



ALMANAQUE DA
COMUNICAÇÃO
SINDICAL E POPULAR
NO RIO DE JANEIRO

Organizadora: Claudia Santiago
Núcleo Piratininga de Comunicação
Rio de Janeiro - Outubro de 2021

**ALMANAQUE DA COMUNICAÇÃO
SINDICAL E POPULAR NO RIO DE JANEIRO**

© Copyright by Núcleo Piratininga de Comunicação

Coordenação e preparação editorial: Claudia Santiago

Capa e projeto gráfico: Carlos D

Diagramação e arte final: Daniel Costa

Pesquisa: Euro Filho, Fabiana Batista,
Jaqueline Suarez, Mário Camargo e Moisés Ramalho

Pesquisa de imagens: Carlos D, Fabiana Batista e Jaqueline Suarez

Edição de texto e revisão: Moisés Ramalho

ISBN: 978-65-990651-5-6

NÚCLEO PIRATININGA DE COMUNICAÇÃO

Rua Alcindo Guanabara, 17 - sala 912

Cinelândia - CEP: 20031-130

Rio de Janeiro - RJ - Tel.: (21) 2220-5618

E-mail: npiratininga@piratininga.org.br

E VAMOS À LUTA (GONZAGUINHA)

Eu acredito é na rapaziada
Que segue em frente e segura o rojão
Eu ponho fé é na fé da moçada
Que não foge da fera e enfrenta o leão
Eu vou à luta com essa juventude
Que não corre da raia a troco de nada
Eu vou no bloco dessa mocidade
Que não tá na saudade e constrói
A manhã desejada

Eu acredito é na rapaziada
Que segue em frente e segura o rojão
(Como é que não?)
Eu ponho fé é na fé da moçada
Que não foge da fera e enfrenta o leão
Eu vou à luta com essa juventude
Que não corre da raia a troco de nada
Eu vou no bloco dessa mocidade
Que não tá na saudade e constrói
A manhã desejada

Aquele que sabe que é negro o couro da gente
E segura a batida da vida o ano inteiro
Aquele que sabe o sufoco de um jogo tão duro
E apesar dos pesares, ainda se orgulha de ser brasileiro
Aquele que sai da batalha, entra no botequim
Pede uma cerva gelada e agita na mesa uma batucada
Aquele que manda o pagode e sacode a poeira suada da luta
E faz a brincadeira, pois o resto é besteira
E nós estamos pelaí...
Eu acredito é na rapaziada

Para os comunistas, para os religiosos e religiosas da teologia da libertação, para cada um e cada uma que acreditou e acredita que comunicação, cultura e educação popular são caminhos para a libertação da opressão escravocrata e capitalista.

Para os que fazem a comunicação popular e sindical hoje e para os que nos antecederam.

Para Paulo Freire,
Vito Giannotti
e Marielle Franco.



Não se poderia insultar mais grosseiramente, desprezar mais completamente a classe trabalhadora do que afirmar que as discussões teóricas são somente coisas «acadêmicas».” **(Rosa Luxemburgo)**

**NOVEMBRO DE 2019:
CURSO ANUAL DO NPC REÚNE
SINDICALISTAS DE TODO O
PAÍS NO RIO DE JANEIRO.**



ÍNDICE

Apresentação	8
---------------------------	----------

COMUNICAÇÃO POPULAR

Introdução	10
-------------------------	-----------

✓ Grande Tijuca	15
✓ Zona Sul	20
✓ Manguinhos	24
✓ Complexo do Alemão	27
✓ Maré	32
✓ Zona Oeste	42
✓ Baixada Fluminense	46
✓ Niterói e São Gonçalo	51
✓ Sul Fluminense	54

Outra Comunicação é Possível	56
---	-----------

COMUNICAÇÃO SINDICAL

Introdução	66
-------------------------	-----------

✓ Sindicato dos Estivadores	70
✓ Sindicato dos Comerciantes	71
✓ Sindicato dos Jornalistas do Rio de Janeiro	73
✓ Sindicato dos Bancários do Rio de Janeiro	74
✓ Sindicato dos Telefônicos	76
✓ Sindicato dos Engenheiros do Rio de Janeiro	78
✓ Sindicato dos Bancários de Friburgo	80
✓ Federação dos Bancários do Rio de Janeiro e Espírito Santo	81
✓ Sindicato dos Petroleiros do Rio de Janeiro	82
✓ Sindicato dos Comerciantes de Nova Iguaçu	83
✓ Sindicato dos Petroleiros de Duque de Caxias	85
✓ Sindicato das Trabalhadoras Domésticas do Rio de Janeiro	87
✓ Sindicato dos Portuários do Rio de Janeiro	88
✓ Sindicato dos Metroviários do Rio de Janeiro	89

✓ Sindicato dos Servidores Públicos	90
✓ Sindicato dos Trabalhadores dos Correios	91
✓ Sindicato dos Previdenciários do Rio de Janeiro	92
✓ Sindicato dos Servidores da Justiça Federal	94
✓ Sindicato dos Trabalhadores na Comissão de Valores Mobiliários	96
✓ Federação Interestadual de Sindicatos de Engenheiros (Fisenge)	97
✓ Federação Única dos Petroleiros (FUP)	99
✓ Sinsaúde-RJ	101
✓ Sindicato dos Petroleiros do Norte Fluminense (Sindipetro-NF)	102
✓ Sindicato dos Trabalhadores do Saneamento do Rio de Janeiro	103
✓ Federação Nacional dos Petroleiros (FNP)	105

SINDICATOS DA EDUCAÇÃO

✓ Sindicato dos Professores do Rio de Janeiro e Região	107
✓ Federação dos Trabalhadores em Estabelecimentos de Ensino no Estado do Rio de Janeiro	108
✓ Sindicato Estadual dos Profissionais de Educação do Rio de Janeiro	109
✓ Associação dos Docentes da UFF	111
✓ Associação de Docentes da Universidade Federal do Rio de Janeiro	112
✓ Associação de Docentes da UniRio	114
✓ Sindicatos dos Trabalhadores da UERJ	115
✓ Sindicatos dos Trabalhadores da UFRJ	116
✓ Sindicatos dos Trabalhadores da UFF	117
✓ Sindicatos dos Trabalhadores da Rural	118
✓ Associação dos Docentes da UERJ	120

Conclusão	121
------------------------	------------

Bibliografia e outras fontes de leitura	129
--	------------

APRESENTAÇÃO

FOTO: ARQUIVO NPC



2012: CURSO DE COMUNICAÇÃO POPULAR DO NPC EM VISITA AO GRUPO-EC, NO MORRO SANTA MARTA, EM BOTAFOGO, ZONA SUL DO RIO DE JANEIRO.

*Por Claudia Santiago**

Salve! Estou aqui para apresentar a mais nova publicação do NPC: Almanaque da Comunicação Sindical e Popular no Rio de Janeiro. Muita resposta, sabemos. Para começar já vamos avisando que nem tudo o que se produz na área está nestas páginas que você vai ler. Sempre ficam faltando coisas boas e muita gente boa fica de fora. Aqui está uma parte do que é produzido no estado. Que outras pesquisas floresçam e complementem a nossa.

É mais um passo no caminho por nós escolhido: fortalecer a comunicação da classe trabalhadora. Queremos companhias. O que tem de novo neste trabalho? Ele é dividido em duas partes. Na primeira parte, a comunicação popular. Na segunda, a comunicação sindical.

Ele junta a comunicação produzida nos sindicatos com a comunicação produzida nas favelas, na Zona Oeste, na Baixada Fluminense, Niterói, São Gonçalo, Norte e Sul Fluminense, Costa Verde. Representa, portanto, uma de minhas ideias centrais: somos trabalhadoras, pertencemos à classe trabalhadora, estejamos nós nos sindicatos, ou não; por isso, devemos atuar conjuntamente, nos apoiando, nos fortalecendo. Onde vivem os carteiros, as telefô-

nicas, os metalúrgicos, as comerciárias, os porteiros, as garis, o pessoal da Cedae, os portuários, as trabalhadoras domésticas? Segundo dados do Censo de 2010, coletados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), 22% da população da cidade do Rio de Janeiro mora em favelas. E mesmo que outras categorias aqui representadas morem em outras áreas da cidade, não tem problema. Somos irmãs e irmãos trabalhadores. Somos as vítimas, ainda que em escalas diferentes, do desmonte das políticas sociais e das políticas públicas contra as quais o neoliberalismo se voltou.

Daí a ideia deste Almanaque. Ele vem para fazer fofoca. Vem para contar para os sindicalistas e jornalistas sindicais o que existe na comunicação dos de baixo; e para contar para a favela que os sindicatos fazem muita comunicação. Portanto, este trabalho é daqueles que podem andar só, mas será muito mais valioso se conseguir ser o que se propõe: incentivador da conversa sobre a comunicação das trabalhadoras e dos trabalhadores nos sindicatos e pelos vários cantos das cidades. Daí que ele funciona melhor se lido em rodas de leituras e com bate-papo.

Não nos esqueçamos. Em julho de 2021, dezenas de famílias de Cuiabá formaram fila na frente de um açougue para pegar ossos doados pelo estabelecimento. Isso é o que nos importa. Cenas que já impressionavam os leitores de *Quarto de Despejo*, de Carolina Maria de Jesus, na década de 1960. “Passei no frigorífico, ganhei ossos” (p. 118). No diário de Carolina, tem sempre alguém esperando pelos ossos e se ressentindo quando eles chegam sem nenhum pedacinho de carne.

Nossa comunicação são diários de carolinas. Assim como “qualquer maneira de amor vale a pena”, qualquer maneira de comunicação coletiva que se proponha a informar com qualidade, com participação, denunciando injustiças e alimentando esperanças também vale amar. Então, aqui, além da comunicação sindical, você encontra gente que faz comunicação popular, comunitária, alternativa, comunicação militante, comunicação profissional. Aqui cabem todos “que não têm nada a perder, a não ser as correntes das bicicletas com que fazem entregas pelas cidades.” “E vamos à luta”, disse Gonzaguinha. Assim como ele, eu acredito é nessa juventude que vai em frente e segura o rojão.

***Claudia Santiago é jornalista,
professora e coordenadora do NPC.**



FOTO: CAMELA ARAÚJO

COMUNICAÇÃO

Revirei-me durante dias com a tarefa de escrever a abertura da parte sobre Comunicação Popular deste Almanaque. Fiz a apresentação geral, a introdução da parte sobre Comunicação Sindical, a conclusão; mas a introdução sobre Comunicação Popular não saía. Fui, então, buscar inspiração no livro “Experiências de Comunicação Popular no Rio de Janeiro”¹ organizado e escrito por mim com a participação gigantesca dos meus queridos e das minhas queridas amigas que um dia participaram _ alguns participam ainda hoje _ do Curso de Comunicação Popular do NPC. Então entendi minha dificuldade. Eu não mudo uma linha do que escrevi em 2016. Tudo o que eu penso está no primeiro capítulo daquele livro que vai da página 23 a 48. Assim, caras e caras leitoras e leitoras, vos peço licença para reproduzi-lo aqui com alguns cortes para que se adequasse a esta publicação.

Grande beijo e boa leitura!

