparação dos resultados de duas pesquisas aplicadas junto à direção do Sinteam, uma em 2008 e outra em 2010, a fim de compreender como as técnicas e os instrumentos de Relações Públicas têm sido utilizados pela direção do referido sindicato em suas ações cotidianas.

PALAVRAS-CHAVE: movimentos sociais; relações públicas populares; comunicação sindical.

1. INTRODUÇÃO

A Comunicação Sindical produz mais de 12 milhões de exemplares mensais no Brasil, apenas no que se refere ao material impresso (CASTRO, 1999). Em 2001, o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) divulgou os Indicadores Sociais - Sindicatos, entre outros resultados o relatório afirma que cada sindicato brasileiro utiliza uma grande variedade de instrumentos de comunicação para divulgar suas ações aos públicos interno e externo. Para isso, os sindicatos tiveram que fazer investimentos em novas tecnologias. Segundo a publicação, “o grau de informatização dos sindicatos é um

¹ Trabalho apresentado ao DT 7 – Comunicação, Espaço e Cidadania do X Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade Federal do Amazonas (Ufam); Bolsista da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Amazonas (Fapeam), email: mauriliagomes@gmail.com

³ Doutora em Desenvolvimento Sustentável do Trópico Úmido pela Universidade Federal do Pará (UFPA). Professora do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade Federal do Amazonas (Ufam). Tutora do Programa de Educação Tutorial de Comunicação Social (Ufam). Líder do Grupo de Estudos e Pesquisa em Comunicação Social (GEPECS/Ufam), email: luindia@uol.com.br



dos indicadores que evidenciam os processos de controle administrativo, a agilização da informação interna e entre os associados” (IBGE, 2001, p. 53).

Na sociedade contemporânea, os meios de comunicação são “componentes indispensáveis na estrutura social e política dos povos” (TERRA, 2006, p.11). Inseridas nesse processo comunicativo, as Relações Públicas são essenciais para qualquer organização atingir seus objetivos, buscando equilibrar os seus interesses com os dos públicos a elas interligados. As organizações sociais, especificamente os sindicatos, não se excluem dessa necessidade de relacionamento com outras organizações e seus associados. A aplicação das Relações Públicas, nesse caso, abrange desde as relações com seus associados, passando pelas negociações com o patrão/empregador, até chegar à sociedade – refletida pela opinião pública.

Em Manaus, nota-se que o movimento sindical utiliza algumas técnicas e instrumentos de Relações Públicas pelas direções dos sindicatos, em sua comunicação diária com seus diversos públicos. É importante destacar a diversidade de ferramentas utilizadas para a difusão da informação sindical local, entre elas: os tradicionais boletins e jornais, revistas e vídeos institucionais, bem como as ferramentas virtuais. Os sindicatos locais começam a valorizar esse novo espaço midiático, proporcionado pela internet, com a utilização de recursos online que vão além do uso do correio eletrônico, como, por exemplo, o *website* institucional.

Contudo, faz-se necessário conhecer e analisar como essa utilização acontece. Se ela se dá de forma previamente planejada de modo a otimizar os resultados proporcionados pela atividade profissional em benefício do sindicato, ou apenas de modo reativo, para apagar o fogo na hora do incêndio.

No presente artigo será apresentado um estudo comparativo dos anos 2008 e 2010 da comunicação de uma organização sindical de Manaus, o Sindicato dos Trabalhadores do Estado do Amazonas, analisando os processos comunicacionais de relacionamento entre a direção do Sindicato e os diversos segmentos de público (interno ou externo). O método utilizado foi o hipotético-dedutivo, tendo como ponto de partida a hipótese de que o Sinteam utiliza mecanismos relacionados à atividade de Relações Públicas diariamente na comunicação com seus públicos, contudo essa prática se dá de maneira imediatista e sem planejamento.