Claudia Santiago

O QUE É COMUNICAÇÃO POPULAR

A **Comunicação Popular** é a comunicação produzida pelo povo e para o povo, com o objetivo de alterar a vida de uma determinada comunidade ou grupo social. Ela é porta-voz dos interesses da comunidade e parte da organização da comunidade em torno de seus problemas. É a comunicação que reporta o dia a dia da comunidade a partir do olhar de quem a produz. É produzida coletivamente por moradores de uma favela ou bairro popular que tenham interesses em comum e decidam se organizar para atingir seus objetivos. Ou seja, a Comunicação Popular é uma tarefa militante de mobilização através da criação de veículos próprios que não são controlados pela burguesia ou por governos.

¹ SANTIAGO, Claudia. *Experiências em Comunicação Popular no Rio de Janeiro ontem e hoje*. Rio de Janeiro: EditoraNPC, 2015.

POPULAR

QUEM FAZ? QUEM FINANCIA? QUEM DISTRIBUI?

Primeiramente, são pessoas que querem mudar o mundo porque este, do jeito que está, funciona para poucos. Os construtores da Comunicação Popular são pessoas que gostam da comunicação, sabem produzir veículos de informação ou querem aprender a produzir. Pode e deve contar com a colaboração de pessoas de fora da localidade/região que se identifiquem com as aspirações do grupo.

O financiamento vem da própria comunidade através de festas, rifas, bingos, almoços e anúncios do comércio local, universidades, organizações não governamentais (ONGs), apoio governamental. Os apoios não podem interferir na linha editorial. Propomos a criação de instrumentos de comunicação produzidos autonomamente e coletivamente por moradores das favelas e financiados pelos próprios moradores.

Quanto à distribuição, o ideal é que seja feita pelo grupo das pessoas que produzem o material ampliado por moradores da comunidade que se identifiquem com o jornal, a rádio, o blog ou, seja lá, o que for criado no campo da comunicação. Esse contato é muito importante e não pode ser terceirizado. É na distribuição que se conhece os vizinhos, dialoga-se, convida-se para atividades promovidas para o jornal e, principalmente, para as reuniões de pauta do jornal, que devem ter periodicidade definida e respeitada

QUAL SEU OBJETIVO?

Essa comunicação pode se propor a denunciar o sistema, as arbitrariedades, divulgar e valorizar a arte e as várias produções da comunidade e, ao mesmo tempo, a organizar as pessoas da comunidade para lutarem por suas reivindicações. Reivindicações que, na maioria das vezes, se repetem em todos os bairros populares: falta água, luz, saneamento, postos de saúde, professores, transporte, segurança. Ou seja, faltam serviços públicos. É uma prática que busca transformar-se em ação. Isto

é, seus leitores participam do processo de discussão e elaboração dos materiais e, depois, rodas de conversa com a população local para se pensar sobre o que foi feito. Isso eleva o nível de consciência crítica do grupo sobre seus problemas e ajuda a que, juntos, busquem soluções. Sendo assim, ela necessita da existência de um coletivo que se preocupe com a comunidade e queira interferir na realidade.

Um coletivo para mexer nas pedras do mosaico: o jornal, a rádio, a rede social, o blog, as redes sociais, o podcast, o youtube, seja lá qual for o meio escolhido, são consequências da organização popular e, ao mesmo tempo, contribuem para ela. A forma de comunicação que vai ser escolhida depende das características da comunidade. Sua função é explicar, explicitar, dar visibilidade aos problemas contextualizando-os e dizendo por que eles acontecem para que as pessoas entendam que a transformação da situação da comunidade depende do ambiente político e econômico da cidade, do estado, do país, do mundo. Fazendo isso está convidando pessoas a se integrarem ao projeto de comunicação e a se organizarem para transformar sua realidade.

RELAÇÃO COM A ORGANIZAÇÃO POPULAR

A Comunicação Popular que se enquadra na descrição acima pressupõe movimento popular. Ela não existe sozinha, fruto das ideias de algum morador iluminado. E nem se confunde com o jornal oficial de uma determinada organização que atue na favela e que tenha como objetivo divulgar as atividades e ideias da organização, ou mesmo ser um contraponto à mídia do sistema. É uma comunicação dos oprimidos, empobrecidos, explorados. Uma comunicação que comunica o que lhes diz respeito e o que é de interesse de sua classe. Uma comunicação que explique para os leitores, ouvintes, espectadores, como funciona a economia e quais os interesses políticos em jogo no país. Uma comunicação que, ao invés de silenciar e omitir, apresente as várias formas de luta e resistência que compõem a história dos trabalhadores brasileiros. Uma comunicação que não minta, não esconda e que não manipule as pessoas de acordo com os interesses de quem faz. Mas, ao mesmo tempo, uma



comunicação que deixe claro para o leitor ou leitora que ela não é neutra. Os meios de comunicação dos patrões mentem dizendo que são neutros e imparciais. É mentira. Eles defendem o lado dos que exploram, dos que vivem da miséria da maioria. A nossa comunicação defende valores que são opostos aos valores do capital. Defende a solidariedade entre as pessoas, a justiça social e o fim da exploração.

Nossa proposta de Comunicação Popular é a seguinte: incentivar, em cada favela, cada ocupação, cada local de morada de gente trabalhadora, coletivos com vontade, com tesão para mudar as coisas e fazer a nossa comunicação. Coletivos que façam jornais, revistas, documentários e usem todas as armas da guerrilha comunicacional trazidas pela Internet, dos blogs a todas as formas de comunicação das chamadas redes sociais. Do “velho” Twitter a todas as aplicações via celulares, tablets e Youtube. E ao mesmo tempo pressionar, forçar, insistir e mobilizar no sentido da democratização da comunicação no campo do rádio e TV. Ou seja: para além de criar novos meios, defendemos que cada vez mais e mais vozes possam se expressar nos canais já existentes: jornal, livro, cartilha, carro de som, vídeo, bandeiras, pichação, boletim eletrônico, Twitter, Facebook, site, blog, WhatsApp, cartaz, adesivos, broche. Cada um tem sua própria função.

A LINGUAGEM ESPECIAL

A preocupação com a linguagem e com o projeto gráfico é uma especialidade do Núcleo Piratininga de Comunicação e motivo de centenas de cursos e palestras em todo o país. Termos precisos, conceitos devem estar na Comunicação Popular. Mas como tratar de conceitos complexos para as mães de um posto de saúde em São João de Meriti? Lição de casa. Precisamos aprender porque é preciso falar de política, economia, sociologia, filosofia. Falar e ouvir sobre o que de melhor e de pior a humanidade produziu. Mas ninguém vai entender nada, a não ser que se traduza para a língua da gente que frequenta os postos de saúde na Baixada Fluminense onde vivem comerciantes, garis, cobradores de ônibus, seguranças privados, rodoviários, trabalhadores da saúde, trabalhadores dos call centers, professoras, contadores.

UMA COMUNICAÇÃO NECESSÁRIA

A Comunicação Popular não quer levar toda a comunidade a pensar em uma só direção. Não quer empurrar um produto goela abaixo das pessoas. Não quer fazer cabeças. Mas quer ajudar a refletir, a entender por que existem tantos lugares sem esgoto no Brasil; por que há tanta

desigualdade econômica no nosso país; por que jovens negros e pobres são parados e revistados pela polícia. Ajudar a entender por que estes são a maioria no sistema penitenciário e são as maiores vítimas em crimes de assassinato. Ajudar a pensar quais os interesses dos países do Norte do mundo na nossa América, na África, no Afeganistão. Se as pessoas começam a entender por que as coisas acontecem de uma forma e não de outra, elas podem se animar a exigir mudanças. Ou seja, a Comunicação Popular não é um fim em si mesmo. Ela é um instrumento de mudança social. O fim, o objetivo final é ganhar muitas pessoas para agirem no sentido da construção de um mundo justo e solidário.

A Comunicação Popular é extremamente necessária. Se enraizada nos bairros, com periodicidade, inserção nos movimentos sociais, pode ser um fator importante na transformação da sociedade. Para que isso aconteça, precisamos convencer muita gente dessa necessidade. E, acreditamos, é exatamente para isso que a Comunicação Popular serve.

Maria Cristina Mata considera que a Comunicação Popular é aquela desenvolvida pelos setores dominados do nosso continente. Por setores dominados entende as classes subalternas, submetidas à exploração econômica e ao domínio político e cultural por parte dos setores hegemônicos de cada sociedade.² A comunicação popular surge a partir dos grupos mais dinâmicos dos setores populares em contraposição à comunicação dominante e possui um duplo caráter: instrumento dos setores dominados para expressar a sua situação, analisando-a; e expressão dos novos tipos de relações sociais que essas práticas geram: horizontais, dialógicas e participativas.³

Assim como Maria Cristina, acredito que, como ocorreu nas décadas de 1970 e 1980, é necessário que comunicação e organização popular caminhem juntas e que uma fortaleça a outra. É possível fazer meios de comunicação em uma favela sem que haja organização popular. O contrário não é possível. Não existe organização sem comunicação. Um último ponto para pensarmos: a militarização da vida nas favelas. Ela é tão forte e vem de tantos lados que torna pertinente a questão: os moradores das favelas cariocas vivem em uma democracia? É livre o exercício da expressão e da produção popular? A comunicação popular produzida em uma favela pode tratar de quaisquer assuntos de interesse dos moradores sem medo de represálias?

² MATA, Maria Cristina apud GOMES, Pedro Gilberto.

O jornalismo alternativo no projeto popular. São Paulo: Paulinas, 1990.

³ *Id. ibid.*, p.40.

COMUNICAÇÃO POPULAR GRANDE TIJUCA



O QUE ROLA HOJE NA COMUNICAÇÃO POPULAR?

Rádio Grande Tijuca - 105,9 FM

-  *Rádio Grande Tijuca*
-  www.grandetijucafm.com.br
-  (21) 99334-1460

Criada em dezembro de 2001 por iniciativa do Colégio Oga Mitá, a **Rádio Grande Tijuca** contou também com a participação de várias instituições, organizações, comunidades, tendo como objetivo a democratização da informação. Com a mudança de endereço da escola, a rádio mudou-se para o local denominado “Igrejinha”, no Borel, favela situada na Tijuca, Zona

Norte do Rio de Janeiro. Miramar Pereira Castilho há mais de 50 anos vive no no morro e é um dos grandes entusiastas da **Rádio Grande**

Tijuca, além de ser o locutor mais velho. Segundo Miramar, “(...) é muito perigoso uma rádio comunitária funcionar”, mas mesmo com todos os percalços faz o veículo acontecer, e completa: “eu respiro a rádio dia e noite”. Nomes como o da atual deputada estadual pelo PSOL-RJ, Mônica Francisco, tiveram passagem pela rádio.



*“(...) é muito perigoso uma rádio comunitária funcionar”
Miramar P. Castilho*

Rádio Se Liga Salgueiro

 @radioseligasalgueiro
 radioseligasalgueiro@gmail.com

Rádio poste do morro do Salgueiro, região da Tijuca, com cunho social e democrático. O trabalho existe desde julho de 2015 e é fruto do engajamento de vários agentes do morro: líderes comunitários, comunicadores e parceiros do asfalto. A **Se Liga Salgueiro** tem como objetivo democratizar o acesso à informação para a comunidade, criando um canal de contato entre moradores e demais agentes da cidade. A rádio procura divulgar as manifestações culturais, hábitos, ideias e talentos do morro, além de denunciar abusos que são cometidos contra a população. As pautas se constroem através da escuta dos moradores, ouvindo suas sugestões. A partir do apoio de algumas empresas e suporte de comerciantes locais, a rádio **Se Liga Salgueiro** consegue financiar suas atividades.

Se Liga
Salgueiro!

ENTRARAM PRA HISTÓRIA!!!



Rádio
CIPÓ

Primeira rádio
comunitária na
região da Tijuca!