2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Movimentos sociais

Os movimentos sociais têm sido objeto de inúmeros estudos das ciências sociais, a partir de variadas interpretações. A noção de movimento social perpassa por diferentes espaços que vão desde o acadêmico, passando pelo político, até chegar ao popular. Contudo, essas interpretações possuem algo em comum, a representação envolvendo um coletivo de pessoas demandando algo material ou simbólico.

GOHN (2007) considera as diferentes interpretações sobre o que é movimento social decorrentes de três fatores básicos: mudanças nas ações coletivas da sociedade civil (seu conteúdo, suas práticas, formas de organização e bases sociais); mudanças nos paradigmas de análise dos pesquisadores e mudanças da estrutura econômica e nas políticas estatais. De acordo com a autora, na tentativa de esclarecer, criam-se novas tipologias sem fundamentação teórica.

Em alguns estudos, pode ser notada certa confusão na designação de movimento social, uma vez que, protestos, passeatas entre outros fenômenos sociais, que são ações coletivas e podem ser utilizadas como estratégias de um movimento, têm sido denominadas como movimentos sociais.

Considerando os movimentos sociais como expressões de poder da sociedade civil e que, independente de suas demandas, sempre se desenvolvem num contexto de correlação de força social, GOHN (2007, p. 251) apresenta sua conceituação:

Movimentos sociais são ações sociopolíticas construídas por atores sociais coletivos pertencentes a diferentes classes e camadas sociais, articuladas em certos cenários da conjuntura socioeconômica e política de um país, criando um campo político de força social na sociedade civil.

A autora destaca que os movimentos sociais sempre têm um caráter político (não devendo ser confundido com o partidário), criando e desenvolvendo um campo político de forças sociais na sociedade civil, que atua discutindo questões socioeconômicas, políticas e culturais. Também acredita que suas ações desenvolvem, a partir dos interesses comuns, um processo social e político-cultural capaz de criar uma identidade coletiva para o movimento.



Segundo GOHN (2007, p. 251), “os movimentos geram uma série de inovações nas esferas pública (estatal e não-estatal) e privada; participam direta ou indiretamente da luta política de um país, e contribuem para o desenvolvimento e a transformação da sociedade civil e política”. Portanto, a participação dos movimentos interfere na mudança social e histórica de um país, seja ela de caráter progressista, conservador ou reacionário, variando de acordo com as forças sociopolíticas a que estão articulados e com os projetos políticos que constituem suas ações.

A controvérsia existente no debate teórico atinge sua denominação, as expressões movimentos sociais, movimentos coletivos, movimentos sociais populares, movimentos sociais urbanos são utilizadas por diferentes autores sem distinção, o que, segundo PERUZZO (1998), talvez seja reflexo da diversidade e heterogeneidade de movimentos sociais existentes em nossa sociedade.

De acordo com a autora, os movimentos sociais populares urbanos podem ser agrupados da seguinte forma:

- a) *Ligados aos Bens de Consumo Coletivo*: reivindicam providências nos campos da saúde, educação, segurança, habitação, transporte, entre outros (Associações de moradores, Grupos de mulheres);
- b) *Envolvidos na Questão da Terra*: lutam pela reforma agrária e pelo acesso à terra enquanto meio de produção de bens para a sobrevivência (Movimento dos Trabalhadores Sem-Terra);
- c) *Relacionados com as Condições Gerais de Vida*: defendem a preservação do meio ambiente, condenam o alto custo de vida, entre outros (Organizações ambientalistas);
- d) *Motivados por Desigualdades Culturais*: destaque para os relacionados à etnia e ao sexo (Movimento feminista e Movimento negro);
- e) *Dedicados à Questão Trabalhista*: lidam com problemáticas relacionadas aos trabalhadores, como questões salariais e condições de produção (Sindicatos e Oposições sindicais);
- f) *Voltados à Defesa dos Direitos Humanos*: se opõem à violação dos direitos da pessoa e à impunidade. (Movimento Nacional em Defesa dos Direitos Humanos);
- g) *Vinculados a Problemas Específicos*: voltados para segmentos da população e suas debilidades. (Associações de pais e mestres de escolas particulares, Movimento Nacional de Meninos e Meninas de Rua).



Embora a proposta de classificação dos movimentos sociais populares, apresentada por PERUZZO (1998), esteja situada no contexto urbano, não se pode negar que a temática defendida pelos ditos movimentos independe do espaço físico em que ocorrem, mas, das condições sócio-políticas, culturais e econômicas em que se encontram seus articuladores. A classificação ou agrupamento proposto pela autora também pode ser aplicado àqueles movimentos que emergem das reivindicações de atores sociais que vivem no campo, nos sertões ou às margens do rio.

Para Mattia e Lazzarotto (1996, p. 76), a conjuntura política de um país e seus movimentos sociais são simultaneamente causa e efeito. “É muito importante referendar que os movimentos comunitários e populares estão intimamente interligados ao horizonte político mais abrangente de um país e que o movimento político mais abrangente também decorre de seus movimentos populares”.

2.2 Relações Públicas Populares e a Comunicação Sindical

No campo popular, a comunicação constitui um setor estratégico, agregando valores e facilitando a interação e a mediação das organizações sociais com seus diferentes públicos (opinião pública, Estado, sociedade). As Relações Públicas não se desenvolvem de forma externa ou independente, mas como parte intrínseca, inseridas em um projeto mais amplo.

Apesar de a comunicação desempenhar um papel fundamental nos movimentos sociais, não tem sido utilizada de maneira satisfatória pelas organizações:

Além de, por vezes, se explorar pouco a comunicação, ela tem sido feita de forma demasiadamente amodorística. Em geral as ações de comunicação são tópicas e sem preocupação com a continuidade ou cultivo de processos comunicativos, seja ao nível da mobilização ou do relacionamento na sociedade. (PERUZZO, 1989, s.p.)

As Relações Públicas Populares podem ser executadas em ações que visem à integração interna das organizações, facilitando a conquista de aliados e estabelecendo um relacionamento apropriado com os demais movimentos, órgãos do Poder Público e com outras instituições da sociedade.

De acordo com PERUZZO (1993), ao observarmos de maneira crítica a prática das Relações Públicas nos movimentos sociais, detectamos que as ações de



comunicação têm sido realizadas com ou sem a presença de um profissional da área. No entanto, aparentemente já existe em algumas organizações sociais um despertar para a necessidade de se tratar a comunicação com profissionalismo e competência, mas nem todas a adotam na prática.

A interdisciplinaridade é um dos aspectos mais importantes para a inserção das Relações Públicas nos movimentos sociais, pois o processo de comunicação nessas organizações envolve diversas áreas (da comunicação e do conhecimento), sendo difícil separar comunicação do serviço social, da sociologia, da política etc. Neste contexto, uma não se sobrepõe à outra, complementam-se.

KUNSCH (2003) fala da importância da comunicação organizacional integrada para que se estabeleça uma política global, possibilitando uma comunicação mais eficaz e diminuindo os conflitos entre os setores. “As Relações Públicas buscam criar e assegurar relações confiantes ou formas de credibilidade entre as organizações e os públicos com os quais elas se relacionam” (2003, p. 102).

Num sistema integrado ocorre um trabalho conjunto dos vários setores comunicacionais de uma organização para atender aos objetivos gerais, respeitando simultaneamente os objetivos específicos de cada setor. Contudo, essa comunicação integrada só será possível com a elaboração de um planejamento estratégico, direcionando com eficiência e eficácia os processos comunicativos das organizações.

PERUZZO (1986) afirma que as Relações Públicas, quando utilizadas a serviço das classes dominadas, estabelecem um processo político-pedagógico não neutro. O profissional que se propõe a desenvolver a atividade nesta vertente deve, antes de qualquer coisa, comungar dos interesses dos movimentos populares, e não pode ser simplesmente um contratado, um assalariado, ele deve ser o que ela define como “intelectual orgânico”, que participa ativamente de uma concepção de mundo revolucionária, libertadora e capaz de superar a alienação.