Rádio Cipó

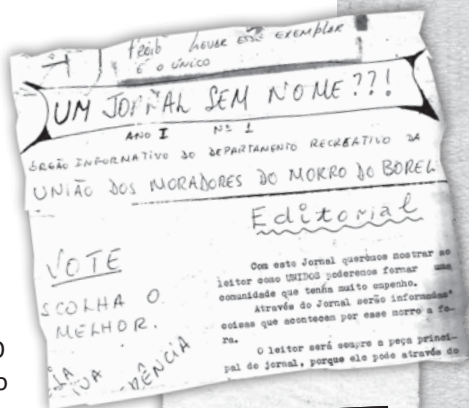
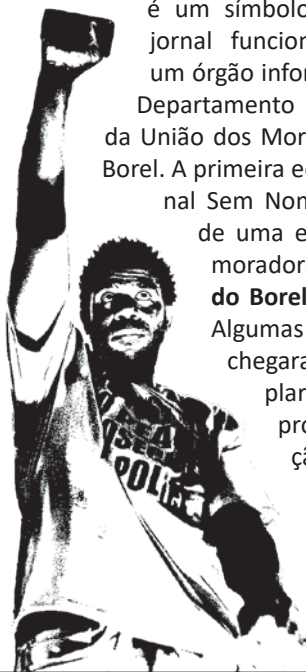
A **Rádio Cipó** nasceu em 1952 no morro do Borel, fundada por Jorge Neto com o objetivo de resistir à remoção da favela. O criador não sabia ler ou escrever direito, mas conseguiu engajar os moradores na luta, contando somente com um equipamento precário que alcançava a região conhecida como Terreirão. Na década de 1970, Jorge Neto também lançou a rádio **ZYKM** que funcionava aos sábados e domingos. Segundo relatos de moradores, ele colocava a rádio na rua com um megafone, alto falante e microfone. A **Rádio Cipó** promovia campanhas de prevenção à aids e também angariava fundos para as famílias enterrarem seus mortos. A emissora durou até a morte de Jorge Neto. Hoje no Terreirão há um espaço cultural que leva o nome do fundador da rádio.



Folha do Borel

Durante os anos de repressão da ditadura militar, muitos militantes do Partido Comunista se deslocaram para os movimentos comunitários. A comunicação dentro das favelas passou a ser uma atividade muito importante para o Partido. A **Folha do Borel**, criada em 1979,

é um símbolo disto. O jornal funcionou como um órgão informativo do Departamento Recreativo da União dos Moradores do Morro do Borel. A primeira edição saiu como “Jornal Sem Nome”, pois foi a partir de uma enquete feita com os moradores que o título **Folha do Borel** passou a ser usado. Algumas edições do jornal chegaram a ter 1.200 exemplares. Entre as atividades promovidas pelas redação do jornal estavam encontros com atores e diretores de cinema para debates e o cine-clube da favela. A última referência ao jornal data de 1983.



A atriz Beth Mendes chegou a doar peças para a realização de bingos beneficentes e arrecadação de recursos para o jornal.

Rádio Poste Comunitária do Borel (RCB)

A **Rádio Comunitária do Borel**, que funcionou de 1999 a 2001, foi uma iniciativa da associação de moradores da favela, que operou em um alto-falante no alto de um poste. Ela também originou o jornal impresso **Formando Opinião** no qual os moradores participavam da elaboração das matérias. A deputada estadual Mônica Francisco (PSOL-RJ) também fez parte da história da “RCB”.





Folha da Formiga

Jornal do Morro da Formiga, Zona Norte do Rio, contou com a participação de militantes de esquerda atuando no movimento comunitário durante a ditadura, entre os quais se destaca Gilberto Palmares (PT). A **Folha da Formiga** tinha uma tiragem de 100 exemplares e teve dois momentos históricos: o primeiro, quando foi criada em 1973 por um grupo de jovens, que, usando a estrutura de uma igreja local, queriam atuar na vida da cidade. Gilberto era um desses jovens e à época tinha apenas 19 anos.

Na segunda fase da **Folha da Formiga**, iniciada no ano de 1977, militantes do PCB assumem o comando do jornal. Foi um momento que atraiu muitos jovens que não militavam, e fez com que a **Folha da Formiga**

ficasse conhecida em toda a comunidade. A linha editorial procurou acompanhar a retomada da Federação das Associações de Favelas do Rio de Janeiro (Faferj), que aconteceu bem neste período, tratando também de acontecimentos de outras comunidades. Em todas as fases do jornal, havia uma intensa participação de sua equipe com o cotidiano da favela, ajudando a organizar as festas juninas da capela do morro e da associação de moradores, assim como uma grande participação dos moradores no trabalho do jornal, como na distribuição que era feita de porta em porta.

ACÇÃO ENTRE AMIGOS Nº 0240

A FOLHA DA FORMIGA

RIFA-SE OS SEGUINTES PREMIOS

- 1o. Premio, Um Televisor 14 PL
- 2o. Premio, Uma Bateleira
- 3o. Premio, Um Liquidificador
- 4o. Premio, Um Rádio AM/FM
- 5o. Premio, Uma Máquina Fotográfica

Pela Extração da Loteria Federal
22 de Dezembro de 1979 Nº 05240

PREÇO CR\$ 10,00

Sanção

A TRAGÉDIA NA FORMIGA

O que a Constituinte poderia fazer pelos desabrigados

humor sério

Classi

Expediente

Redação e Impressão: Rua...
 Rua... nº...
 Caixa Postal...
 Rio de Janeiro, RJ

Jornal da Indiana ou Indiana Feliz

A necessidade de organizar a população da favela Indiana, localizada na Tijuca, contra a tentativa de remoção na comunidade fez nascer o jornal **Indiana Feliz**, uma iniciativa da Comissão de Moradores da Indiana, grupo que se opôs à própria associação local, cuja diretoria se colocava então ao lado da Prefeitura do Rio, na primeira gestão de Eduardo Paes. A tiragem não passava de 300 exemplares e o jornal teve ao todo 20 edições, cumprindo um papel importantíssimo: engajar os moradores em torno da permanência na favela. Uma prática adotada pelos organizadores do jornal foi a de um vizinho ler para o outro: o objetivo era superar o baixo índice de alfabetização da população da Indiana e, ao mesmo tempo, multiplicar a mensagem do jornal pela comunidade. A Pastoral das Favelas deu suporte para a produção do **Indiana Feliz**.



Jornal O Morro

Tudo começou com um blog criado em 2012, produzido por quatro jovens moradores do Borel que queriam fazer um jornal para o morro. O idealizador, Igor Soares, teve contato com a comunicação popular a partir de sua passagem pela Rádio Grande Tijuca no ano de 2011. A redação de **O Morro** chegou a ocupar o mesmo espaço da rádio. Atualmente o blog encontra-se inativo.



“Eu decidi que precisava falar com pessoas, fazer comunicação, entrar na rádio.”
Igor Soares

COMUNICAÇÃO POPULAR ZONA SUL

Fala Roça

-  @jornalfalaroca
-  @jornalfalaroca
-  @jornalfalaroca
-  www.falaroca.com
-  contato@falaroca.com
-  (21) 99357-5117



Entre as experiências de comunicação popular da Rocinha, o jornal **Fala Roça** é uma importante expressão dos jovens da favela. Criado no final de 2012 através da Agência de Redes da Juventude, teve como fundadores os irmãos Michel Silva e Michele Silva, e Beatriz Calado. Antes do **Fala Roça**, Michel e Michele criaram o blog Viva a Rocinha. Na linha editorial do portal, estava excluído falar de violência na favela da Zona Sul. A palavra de ordem era valorizar a cultura e demais coisas boas do local. Em 2013, o jornal ganha a versão impressa, pois, como na maioria das favelas, seus moradores não possuem acesso fácil à Internet ou aparelhos eletrônicos de comunicação. Ele é distribuído de forma gratuita mensalmente com tiragem média de 5 mil exemplares. Durante a pandemia de Covid-19 cumpriu papel fundamental para informação e conscientização dos moradores. O financiamento conta com o apoio de moradores, do comércio local e de alguns órgãos públicos. O grupo realiza cursos de Comunicação Popular.

TV Tagarela




-  @tvtagarela
-  TV Tagarela da Rocinha
-  tvtagarela@tvtagarela.org.br
-  (21) 3149-5794

A **TV Tagarela** atua na Rocinha como TV Comunitária de rua desde 1998. Nasceu de uma oficina de produção de vídeo organizada

pela Ação Social Padre Anchieta (ASPA), voltada para adolescentes da favela. O nome é inspirado na descoberta de que na década de 1980 havia um jornal impresso que circulava na Rocinha e se chamava **O Tagarela**. Segundo Arley Macedo, um dos idealizadores da TV, é movimento político de comunicação com viés educacional: “A gente trabalha com comunicação popular”, arremata. O trabalho do grupo envolve gravação, exibição em praça pública e abertura para debate, o que é uma forma de canal direto com os moradores, que acabam intervindo no conteúdo da programação. A TV também está no YouTube.



Jornal e Grupo ECO

 @grupoeco.stm
 @ecosantamarta
 (21) 2286-9966

O Grupo Eco é uma das experiências de organização comunitária e comunicação popular mais antigas do Rio de Janeiro. Há mais de 30 anos busca promover e apoiar a favela Santa Marta, e, eventualmente, ações fora dela. A entidade nasceu do jornal, que se chamava **Eco**, cujo objetivo era se contrapor aos

veículos comerciais de linha editorial mais sanguinolenta, o famoso “espreme, sai sangue”. O nome escolhido traz a ideia da notícia como algo que se espalha em ondas, mas também traz o que vem de fora. O ano de 1976 marca um período de grande efervescência cultural na favela, ele também data a criação do jornal por um

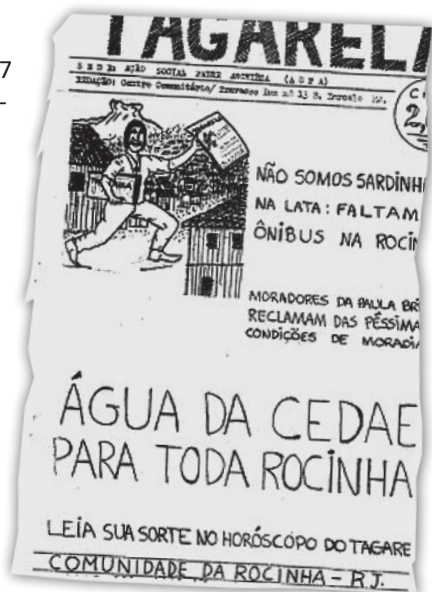




grupo de jovens do Santa Marta — entre eles Itamar Silva, além de contar com integrantes da Teologia da Libertação e representantes do movimento negro. Todo esse caldo de cultura permeia a atuação do jornal, que com o passar dos anos acabou também criando um coletivo dentro da comunidade. Atualmente não há mais o impresso, a comunicação é feita via redes digitais, mas o trabalho continua a ecoar, como no período de pandemia do Covid-19, onde o grupo organizou mutirões de ajuda.

Jornal O Tagarela

O *Tagarela* nasceu em 1977 e circulou por oito anos seguidos com uma tiragem semanal de 2.500 exemplares, distribuídos de mão em mão. O trabalho era tocado por um grupo de seis pessoas, entre elas: Paulinho, o articulador; Fabio, fotógrafo; e Maurício, diagramador e caricaturista. Por muito tempo, o jornal foi feito com um mimeógrafo a álcool emprestado pela Igreja Nossa Senhora da Boa Viagem e só muito depois passou a ser impresso em estêncil. Era um jornal que brigava por direitos, que falava dos problemas da comunidade, divulgava a agenda cultural local e denunciava o que acontecia no Brasil. Devido a esta militância, o jornal foi perseguido pela ditadura, o que não o impediu de ajudar a criar uma identidade para a comunidade da Rocinha associada à defesa, luta e resistência. Encerrou suas atividades em 1984.



Jornal Rocinha Notícias

Fundado pelo jornalista e morador da Rocinha Carlos Costa, junto com Edu Casaes e Deo Pessoa em janeiro de 2001. Com 12 páginas e uma tiragem de até 8 mil exemplares, o **Rocinha Notícias** chegou a virar um programa de TV em parceria com Universidade Estácio de Sá. Com a perda de anunciantes o jornal saiu de circulação. Em 2011 funcionava como uma página no Facebook até encerrar totalmente suas atividades em 2018. Carlos Costa entende a Comunicação Popular como uma atividade profissional e não de militância. Diferente do **Tagarela** e da **TV Tagarela**, o **Rocinha Notícias** não era fruto de um movimento de favela ou político.



Rádio Santa Marta

Estimulado pelo morador do morro e militante Repper Fiell, o coletivo Visão da Favela Brasil fundou a **Rádio Santa Marta** em 2010. A rádio também foi fruto do sonho dos demais moradores do Santa, que tinha uma programação com conteúdo diverso, indo desde programas infantis até aqueles voltados para mulheres. Antes mesmo do veículo ir ao ar, tudo foi pensado pela comunidade, contando com o apoio de figuras como Marcelo Yuka (ex-Rappa). No dia 3 de maio de 2011, justamente o Dia Internacional da Liberdade de Imprensa, a rádio foi fechada pela Agência Nacional de Telecomunicações. Fiell chegou a ser preso com outro diretor da rádio, Peixe, e ainda foi sentenciado a pagar cestas básicas no valor de R\$ 80,00 para o Instituto Phelippe Pinel. Antes de tudo isso ocorrer, vários artifícios foram utilizados para inviabilizar a existência da **Rádio Santa Marta**.



Ex-aluno do NPC, Repper Fiell adaptou o aprendizado no curso para a sua realidade.

COMUNICAÇÃO POPULAR MANGUINHOS

Fala, Manguinhos //

-  @FManquinhos
-  @falamanguinhos
-  @falamanguinhos
-  www.falamanguinhos.com
-  falamanguinhos@gmail.com
-  (21) 96852-6421



A agência de comunicação comunitária Fala Manguinhos nasceu para defender os direitos humanos e ambientais e promover cidadania e saúde com a participação direta dos moradores nas decisões que envolvem sua atuação, através de encontros do grupo de comunicação do Conselho Comunitário de Manguinhos. **Fala Manguinhos** atua nas plataformas digitais e produz o jornal de mesmo nome. Tem *site* próprio e página no Facebook. O jornal



está na 15ª edição e é distribuído de porta em porta. Os temas tratados são os que surgem e são debatidos nos encontros do Conselho Comunitário: problemas do bairro, prestação de contas à comunidade e divulgação da agenda de atividades de atores e coletivos que promovem cultura, educação e esporte. A versão impressa foi lançada em 2013, apoiada pela Fiocruz, com tiragem de 10 mil exemplares. Não tem periodicidade regular, porém já produziu mais de 15 edições.

Rádio Web Manguinhos Livre

 @jose.manguinhos

 www.radiowebmanguinhos.wixsite.com/radiowebmanguinhos

 radioweb.manguinhoslivre@gmail.com

Iniciativa do Ecomuseu de Manguinhos com estudantes de ensino médio do Colégio Estadual Clóvis Monteiro, que tem como foco principal a promoção dos Direitos Humanos. A rádio web utiliza a plataforma digital (podcast) para romper as barreiras de Manguinhos, desenvolver ações que eliminem os estigmas da pobreza e sua criminalização. Lançada em 2014, tem em sua grade os programas: “MPB Sem Filtro”, “Desinformes Estudantis” e “Nós Temos Histórias Para Contar”.



Bicuda FM

 @fmradiobicuda

 @radiobicuda

 @bicudafmrj

 www.bicuda.org.br



A **Bicuda FM** foi criada, em 1996, por ambientalistas da Serra da Misericórdia. “Bicuda” é homônimo à formação rochosa encontrada na Serra da Misericórdia, na Zona Norte do Rio, a Pedra

da Bicuda. A rádio tem o objetivo de auxiliar na comunicação do movimento ambientalista com a comunidade. Na equipe são, ao todo, 50 pessoas. Sete da direção, quinze locutores e 28 pessoas na editoria de esportes.

Todos os que atuam na **Bicuda FM** são voluntários e, cada vez mais, o curso “Jovens Comunicadores”, que busca ensinar a juventude a trabalhar com a rádio, forma jovens da Serra da Misericórdia para atuar na rádio. A rádio tem outorga para funcionar e parceria com o Sindicato dos Radialistas.

Na programação, durante a pandemia, em parceria com uma escola municipal, foi criado o programa “A hora da escola”, que, durante uma hora, todos os dias, auxilia os alunos sem acesso à internet. Para além da rádio FM e via internet, as redes sociais (Instagram, Facebook e Twitter) e o Whatsapp são os principais meios de comunicação do grupo.

No mesmo ano de sua criação, a rádio lançou o jornal **A Bicuda**, que teve apenas uma edição com dez impressões. Infelizmente não teve forças para continuar. Evandro quer lançá-lo em formato on-line, mas vê dificuldades para conseguir uma equipe fixa.

PROGRAMA
CHUPA ESSA MANGA
Apresentação: LEO CRUZ

LIVE

CONVIDADO:

Participação Especial:

Sônia Borges e Marco Antônio

DEP. CHICO D'ANGELO
[PDT-RJ]

BICUDA FM BICUDA FUNDADA

Disponível no Google Play ou app store






Google Play App Store
@Radlobicuda YouTube

30 DE AGOSTO
SEGUNDA 10H

Ouça também pelo app Rádios Net ou pelo site BicudaFM.com

COMUNICAÇÃO POPULAR COMPLEXO DO ALEMÃO

Instituto Raízes em Movimento

 @raizesemmovimento
 @raizesemmovimento
 www.cepedoca.org.br
 raizesemmovimento.com@gmail.com
 (21) 2266-3998

Fundado em 2001 no Complexo do Alemão, Zona Norte do Rio de Janeiro. O **Instituto Raízes em Movimento** trabalha com pesquisa, comunicação e juventude. O grupo é formado por jovens universitários moradores do Alemão ou envolvidos em trabalhos sociais na região. As atividades se articulam em duas áreas estratégicas: a primeira voltada para a produção de conhecimento, a segunda para comunicação e cultura.

Estas ações ajudam a impulsionar os programas Centro de Estudos; Pesquisa, Documenta-



DEFENSORIA EM AÇÃO NAS FAVELAS

INSTITUTO RAÍZES EM MOVIMENTO

Atendimento nos dias: 15/05, 14/08, 13/11
ATENÇÃO: Só serão atendidas as pessoas que forem previamente agendadas







Responsável: Renato Tutisla e Alan Brum
Contato para agendamento: 2260-3998
Local: Avenida Central, nº 68
Morro do Alemão, Complexo do Alemão
Atendimento: de segunda à quinta, de 10h às 18h





ção e Memória do Complexo do Alemão (CEPEDOCA); Circulando e Diálogo e Comunicação na Favela. O instituto é uma organização sem fins lucrativos, conta com campanhas de financiamento coletivo apenas para projetos pontuais, como é o caso do projeto Circulando, uma feira cultural que promove toda a produção realizada pelo grupo: música, grafite, fotografia e dança.

Voz das Comunidades

-  @vozdacomunidade
-  @vozdascunidades
-  @vozdascunidades
-  www.vozdascomunidades.com.br
-  jornalismo@vozdascunidades.com.br
-  (21) 99535-9185



A primeira edição do jornal nasceu em 2005, na escola de seu fundador, o jovem estudante de 11 anos, Renê Silva. Por cinco anos, o **Voz da Comunidade** existiu como um jornal exclusivamente do Morro do Adeus, que faz parte do conjunto de favelas que formam o Complexo do Alemão. No início, eram cem cópias de uma folha de A4 dobrada ao meio, formando quatro páginas. Sem dúvida, a grande virada para o veículo foi no ano de 2010, durante as grandes operações da Polícia Militar no Complexo do Alemão, quando Renê Silva, através das suas redes digitais, mostrava os abusos que ocorriam com os moradores durante a ação.

Hoje, o **Voz das Comunidades** possui entre 16 e 20 páginas e uma tiragem de 10 mil exemplares, que atendem não só os moradores do Adeus, mas as demais comunidades que compõem o Alemão.

Se liga, morador!
O Voz tá com
Whatsapp
novo

(21) 99694-4234



Em 2021, o jornal atingiu mais de 60 edições publicadas. Como forma de monitorar o avanço do coronavírus nas favelas, o jornal juntamente com outros grupos de comunicação popular e coletivos periféricos, lançou o **Painel Unificador covid-19 nas Favelas**. O veículo é financiado por empresas e comerciantes locais, e é feito por jornalistas de diversas favelas.



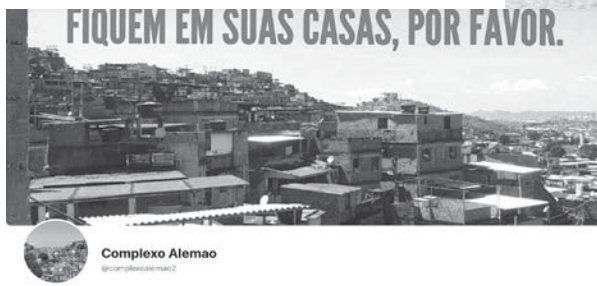
Complexo Alemão

 @_complexoalemao





 @FavelaArt

 @complexoalemao2 e @favelaart

Trata-se de um conjunto de páginas nas redes digitais, capitaneadas pelo casal Cléber Araújo e Mariluce Maria de Souza: **Alemão Morro** (atualmente desativada), Complexo Alemão e Favela Art, ambas no Facebook, Twitter e Instagram. A origem de tudo foi um caldinho de feijão e uma feijoada de camarão que Cleber preparava todas as sextas-feiras na Nova Brasília. Um belo dia resolveu bater uma foto e publicar nas redes. O resultado: 300 curtidas e uma fila enorme em frente ao bar, que passou a receber pedidos de todos os cantos da favela. Para o casal, isso demonstra o quanto os próprios moradores não faziam ideia das coisas que existiam em sua própria localidade. Ao divulgar as atrações turísticas, artísticas e gastronômicas da favela, as páginas visam elevar a autoestima do morador. O trabalho não conta com nenhum tipo de financiamento.