A teoria dialética que fundamenta a nova proposta de Relações Públicas Populares parte da análise do conflito para buscar em suas raízes sociais, culturais e econômicas as razões e formas de superá-lo, através de um processo constante de criação de novas possibilidades de relacionamento social (CÉSAR, 1999, p. 94).

Desta forma, consideramos que as Relações Públicas têm muito a contribuir com as organizações do movimento social, como parte da comunicação integrada por sua capacidade de manter o relacionamento com diversos tipos de públicos, por meio da utilização de técnicas e instrumentos específicos para cada segmento.



O trabalho de comunicação desenvolvido pelas organizações sindicais junto aos trabalhadores representados e à sociedade de um modo geral é denominado de Comunicação Sindical, a qual procura atrair e mobilizar os trabalhadores, no sentido de aumentar a participação deles na defesa dos seus direitos e divulgar ao restante da população as ações desenvolvidas pelas entidades.

Para SANTIGO e GIANNOTTI (1997) a Comunicação Sindical pode ser comparada a um mosaico composto por milhares de pedrinhas, onde cada pedrinha representa uma ferramenta ou instrumento de luta contra a hegemonia dos veículos de comunicação tradicionais, dominados pelos detentores do poder.

As transformações no campo social e o desenvolvimento de novas tecnologias também afetam à Comunicação Sindical, não apenas na difusão das informações, mas também na sua produção com a profissionalização desses serviços. O material informativo dos sindicatos deixou, em sua maioria, de ser produzido pelos sindicalistas. A contratação de profissionais para equipes de comunicação indica uma mudança de mentalidade e um novo conceito de Sindicato, que troca o amadorismo pelos conhecimentos dos profissionais da área. Tal prática, contudo, não reflete a totalidade das organizações sindicais.

3. METODOLOGIA

O procedimento metodológico deste trabalho contemplou as pesquisas bibliográfica e documental. A pesquisa quantitativa (coleta de dados, por meio da aplicação de pesquisa, por meio de um questionário elaborado com propósitos exploratórios para obter uma melhor compreensão do problema estudado). E, por fim, a descritiva (observação, análise, classificação e interpretação dos dados coletados).

A primeira pesquisa foi realizada 2008⁴, utilizando, como instrumento de coleta de dados, um formulário autopreenchível (contendo 18 perguntas), o qual foi hospedado na Internet e disponibilizado ao respondente por um servidor de enquetes⁵.

⁴ Pesquisa realizada como projeto experimental em Relações Públicas, que contemplou a análise da comunicação de cinco sindicatos de Manaus (GOMES, 2008).

⁵ Foi utilizado o servidor *Sphinx Web Server* ou *SphinxOnline BR*.



Isso permitiu realizar todo o processo de pesquisa *on-line*, desde a aplicação do questionário até a visualização, em tempo real dos resultados.

Já em 2010, a pesquisa buscou atualizar os dados obtidos em 2010. Foi mantido o mesmo instrumento de coleta (formulário), contendo as mesmas perguntas, a fim de se analisar as mudanças ocorridas no processo comunicacional do sindicato investigado nestes dois anos. Porém, desta vez, o formulário foi aplicado por telefone.

4. RESULTADOS E DISCUSSÕES

4.1. Caracterização do sindicato pesquisado

Este estudo pretende conhecer e analisar a prática da comunicação efetivada pelo Sindicato dos Trabalhadores em Educação do Estado do Amazonas (Sinteam). A escolha deste sindicato deve-se ao fato de ser este o maior sindicato – em número de sócios – do Estado do Amazonas.

O Sindicato dos Trabalhadores em Educação do Estado do Amazonas (SINTEAM) é a entidade representativa dos trabalhadores da rede de educação pública municipal e estadual. Possui aproximadamente 15.000 associados e sua Sede administrativa localiza-se na capital do Estado, Manaus. A entidade foi fundada em 17 de setembro de 1979, por Arminda Mourão, Aloysio Nogueira, Amecy Bentes de Souza, José Raimundo Barbosa, entre outros nomes de destaque no cenário educacional local.