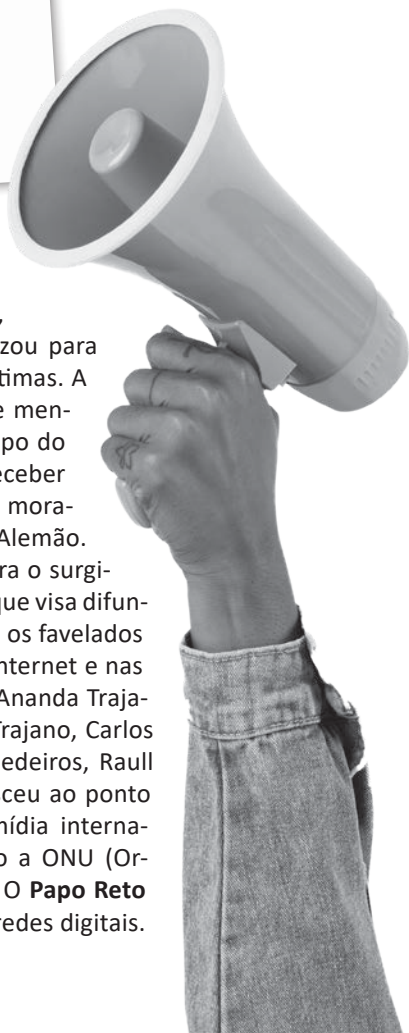


Coletivo Papo Reto

-  @CPapo_Reto
-  @cpapo_reto
-  @ColetivoPapoReto
-  coletivopprt@gmail.com



Após as chuvas e desabamentos que ocorreram no Complexo do Alemão em 2013, um grupo de jovens se mobilizou para ajudar as famílias que foram vítimas. A partir do aplicativo de troca de mensagens Whatsapp e do bate papo do Facebook, o grupo passou a receber notícias e pedidos de ajuda de moradores dentro do Complexo do Alemão. A experiência foi o embrião para o surgimento do **Coletivo Papo Reto**, que visa difundir narrativas sobre as favelas e os favelados em ações de comunicação na internet e nas ruas. O trabalho realizado por Ananda Trajano, Raphael Calazans, Renata Trajano, Carlos Coutinho, Charlie Pi, Thainã Medeiros, Raul Santiago e Lana de Souza, cresceu ao ponto de despertar o interesse da mídia internacional e de organizações como a ONU (Organização das Nações Unidas). O **Papo Reto** mantém intensa atividade nas redes digitais.

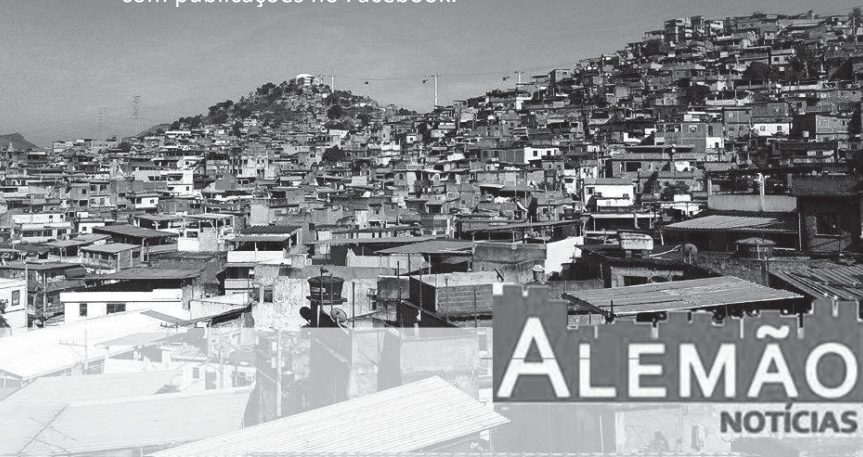




Jornal Alemão de Notícias

 @alemaonoticias
 contato@alemaonoticias.com.br

Tudo começou com o blog pessoal de Viviane Ribeiro, que se chamava “Realidade do Alemão”. A moradora começou a compartilhar o cotidiano do morro em 2009, além disso, ela também publicava poesias de sua própria autoria. Com a intensificação da ocupação militar no Complexo do Alemão, Viviane altera o nome do blog para **Jornal Alemão Notícias**, que passou a contar com uma página no Facebook para divulgação do conteúdo. Ela também contou com a ajuda de pessoas próximas para a produção do portal. Atualmente o “Alemão Notícias” conta apenas com publicações no Facebook.



COMUNICAÇÃO POPULAR FAVELAS DA MARÉ

Rádio Maré FM

-  @radiomarefm
-  www.mare.fm.br
-  radio_mare@outlook.com
-  (21) 98253-6800



Em 1995, começou a circular nas ondas sonoras da Maré, a **Rádio Maré FM**, que nasceu de modo despretenso. Wladimir Aguiar, fundador do veículo, montou um transmissor, instalou e colocou discos para tocar. A atividade da rádio acabou chamando a atenção da Polícia Federal, um episódio que foi superado, levando seus organizadores a entrarem com um pedido de outorga, que só veio a sair em 2007. A sede da rádio fica no Morro do Timbau, e tem o alcance de aproximadamente três quilômetros. Sintonizada na estação 98,7 FM, a programação fica no ar 24 horas por dia, e também pode ser encontrada em plataforma digital. Um grupo pequeno de pessoas tocam o dia a dia da emissora, entre elas o técnico em eletrônica e apaixonado por rádio, Divam Carlos Souza, que apresenta o programa “Bom Dia, Maré”, de segunda a sexta-feira, das 8 às 12 horas. A rádio procura se manter com os anúncios de comerciantes locais.



The screenshot shows the mobile application interface for Rádio Maré FM. At the top, there is a navigation bar with the station's name, a play button, and the current time (00:00 / 00:00). Below this is a 'NOTÍCIAS' section with three news items, each featuring a small image and a brief headline. To the right of the news is an 'APLICATIVOS' section with buttons for downloading the app from the Play Store and App Store. At the bottom right, there is a 'LOCUTOR NO AR' section with the station's logo and the text 'Rádio Maré FM - Muito mais música'.

O Cidadão

-  @ocidadao_mare
-  @ocidadao_mare
-  @jornalocidadao.comcom
-  <http://jornalocidadao.net/>
-  ocidadaodamare@gmail.com
-  (21) 3105-1070

Um dos jornais mais antigos da Maré, também é uma das principais referências em comunicação popular. **O Cidadão** é uma criação do Centro de Estudos e Ações Solidárias da Maré (Ceasm). A primeira edição impressa saiu em junho de 1999, em formato revista, e chegou a ter uma tiragem de 20 mil exemplares, mas devido às dificuldades de financiamento a publicação física terminou, chegando ao todo a 69 edições. As impressões eram rodadas sem custo na gráfica da editora Ediouro.

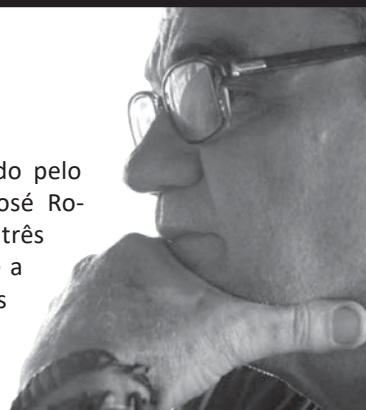


As atividades continuam através do portal online, onde é possível encontrar um acervo do jornal. **O Cidadão** veio tentando manter o impresso na rua nos últimos anos, até mesmo por uma exigência dos próprios moradores, que nutrem um grande carinho pelo veículo e querem que ele “apareça”. A deputada estadual pelo PSOL-RJ, Renata Souza, cria da Maré, foi editora e responsável por mudanças importantes no foco das reportagens, como Direitos Humanos e denúncias sobre problemas locais. O termo “mareense”, que está na boca do povo da favela, é uma invenção do jornal e símbolo de sua luta pela afirmação da identidade e cultura local.

Imagens do Povo



-  @programaimagensdopovo
-  contato@imagensdopovo.org.br

Imagens do Povo foi mais um projeto capitaneado pelo Observatório de Favelas, criado pelo fotógrafo José Roberto Ripper em 2004. O trabalho é composto por três eixos: o curso de fotografia, o banco de imagens e a agência, que garante o trabalho para os profissionais



formados pela escola. A produção fotográfica dos formandos do **Imagens do Povo** já ocupou exposições nas principais casas e centros culturais do Rio, de onde advêm as principais formas de financiamento do trabalho. Entre os objetivos do projeto está registrar a favela para além de seus estereótipos negativos. Muitos dos seus ex-alunos iniciaram seus próprios coletivos de fotografia em favelas, seguindo as mesmas premissas que aprenderam no **Imagens do Povo**, como é o caso de Francisco Valdean, atual coordenador e “cria” do trabalho. Ele fundou o blog **O Cotidiano** e a página de Facebook **Maré RJ**.

Maré de Notícias

-  @maredenoticias
-  @maredenoticias
-  @maredenoticiasoficial
-  www.mareonline.com.br
-  maredenoticias@gmail.com
-  (21) 97271-9410



O jornal impresso **Maré de Notícias** é o principal veículo de comunicação da Redes da Maré, organização da sociedade civil que atua para garantir os direitos, a cidadania e políticas públicas que melhorem a vida dos 140 mil moradores da Maré.




Criado em 2009, o jornal tem uma tiragem de 50 mil exemplares, maior que a de muitos grandes jornais, como, por exemplo, Estado de Minas ou Valor Econômico. Toda a equipe do impresso é remunerada. Ele é distribuído mensalmente de porta em porta nas 16 favelas que compõem o complexo da Maré por pessoas também remuneradas, e já ultrapassou a marca de 100 edições.

Em 2017, **Maré de Notícias** ganhou versão *online* com conteúdo diário abordando as temáticas do jornal impresso, ou seja, as que promovem cidadania e são instrumento de desenvolvimento sustentável da Maré, em áreas como saúde, meio ambiente, mobilidade urbana, direitos humanos, segurança pública, economia e comportamento. Finalmente, o jornal, que pretende ser refe-

rência de comunicação comunitária, propõe produzir conteúdos e narrativas que mobilizem e contemplem os moradores da Maré a partir do seu protagonismo. Visa também, através de uma linguagem acessível, instrumentalizar o morador com informação de qualidade, proporcionando uma opinião crítica para conquista e preservação de seus direitos e exercício de sua cidadania.



Cineminha do Beco

 @cineminhanobeco
 ibhega@bol.com.br
 (21) 99206-5867



“Atenção, comunidade, hoje tem cinema no beco ‘x’, a entrada é um sorriso e o filme é tal”. É com este anúncio que Lindemberg Cícero da Silva, mais conhecido na Maré como Bhega, divulga as sessões do projeto **Cineminha no Beco**. O trabalho existe desde 2013 e consiste na exibição de filmes voltados para o público infantil. Nascido e criado na Maré, Bhega é músico e utiliza um sistema de som em sua bicicleta para fazer anúncios comerciais. A mesma bicicleta é usada para a transmissão dos filmes. Conforme o tempo passou, Bhega foi conseguindo





melhorar o seu equipamento. Através da Lei Aldir Blanc, obteve financiamento para rodar o projeto durante a pandemia de coronavírus. O Cineminha do Beco serve como um espaço de interação e socialização dos moradores mareenses, além de garantir acesso ao cinema como forma de lazer e cultura.



Maré Vive

-  @MareVive
-  @#marevive
-  @marevive
-  canalmarevive@gmail.com
-  (21) 96669-9783

Desde o primeiro dia da invasão das Forças Armadas no complexo da Maré, em 2014, o canal de mídia **Maré Vive** existe. Inicialmente, a ideia era observar as ações dos militares de forma coletiva e independente, publicando informações via Facebook. A iniciativa acabou crescendo e se tornou uma revista eletrônica, presente também no Twitter, Instagram e Youtube. **Maré Vive** tem a preocupação de mostrar uma comunidade que pensa, que produz conteúdo, que valoriza a arte e a cultura local, que cultiva a memó-




ria da favela, sem a pretensão de ser “a voz dos moradores”. Pessoas de outras favelas também contribuíram para o funcionamento do “Maré Vive”, o que só aumentou o alcance e importância do veículo, e também conquistou a confiança de leitores de outras comunidades. A página é colaborativa e mantida por moradores de diversas favelas.



Escola Popular de Comunicação Crítica (ESPOCC)

 @espocc

 contato@espocc.org.br

 (21) 3105-4599

A **Escola Popular de Comunicação Crítica** é um projeto do Observatório de Favelas, instalado na Maré, mas que se propõe a pensar a cidade como um todo. Ao longo do tempo se notabilizou por formar comunicadores e produtores de audiovisual de muita qualidade, como Cadu Barcellos, um dos realizadores do filme “5x Favela, agora por nós mesmos”. A **ESPOCC** se mantém através de editais públicos e parcerias com algumas empresas. Um dos seus cursos mais conhecidos é o de “Publicidade Afirmativa”, trata-se de uma publicidade que não visa o lucro ou a promoção de marcas comerciais, mas procura promover valores de sociabilidade, a cultura e o empreendedorismo comunitário e socioambiental. Muitos dos ex-alunos da **ESPOCC** criaram uma série de projetos voltados para as periferias.

ESPOCC



Escola de Cinema Olhares da Maré

 *Ecom – Escola de Cinema Olhares da Maré*

 www.redesdamare.org.br



Este é um projeto desenvolvido pela ONG Redes da Maré, que convidou o baiano Diego Jesus para implementá-lo. O jovem é formado pela Universidade Federal do Recôncavo Baiano (UFRB), fiel seguidor da filosofia do imortal cineasta Glauber Rocha: “uma câmera na mão e uma ideia na cabeça”. A **Escola de Cinema Olhares da Maré** (Ecom) oferece um conjunto de oficinas para os moradores, com o objetivo de formar para o audiovisual. Grandes produções nasceram da Ecom, entre elas o documentário “Ocupação”, que retrata a entrada do Exército na favela em abril de 2014. O filme foi exibido em diversos festivais Brasil a fora, na Argentina e

recebeu uma menção honrosa no evento Visões Periféricas. Em 2017 e 2018 foi realizado o projeto Filma Maré que selecionou um roteirista morador da favela para um intercâmbio de três meses na Universidade da Califórnia (UCLA), nos Estados Unidos.

A Mareense

 www.amareense.wordpress.com

A **Mareense** é um blog de autoria da jornalista e moradora da Maré, Gizele Martins, para a divulgação de textos e artigos sobre favelas, comunicação comunitária e cultura popular.

Atualmente, o portal encontra-se desativado, mas está prestes a retornar como um *site* com a ajuda da Agência Palafita. Além de retornar com seu antigo conteúdo, o objetivo também é oferecer cursos de formação. Gizele integra a Frente de Mobilização da Maré, criada durante a pande-



dores da favela. Entre eles, estão o Batendo Laje, uma espécie de telejornal com bastante descontração; e o “Brota”, que apresenta as melhores opções gastronômicas para se comer no Parque União. Durante a pandemia de Covid-19, o programa “Batendo Laje” trouxe muita informação sobre o combate ao vírus. As publicações são feitas no Facebook e Instagram.



amareve Batendo a Laje -
Comunicação

Se comunicar é uma parada que a favela gosta, né não? E por isso, hoje lançamos o 3º episódio do #BatendoLaje sobre pandemia e comunicação. Porque o Batendo a Laje é isso: nosso lugar de trocar ideia sobre pandemia e vários outros assuntos. Hoje a @kadonaria e @raphaelvicente conversaram com o parceirão @raullantiago e tá incrível! Dá o play pra pegar a visão! Continuem ligadas(os) que semana que vem tem mais Batendo a Laje por aqui!



Favela em Foco

-  @favelaemfoco
-  @ColetivoFavelaEmFoco
-  www.favelaemfoco.wordpress.com
-  favelaemfoco@gmail.com

Trata-se de um coletivo multimídia, surgido em 2009, formado por fotógrafos oriundos de espaços populares que se propõem a atuar nas favelas cariocas, abordando questões relacionadas a elas, a maioria são moradores da Maré. O principal objetivo é descolonizar o olhar sobre a periferia, principalmente as visões construídas pelas mídias comerciais. O grupo procura documentar os diferentes costumes, cultura, arte, histórias e anseios da população favelada, assim como o descaso que sofrem por parte do poder público. Todo o material produzido é divulgado nas pla-



taformas multimídia do **Favela em Foco**, como o *site*, Facebook e Instagram. O grupo consegue patrocínio para projetos pontuais, através de editais e leis de incentivo, como no caso do curta documentário “Festa na Favela” (2020), que mostra toda a trajetória da torcida do Flamengo acompanhando o time na busca pelo segundo título da Libertadores em 2019.

TV Maré

Trata-se de uma experiência realizada entre 1989 e 1996. Começou como uma iniciativa de uma assistente social da Cáritas, entidade ligada à Arquidiocese do Rio de Janeiro, e envolveu a juventude de diversas comunidades do Complexo da Maré, formando uma espécie de conselho editorial. A estrutura de trabalho se dividia entre ir para a rua colher depoimentos, editar na sede da Cáritas e em seguida exibir o material numa televisão e videocassete no meio da rua para os moradores. Os assuntos variavam desde a feira, o comércio, o carterado, o futebol até os problemas, como habitação, falta de luz e água. A **TV Maré** foi precursora do Museu da Maré, devido ao trabalho que realizou para levantar a história da favela, cujo acervo está guardado no museu. Infelizmente devido à falta de financiamento a TV se extinguiu. Porém, a sua contribuição para a memória e cultura da favela permanece até hoje.

MUSEU DA MARÉ



COMUNICAÇÃO POPULAR ZONA OESTE

Jornal Abaixo-Assinado de Jacarepaguá

-  @jaajrj/
-  @jaajrj
-  <https://www.jaajrj.com.br/>
-  (21) 97246-2213 (chave PIX)

Jornal voltado para as demandas da baixada de Jacarepaguá, Zona Oeste, fundado por Almir Paulo, um veterano das lutas populares do Rio de Janeiro, que já presidiu a Federação das Associações de Moradores do Rio de Janeiro (Famerj) entre 1987 e 1989. O nome do jornal é uma alusão ao histórico de militância do grupo e de um de seus instrumentos de luta: “o que a gente mais fez na vida foi abaixo-assinado! Desde os 13, 14 anos, que eu faço abaixo-assinado”, afirma Almir. O jornal tem publicação mensal, a distribuição é feita de forma gratuita e a tiragem chega a 10 mil exemplares. O conteúdo também pode ser acessado no [site](https://www.jaajrj.com.br/).



Portal Comunitário da Cidade de Deus

-  @portalcomunitariocdd
-  @asvirei@gmail.com
-  (21) 99959-7229

É um portal inicialmente desenvolvido pelo Núcleo de Solidariedade Técnica (SOLTEC/UFRJ) que agregou diversas organizações da Cida-



de de Deus, além da assessoria de uma equipe de estudantes de jornalismo. Seu lançamento ocorreu em 18 de abril de 2009. A integração da comunidade da CDD com a comunicação popular deu origem a um curso, que resultou no jornal **A Notícia Por Quem Vive**, com participação do Núcleo Piratininga de Comunicação. Em 2014, por ação da Associação Semente da Vida – Cidade de Deus (ASVI-CDD), o portal passou por um processo de revitalização, pois estava parado. Desde então vem mantendo periodicidade de publicações, compartilhando notícias sobre as organizações da CDD.

Agência Lume - Rio das Pedras

🐦 @lume_rp

📷 @lume_rp

📘 @lumerp

🏠 www.agencialume.com





✉ info@agencialume.com

☎ (21) 99783-9604

A **Lume** é uma agência de comunicação independente formada por moradores, jornalistas e publicitários de Rio das Pedras. Todos os integrantes são jovens, como é o caso da editora-chefe e uma das fundadoras da agência, Fernanda Calé. Busca levar jornalismo sério e profissional com todas as informações dos bairros. Procura reafirmar a cultura local, fortalecendo os sentimentos de identidade e pertencimento, também preza pelos Direitos Humanos e o direito à informação. A Agência Lume utiliza a plataforma Catarse como meio de financiar suas atividades.



Conexões Periféricas - RP

-  @conexõesperifericasrp
-  @conexoesperifericasrp
-  perifericasrpc@gmail.com
-  (21) 97685-3466

É um coletivo formado por jovens moradores da favela de Rio das Pedras, Zona Oeste do Rio de Janeiro. O grupo usa o grafite, teatro e audiovisual como elementos de transformação social. O objetivo é conscientizar a juventude da região sobre o verdadeiro sentido da palavra comunidade, unindo também discussões sobre o mundo do trabalho e o espaço onde vive o trabalhador. O **Conexões Periféricas - RP** tem uma atuação ativa nas redes sociais, semanalmente organiza um programa no Facebook, no qual reúne sempre dirigentes sindicais, militantes e comunicadores populares para conversarem sobre luta e memória política.



CDD Acontece

-  @cddacontece
-  @CddAcontece
-  @cddacontece
-  www.cddacontece.com.br
-  cddacontece@gmail.com
-  (21) 98631-2827

Criado em agosto de 2011, pela jornalista Carla Siccós, o **CDD Acontece** tornou-se um dos principais veículos de comunicação comunitária da Cidade de Deus e bairros vizinhos. Nasceu com o objetivo de ampliar a voz do povo e fazer com que este exerça a sua cidadania, conhecendo seus direitos e deveres. O trabalho é realizado por comunicadores locais, jovens jornalistas da Cidade



de Deus e bairros vizinhos. A plataforma de atuação do CDD Acontece é através das mídias digitais, com a manutenção de um portal que conta com a enorme participação dos moradores da região, que enviam fotos ou vídeos sobre problemas que vivem através do Whatsapp. Inclusive, devido ao bom uso que o grupo faz do aplicativo, foi escolhido no ano de 2018 para receber uma visita da equipe do Whatsapp, o que resultou em um vídeo institucional. Atualmente, o CDD Acontece conta com uma lista de transmissão de quase 7 mil pessoas na mídia.



ENTROU PARA A HISTÓRIA

Jornal A Notícia Por Quem Vive

Um jornal que foi fruto do curso de Análise Crítica dos Meios de Comunicação, organizado pela SOLTEC/UFRJ em 2010. Cilene Regina foi a principal responsável pela continuidade do jornal. Moradora da Cidade de Deus, Cilene era servidora pública do Estado com formação em Serviço Social. Ela defendia que as comunidades mostrem suas caras, “É muito fácil quem não mora na comunidade dizer que aqui tem ladrão, usuário de drogas... Aqui mora muita gente boa. Tem muitos artistas vivendo no anonimato e muitas pessoas que se preocupam com o desenvolvimento da nossa cidade e, especialmente, da CDD”, afirmou. Cilene faleceu em 2016. Mesmo após muitas campanhas de financiamento, o jornal **A Notícia Por Quem Vive** encontra-se inativo.



COMUNICAÇÃO POPULAR BAIXADA FLUMINENSE

Voz da Baixada

 @vozdabaixada


 @vozdabaixada


O **Voz da Baixada** surgiu no ano de 2013, os responsáveis pelo projeto são jovens secundaristas do município de Duque de Caxias. Um dos principais objetivos do jornal é a construção da memória local, mostrando que a Baixada tem história para contar. O **Voz da Baixada** se divide entre o formato digital e impresso, sendo que, neste último, não tem uma regularidade nas publicações; podendo sair a cada dois ou três meses; e no número de tiragens. Isto se deve ao valor de doações que a equipe consegue levantar para a impressão do jornal, que oscila muito entre 100 tiragens ou menos.