4.2 Apresentação dos dados coletados em 2008/2010

A maioria dos dados coletados nas duas pesquisas são muito semelhantes. Assim como na primeira pesquisa, o Sinteam ainda possui um setor de comunicação, coordenado pela diretoria de comunicação da entidade, e também dispõe dos serviços prestados por um jornalista. A comunicação institucional da entidade ainda tem como públicos prioritários: 1) os associados; 2) a categoria não-associada; 3) o governo (poder público municipal e estadual).

As manifestações informais, prática comum entre as organizações do movimento social, também continuam presentes no cotidiano do Sinteam no relacionamento com seus públicos de interesse. Quanto à rede formal de comunicação, em relação ao ano de 2008, nota-se perda de instrumentos pelo sindicato.



Anteriormente, utilizava sete instrumentos diferentes (ofícios, cartas circulares, correio eletrônico, reuniões, quadro de avisos, jornal mural e encontros especiais - seminários, congressos, conferências). Já, em 2010, a entidade emprega cinco instrumentos, tendo sido descartados o quadro de avisos e jornal mural.

Quanto aos mecanismos que propiciam uma comunicação participativa entre a diretoria e os associados, a diretoria afirma que mantém as reuniões e/ou encontros especiais, com frequência, para ouvir a opinião dos associados. O sócio também tem espaço para se manifestar com o envio de sugestões para o *email* institucional ou fazendo suas observações pelo contato telefônico.

Outra alteração também foi identificada entre os principais meios utilizados para promover o relacionamento entre a direção do sindicato e os associados, com o cancelamento do boletim eletrônico (*newsletter*) e do vídeo institucional, instrumentos que apareciam, em 2008, junto aos panfletos, o jornal trimestral, a revista institucional e o correio eletrônico (*email*).

Tabela 1 - Relacionamento com os associados

| 2008 | 2010 |
|--|-------------------------------------|
| Panfletos | Panfletos |
| Jornal trimestral | Jornal trimestral |
| Revista institucional | Revista institucional |
| Correio eletrônico (<i>Email</i>) | Correio eletrônico (<i>Email</i>) |
| Vídeo institucional | - |
| Boletim eletrônico (<i>Newsletter</i>) | - |

Fonte: GOMES, 2010.

Os dois estudos também contemplaram os dados sobre o relacionamento do sindicato com o público externo (imprensa, governos, outras organizações sociais, comunidade etc.). Para alcançar esse público, a TV, o rádio, o jornal e a Internet continuam sendo meios utilizados pela organização sindical. Entre as ferramentas mais usados estão os *press releases*, os comunicados/anúncios pagos e veiculados na mídia impressa e eletrônica, os *outdoors* e o marketing direto (chaveiros, camisetas, bonés, canetas, calendários).

Entretanto, foi no relacionamento com esse público que se detectou a alteração mais significativa da investigação. A diretoria sindical cancelou nove, das 11 ações que o Sinteam desenvolvia, há dois anos, junto ao público externo do sindicato, o que representa uma queda de, aproximadamente, 70%.

Tabela 2 - Relacionamento com o público externo

| 2008 | 2010 |
|--|--|
| Assessoria de imprensa | Assessoria de imprensa |
| <i>Website</i> institucional | <i>Website</i> institucional |
| Eventos especiais (seminários, conferências, cursos) | Eventos especiais (seminários, conferências, cursos) |
| Publicações institucionais | - |
| Publicidade (anúncios) institucional | - |
| Relações governamentais/ <i>lobby</i> | - |
| Identidade visual e corporativa | - |
| Projetos de memória institucional | - |
| Pesquisa de opinião | - |
| Projetos sociais | - |
| Relatórios anuais | - |

Fonte: GOMES, 2010.

A avaliação dos resultados das ações de comunicação continua a ser efetuada da mesma forma que em 2008, em reuniões de diretoria e assembléias. O investimento financeiro anual para a área de comunicação também permanece em torno de R\$ 200.000,00. A relação custo-benefício, que há dois anos era considerada satisfatória pela diretoria sindical, em 2010 foi avaliada como parcialmente satisfatória.