Rádio Novos Rumos

 @NovosRumos987FM

 novosrumos987fm@gmail.com

 (21) 2663-0635




Criada em 1991 por ativistas, militantes do campo da comunicação popular, lideranças comunitárias e demais moradores da cidade de Queimados, situada na Baixada Fluminense. A **Novos Rumos** foi pioneira na sua estrutura de gestão participativa e democrática. O nascimento da rádio se entrelaça com o momento de fortalecimento da luta pela democratização da comunicação. A experiência das rádios comunitárias contribuiu muito para isso, sendo a “Novos

Rumos” uma das grandes referências, tanto que foi tema de teses e dissertações de pesquisadores do país. Também foi uma rádio que sofreu muitas perseguições, chegando a ser fechada e ter seus equipamentos apreendidos. No entanto, graças ao esforço da militância local, a rádio segue viva na sintonia 98,7 FM. O esforço entre moradores e integrantes da rádio ajuda também a custear o trabalho, assim como o patrocínio oriundo de alguns comerciantes da região.



Mate Com Angu

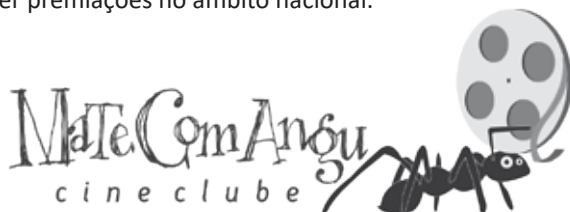
-  @matecomangu
-  @MateComAngu
-  www.matecomangu.org
-  contato@matecomangu.org







Um dos mais importantes cineclubes do Rio de Janeiro, situado no município de Duque de Caxias, Baixada Fluminense. Nasceu em 2002, a partir do desejo de provocar a produção e exibição do audiovisual e sua reverberação na realidade e no modo de vida da região. O nome faz alusão a uma escola de referência da cidade, que servia como merenda mate com angu, rendendo um apelido inicialmente pejorativo, mas que foi ressignificado por aqueles que lá estudaram como motivo de orgulho. O **Mate com Angu** atua em três frentes distintas, embora interligadas: exibições de filmes, preferencialmente curtas-metragens, em lugares fixos ou itinerantes de forma gratuita; discutir a produção audiovisual na Baixada Fluminense; incentivar a produção de filmes com a marca dos habitantes locais. O cineclubes tem servido



como uma verdadeira incubadora de apreciadores e também produtores cinematográficos da baixada. Muitas dessas produções que nascem em parceria com o “**Mate com Angu**” chegaram a receber premiações no âmbito nacional.



Vozes de Mesquita

-  @vozesdemesquita
-  @vozesdemesquit
-  www.vozesdemesquita.com.br
-  vozesdemesquita@gmail.com



Inicialmente, o que hoje é o *site* **Vozes de Mesquita** foi pensado como um fórum de movimentos da cidade de Mesquita, localizada na Baixada Fluminense. Devido às restrições impostas pela pandemia de Covid-19, a estratégia foi lançar um portal de notícias em novembro de 2020. Atualmente, um grupo de oito

pessoas fazem o trabalho acontecer, elas se dividem na busca de informações, escrita e postagem de matérias. O veículo

surgiu da necessidade de haver um

instrumento para a divulgação

das lutas sociais de Mesquita e

demais municípios da região,

além de ser um espaço entre

moradores e organizações

populares locais. Para o lançamento

do *site*, o grupo contou com uma

vaquinha, mas todo o resto do trabalho

é feito de forma voluntária. Os membros do

Vozes de Mesquita se reúnem

mensalmente, e recebem

indicações de pautas ou

sugestões por Whatsapp.



Rádio Ativa 98,7 FM

 @radioativafm98.7
 Rádio Ativa 98,7
 www.radioativa.net
 (21) 2673-0402



Situada na cidade de Duque de Caxias, a **Rádio Ativa** funciona na sintonia 98,7, mas também está nas principais plataformas digitais com sua programação diversificada voltada para a população local. Inicialmente, o veículo pertenceu a um ex-deputado do município, mas pode-se dizer que o seu verdadeiro nascimento foi em 1999, quando passou para as mãos de Nilson Venâncio, ex-prespo político. Venâncio, mais conhecido como Sr. Nilson, também fundou a Associação de Anistiados Políticos (Anapap), que por sua vez tinha uma ligação muito forte com a Rádio Ativa. Os vários movimentos sociais caxienses encontraram na emissora um espaço. Entre os programas da rádio, destaca-se o *Antenada*, apresentado pela jornalista Ana Leone, que traz uma série de convidados para debater políticas públicas sociais. Todos os colaboradores da **Ativa** atuam de forma voluntária, o veículo não conta com nenhum tipo de financiamento e recebia bastante ajuda de seu patrono, Nilson, já falecido.

ENTREVISTA COM  Antenada com na Leone

EMPREENDEORISMO AFRO

Rosilene Borges

FORMADA EM DIREITO PELA UERJ, EMPRESÁRIA SOCIAL, SÓCIA IDEALIZADORA DA PÍAGAS MODA, PRODUTORA DE MODA PRAIA EM TECIDOS AFROS EM ALGODÃO, IMPORTADOS, PARA OS PÚBLICOS AFRO E PLUS SIZE.



Suely de Souza

TÉCNICA ADMINISTRATIVA, EMPRESÁRIA SOCIAL, SÓCIA DA PÍAGAS MODA, PRODUTORA DE MODA PRAIA AFRO PARA OS PÚBLICOS AFRO E PLUS SIZE.



Antônio Zacarias Congo

EMPREENDEADOR DESDE 2010. FUNDADOR E IDEALIZADOR DA MARCA RAIZES AFRIKANAS E ATUA NA FEIRA DA GLÓRIA AOS DOMINGOS.



 10/07 (SÁB) ÀS 11H
TRANSMISSÃO  /RADIOATIVAFM98.7



ENTROU PARA A HISTÓRIA

Jornal Berro

Foi um dos principais jornais de resistência da década de 1970, ainda que seu tempo de vida tenha sido pequeno, circulando de dezembro de 1978 a dezembro de 1979. Uma importante experiência de comunicação da Baixada Fluminense, o **Berro** foi uma fusão dos impressos **Berro da Baixada** e **Arranco**, unindo moradores de favelas e movimento operário. Tinha tiragem de 3 mil exemplares e publicação mensal. A diversidade de integrantes na produção do jornal era tanta, que ele chegou ao interior do Rio de Janeiro, na região Sul-Fluminense. Segundo um dos seus criadores, Nilo Sérgio, o **Berro** pode ser definido como um jornal de “peão”. Metade do jornal cobria o movimento operário, a outra metade sobre as favelas e lutas por direitos nestes espaços. O **Berro** dava visibilidade aos demais jornais populares, não só noticiando suas existências, mas também replicando suas matérias.

O jornal aplicava uma linguagem direta, com uma pauta fiel aos interesses que se propunha representar e defender. Já no primeiro número dizia em suas manchetes e chamadas: Pela Faferj livre Mutirão Chapéu Mangueira dá o recado Juízes militares condenam quem defende movimento popular Em Volta Redonda metalúrgicos denunciam pelego Baixada: povo reivindica e prefeito se esconde. Chega de arrocho. **O Berro, janeiro de 1979 (coleção de Nilo Sérgio Gomes).**

Pra que nossa classe quer dinheiro Nós já ganhamos demais Três mil e setecentos cruzeiros E veja o que a gente faz Não como, não durmo Não paramos pra nada Rompendo as noites pelas madrugadas Levando o ouro para o patrão Andar de carro e comprar frescão Hó, Hó, Hó. **O Berro, janeiro de 1979 (coleção de Nilo Sérgio Gomes).**

COMUNICAÇÃO POPULAR NITERÓI E SÃO GONÇALO






Ainda não Pensei

 @jornal.comunitario.anp
 @jornalaindanaopensei

Este jornal comunitário foi fruto de uma oficina organizada pelo Paiol Cultural, um coletivo coordenado pela jornalista Jéssica Santos, ex-aluna do curso do NPC e atual colaboradora. O **Ainda Não Pensei** foi lançado em abril de 2013, com tiragem inicial de 500 exemplares. Ele procura refletir a realidade do Morro do Preventório, na Zona Sul da cidade de Niterói. A sua produção é feita por crianças e adolescentes da comunidade. Devido às dificuldades de financiamento, o impresso se manteve até 2015. Ao todo, quatro edições foram lançadas até este período. O conteúdo passa a ser divulgado exclusivamente pelas redes sociais. A partir de março de 2021, buscando recursos através de edital, a versão física retorna com tiragem de mil exemplares e distribuição a cada dois meses.



Agência Papa Goiaba

 @agenciapapagoiaba
 @agenciapapagoiaba
 <https://agenciapapagoiaba.wordpress.com/>
 agenciapapagoiaba@gmail.com
 (21) 99967-5557



O nome deste portal de comunicação brinca com o apelido dado àqueles que não são nascidos na capital do Rio. Por algum tempo “papagoiaba” designava especialmente o cidadão oriundo da



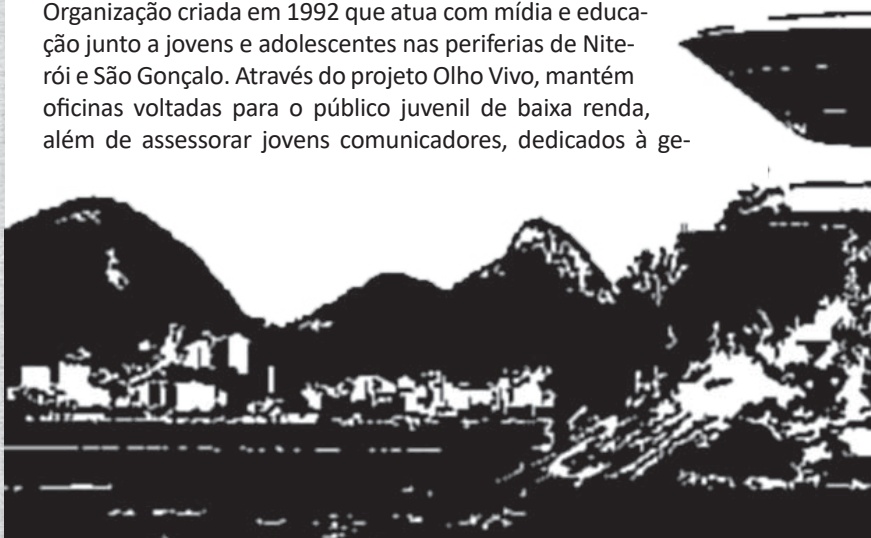
cidade de São Gonçalo. É com este espírito bem-humorado e popular que a jornalista Samara Oliveira e Romário Régis cobrem as pautas de educação e cultura, buscando dar visibilidade para o território gonçalense. As principais plataformas de atuação, além do *site* de notícias, são as mídias digitais, como Instagram e Facebook, nas quais as matérias são sempre atualizadas. Na linha editorial do portal há sempre um destaque para personalidades da cidade que fazem a diferença ou ganham projeção nacional. O trabalho é feito de forma voluntária.