Em relação às dificuldades na atuação sindical, o envolvimento da categoria na vida orgânica do sindicato foi novamente apontado como a maior delas pela direção sindical.

4.3 Análise comparativa

A Comunicação Sindical deve ser ao mesmo tempo, informativa, formadora de opinião e aglutinadora. Assim como no estudo realizado em 2008, a pesquisa mais recente detectou que a produção da comunicação no Sindicato dos Trabalhadores em Educação do Estado do Amazonas apresenta falhas em relação à dialogicidade e à integração do sindicato com seus segmentos de públicos.

A ausência de uma política de comunicação faz com que sua potencialidade como ferramenta de resistência das classes subalternas não fosse aproveitada de maneira apropriada. A Comunicação Sindical ainda é vista pela direção, prioritariamente, como instrumento de mobilização imediata e não há preocupação com o planejamento e a continuidade das ações de comunicação.

O mais grave é que os dirigentes sindicais reconhecem as debilidades existentes no relacionamento da entidade com a categoria, mas não conseguem entender que o processo de comunicação está inadequado. Essa parece ser uma prática comum entre os movimentos populares por todo o país, conforme afirma Ana Paula Mattos sobre o estudo realizado, em 1998, intitulado *As relações públicas no movimento dos trabalhadores rurais sem-terra*: “apesar de reconhecerem que é necessário haver um plano de trabalho, não existe nenhuma estratégia de Relações Públicas dentro do MST” (MATTOS, 2002, p. 174).

A direção sindical pesquisada não compreende efetivamente a importância de planejar suas ações de comunicação para obter de um bom relacionamento com seus integrantes e demais públicos.

Essa falta de planejamento se reflete no desinteresse por parte da categoria, resultando em uma mobilização acanhada. Apesar de todo o investimento do sindicato nas ações de comunicação, a diretoria não consegue despertar o interesse dos associados pelas ações realizadas nem informações divulgadas pela diretoria, muitos deles sequer lêem o material produzido.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A Comunicação Sindical quando desenvolvida de maneira adequada cumpre a função dialógica e unificadora entre os atores sociais que compreendem cada categoria, sejam líderes sindicais ou trabalhadores das bases, ou mesmo a sociedade de um modo geral. “O sentido da comunicação sindical é levar centenas, milhares, milhões de trabalhadores à ação em defesa de velhos direitos ou à conquista de novas vitórias” (SANTIAGO e GIANNOTTI, 1996, p.86).

É impossível negar a existência de diversas ferramentas e instrumentos de comunicação que podem ser utilizados na prática dessa Comunicação Sindical como, por exemplo, boletins, jornais, cartazes, cartilhas, adesivos, pichações, faixas e carro-som. Porém, é necessário que os sindicatos façam as escolhas adequadas a cada segmento de público, que exige temática, linguagem e visual diferenciado.

Fazer a escolha adequada de um instrumento de comunicação, por exemplo, não depende apenas de experiência, como muitos ativistas ainda insistem em acreditar.



Para isso é preciso conhecer os objetivos dessa comunicação e de um planejamento criterioso, pois “é na organização que está a chave para o entendimento de como as mensagens são produzidas, elaboradas, divulgadas e difundidas” (GOHN, 2007, p. 94).

Além de planejar, o sindicato deve desenvolver ações que aproximem as direções dos trabalhadores que estão na base da categoria, possibilitando o contato direto com os associados e seduzindo a categoria não-associada a participar também do movimento sindical.

Faz-se necessária ainda a adoção de mecanismos para garantir a execução, conforme programada, das ações de comunicação, bem como para controle e avaliação dos resultados das mesmas. Pois, não basta contratar um jornalista para fazer o “jornalzinho” do sindicato, sem que antes essa ferramenta tenha sido planejada. Eles acabam se tornando instrumentos apenas de divulgação, com conteúdo superficial e pouco atrativo para categoria.

Segundo CASTELLS (2000), as mudanças estruturais do Capitalismo e a revolução da tecnológica no campo da informação introduziram uma nova forma de sociedade, a sociedade em rede, que se consolida como uma esfera pública planetária, a partir de uma interação multiétnica, multinacional e multicultural. A internet também se apresenta como um meio e um espaço estratégico, de caráter amplo, diversificado, ágil e democrático.

No contexto da sociedade contemporânea, as organizações sociais, entre elas os sindicatos, precisam perceber o quanto esses novos processos culturais, tecnológicos e midiáticos proporcionam intensas mutações na comunicação, não somente no que diz respeito aos seus meios de produção e difusão da informação, mas à potencialidade de organização e articulação de determinado movimento.

As organizações têm acompanhado as transformações sociais, desde o final do século passado, e vivenciam um processo de globalização econômico-cultural, pelo qual foram traçadas novas relações de trabalho, que permitem contratos temporários e reduzem os direitos adquiridos pelos trabalhadores. O processo comunicativo das organizações sindicais também precisa acompanhar essas mudanças para atender às necessidades – impostas pela nova realidade – dos seus representados.



6. REFERÊNCIAS

CASTRO, Cosette. **As transformações no mundo do trabalho e a comunicação sindical**. Paper apresentado na Intercom, 1996, Londrina, PR.

_____. **O final do século e as novas possibilidades da comunicação sindical**. Disponível em: < <http://www.eca.usp.br/alaic/Congreso1999/15gt/Cosette%20Castro.rtf> > Acesso em: 25 jan.2006.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. Vol. I. 2. ed. São Paulo: Paz e terra, 1999.

CÊSAR, Regina C. Escudero. *As relações públicas frente ao desenvolvimento comunitário*. In: **Comunicação e Sociedade**: revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo. n.32. 2. sem.1999, p. 89-112.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 1999.

GOHN, M. Glória. **Teorias dos movimentos sociais**: paradigmas clássicos e contemporâneos. 7. ed. São Paulo: Loyola, 2007.

GOMES, Maurília S. **A utilização de técnicas e instrumentos de relações públicas pelas organizações sindicais em Manaus**: um estudo de caso. Manaus, 2008. Monografia - Ufam.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Sindicatos: indicadores sociais 2001**. Disponível em: < <http://www.ibge.gov.br> > Acesso em 10 jan.2006.

KUNSCH, Margarida M. Khroling. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada**. 4. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Summus, 2003.

MATTIA, Olivar M.; LAZAROTTO, Valentim A. **Comunicação popular**: perfil, história e alternativas das falas de um povo. Caxias do Sul: EdUCS, 1996.

MATTOS, A. Paula. *As relações públicas no movimento dos trabalhadores rurais sem-terra*. In: FREITAS, Ricardo F.; LUCAS, Luciane (orgs.). **Desafios contemporâneos em comunicação**: perspectivas de relações públicas. São Paulo: Summus, 2002. p. 161-181.

PERUZZO, Cicilia M. Khroling. **Relações públicas no modo de produção capitalista**. 2. ed. São Paulo: Summus, 1986.

_____. **Relações públicas nos movimentos populares**. 1989. Disponível em: <http://www.rppnet.com.ar/rppmovimientospopularesytransfsocial.htm> Acesso em: 10 fev.2006.

_____. **Relações públicas, movimentos populares e transformação social**. 2003. Disponível em: http://www.fafich.ufmg.br/~larp/mobiliza/txts_pdf/peruzzo.pdf Acesso em: 18 jan.2005.

_____. **Comunicação nos movimentos populares**: a participação na construção da cidadania. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 1998.

SANTIAGO, C.; GIANOTTI, V. **Comunicação sindical**: falando para milhões. Petrópolis: Vozes, 1996.



TERRA, Carolina. **Comunicação corporativa digital**: o futuro das relações públicas na rede. São Paulo, 2006. Dissertação – ECA, USP.