Bem TV

-  @bem.tv
-  @bemtv.oficial
-  Bem TV
-  www.bemtv.org.br
-  bemtv@bemtv.org.br
-  (21) 3617-6184



Organização criada em 1992 que atua com mídia e educação junto a jovens e adolescentes nas periferias de Niterói e São Gonçalo. Através do projeto Olho Vivo, mantém oficinas voltadas para o público juvenil de baixa renda, além de assessorar jovens comunicadores, dedicados à ge-





ração de renda e ao desenvolvimento e manutenção de mídias alternativas. A Bem TV também realiza ações de integração com a escola pública visando o intercâmbio entre escolas públicas e organizações da sociedade civil com o intuito de aperfeiçoar tecnologias educacionais e incidir sobre políticas de educação. Como forma

de manutenção financeira do trabalho, foi criada a Bem TV Produções, uma espécie de empresa social que desenvolve a formação e prestação de serviços audiovisuais e novas mídias, cujo lucro é revertido para as ações sociais da organização.






Grotexto

Outra realização do coletivo Paio! Cultural, lançado em janeiro de 2013, contou com o envolvimento de moradores da comunidade da Grota, cidade de Niterói. O jornal teve apenas uma edição, lançada como uma experiência da oficina realizada pelo Paio! Cultural.



COMUNICAÇÃO POPULAR SUL FLUMINENSE

O Eco Jornal da Ilha Grande





-  @ecojornal
-  @Oecojornal
-  www.oecoilhagrande.com.br
-  oecojornal@gmail.com
-  (24) 3361-5094

Como o próprio nome anuncia, trata-se de um veículo da Ilha Grande, situado em Angra dos Reis, região Sul do Rio de Janeiro. É voltado para a ecologia, cultura, turismo e conta bastante com a participação dos moradores, que enviam e fazem relatos sobre determinada atividade, acontecimento ou evento. Os fundadores são Nelson Palma e Núbia Reis de Jesus. Mantém uma versão impressa com publicação mensal e tiragem de 5 mil exemplares. Conta com o apoio de comerciantes locais, e se coloca como um jornal lido pelo mundo todo, devido à circulação de turistas estrangeiros que acabam por receber o jornal em mãos. Se notabilizou por ser um celeiro de novos jornalistas, já que costuma dar muitas oportunidades para jovens profissionais de imprensa em formação. Ativistas da ilha ajudam a dar cara ao jornal.





Pavio Curto 21

-  @acendaopavio
-  @paviocurto21
-  TV Pavio Curto
-  www.paviocurto21.blogspot.com



Trata-se de uma iniciativa da cidade de Volta Redonda, região Sul-Fluminense, encabeçada pelo jornalista Álvaro Britto e Andreza Gil, e também pelos cartunistas Clovis Lima e Cristóvão Villela. A ideia é ser um veículo que discuta política de uma forma bem-humorada, com muita arte e cultura. Houve mais de uma tentativa de fazer o projeto emplacar, sempre através do formato impresso. A primeira ocorreu em 2001, a edição zero contou com 2 mil exemplares. Depois houve tentativas nos anos de 2013 e 2017, com tiragens ainda maiores entre 4 e 5 mil exemplares. Infelizmente as dificuldades com captação de recursos fizeram o projeto ser interrompido em todas estas ocasiões. Ainda de acordo com Álvaro, havia o problema de que muitas bancas da região boicotavam sistematicamente jornais alternativos, “colocavam os exemplares posicionados atrás de todos os demais, com pouca chance de visualização”, afirma. Em 2021, o **Pavio Curto 21** voltou em plataforma digital, envolvendo integrantes de diversos movimentos sociais, como sem terra (MST), LGBTQI+, sindicatos, indígenas e negros. Para o financiamento há ideia do projeto Amigos do Pavio, a fim de reunir entidades que custeiam o trabalho, além da realização de uma vaquinha virtual.

OUTRA COMUNICAÇÃO É POSSÍVEL

Portal Favelas

-  @portalfavelas
-  @portalfavelas
-  TV Portal Favelas
-  www.portalfavelas.com
-  portalfavelas@gmail.com



O **Portal Favelas** é um projeto que vinha lentamente sendo gestado, mas o início da pandemia de coronavírus em 2020 acelerou o seu lançamento, principalmente devido à necessidade de informar os moradores de favelas com uma linguagem acessível sobre os devidos cuidados sanitários. O portal visa unificar as diversas experiências de comunicação periférica do Rio e demais estados, ao mesmo tempo busca formar núcleos de comunicação nas favelas. Fazem parte dele comunicadores populares de diversas comunidades do Rio, assim como líderes de movimentos sociais. Muito

embora, o portal tenha na figura de Rumba Gabriel, morador do Jacarezinho, seu principal articulador. Uma das atrações da plataforma é a **TV Portal Favelas** no Youtube, que conta com vários programas e debates sobre política e cultura, além da participação de grandes personalidades das mais diversas áreas. O financiamento do Portal Favelas é através de doações dos moradores, além do patrocínio de comerciantes locais.



Vozes das Comunidades







 vozesdascomunidades.org

Fruto do Curso de Comunicação Popular do Núcleo Piratininga de Comunicação (NPC), criado em 2004 pela jornalista e historiadora Claudia Santiago, jornal impresso **Vozes das Comunidades** circulou pela primeira vez em setembro do mesmo ano. Anualmente, é produzido como um exercício final do curso. Os alunos utilizam as ferramentas adquiridas durante as aulas para produzirem suas próprias pautas, que são definidas pela turma. Com uma tiragem de 3 a 5 mil exemplares e um número de páginas variando entre 12 e 16, o jornal é distribuído todo dia 7 de setembro durante o “Grito dos Excluídos”, na Avenida Presidente Vargas, centro do Rio.

Os alunos do curso são oriundos de diversas áreas da cidade, e são incentivados a desenvolver uma linguagem que fale aos trabalhadores e moradores das periferias. Isto também influencia nos temas e editoriais que são publicados no jornal, como moradia, segurança pública, educação, cultura e o cotidiano das favelas do Rio. Em 2020 o jornal não circulou pela primeira vez desde que foi criado.



Agência de Notícias das Favelas e Jornal A Voz da Favela:

-  @noticiasfavelas
-  @agenciadenoticiasdasfavelas
-  @agenciadenoticiasdasfavelas / @jornalavozdafavela
-  www.anf.org.br
-  contato@anf.org.br
-  (21) 98177-7167

A **Agência de Notícias de Favelas** é uma criação do jornalista André Fernandes. Ela surge em 2001 com a missão de estimular a integração e a troca de informações entre as favelas, e também com a finalidade de melhorar, por meio da formação de uma grande rede de colaboradores, a qualidade de vida do povo. Conta com a participação de moradores e ativistas comunitários na execução de projetos culturais, produção de conteúdos para mídias digitais e do seu principal carro-chefe, o jornal impresso **A Voz da Favela**. Criado em 2009, o jornal circula tanto no Rio como em Salvador. A tiragem atual chega a 100 mil exemplares, e é distribuída mensalmente pelas ruas da cidade, e conta com uma contribuição voluntária do leitor, que é repassada



integralmente aos distribuidores. O custeio do jornal é através de plataformas de financiamento coletivo, além de alguns patrocínios comerciais. O veículo desenvolveu o seu próprio manual de redação e estilo, sendo uma das primeiras mídias independentes a fazer isso.

Favela em Pauta

 @favelaempauta
 @favelaempauta
 @favelaempauta
 www.favelaempauta.com
 contato@favelaempauta



O **Favela em Pauta** é resultado da experiência de três jornalistas do Rio na cobertura dos impactos das Olimpíadas de 2016 nas favelas da cidade para o jornal britânico The Guardian. De longe dos eventos esportivos, Michel Silva (Rocinha), Daiene Mendes (Complexo do Alemão) e Thais Cavalcanti (Complexo da Maré) mostraram de dentro de suas favelas uma outra realidade. O projeto foi encerrado em 2017 e, em seguida, foi criado o **Favela em Pauta** para a continuidade da produção de conteúdos sobre os territórios. A prática do grupo propõe a junção de jornalismo de dados e jornalismo comunitário para a produção e publicação de reportagens aprofundadas. Além de atuar como forma de oposição às versões da mídia comercial, o Favela em Pauta visa dar espaço a jornalistas favelados.



O Favelão





 pastorfavela@yahoo.com
 (21) 2292-3132

Jornal fundado pela Pastoral de Favelas em 1981 com a finalidade de denunciar as remoções, falar de cultura e a violência policial. Foi um importante veículo dos movimentos de favelas e comunicadores populares, che-



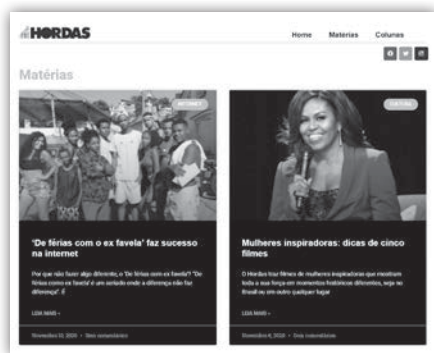
gando a uma tiragem de 3 mil exemplares. Mesmo com a facilidade de acesso à informação dos meios digitais, **O Favelão** procura continuar com o formato impresso, pois muitos moradores de favelas não têm aparelhos eletrônicos. Não se sabe ao certo o número de tiragens na atualidade.

Hordas





-  @hordas.com.br
-  @hordas.com.br
-  www.hordas.com.br
-  comunicacao@hordas.com.br

Portal que tem como objetivo reverberar as vozes das favelas, periferias e movimentos da sociedade que trazem inovação e transformação. O **Hordas** é uma iniciativa da jornalista e fotógrafa Jacqueline Fernandes, que o classifica como uma experiência de

comunicação “das margens para as margens e para o resto do mundo”. Temáticas ligadas à cultura nas favelas são as principais pautas do portal, também recebe muitas sugestões do público que acompanha, sobretudo jovens. A plataforma de notícias existe desde 2019, e atua como um trabalho voluntário, sem custos.



Bombozila

-  @bombozila
-  @bombozila
-  www.bombozila.com
-  bombozila@gmail.com

Durante as Olimpíadas 2016 do Rio de Janeiro, um grupo de jornalistas e midiativistas de toda a América Latina se uniram para documentar todos os abusos cometidos antes e durante o megae-

vento. Desta experiência surge a rede de comunicadores Território Audiovisual, que rendeu uma série de produções sobre o impacto dos jogos no Rio. A fim de criar um espaço onde estas produções possam ser arquivadas e disponibilizadas, o grupo criou a plataforma digital de vídeos **Bombozila**, sob a responsabilidade dos jornalistas Vitor Ribeiro e Sabina Alvez. A ideia do projeto cresceu e tornou-se um repositório de documentários sobre as lutas sociais na América Latina. O coletivo que organiza o **Bombozila** também realiza oficinas, mostras, elaborações de materiais educativos, com a missão de fortalecer a democratização da comunicação e promover a soberania audiovisual de comunidades e movimentos sociais. Atualmente a plataforma do Bombozila possui cerca de 600 filmes em seu catálogo, e pode ser acessada livremente. Os custos são mantidos através de contribuições voluntárias do público, financiamento coletivo, parcerias com universidades e organizações da sociedade civil, além da venda de produtos como camisetas e pôsters.



Jornal Voz das Comunidades (JVC)

🏠 jornalvozascomunidadesjvc.blogspot.com

@ jvc.jvj@gmail.com

☎ (75) 3622-4384

📞 (21) 96576-0263 / (75) 8205-2177

O Jornal **Voz das Comunidades (JVC)** é uma experiência que nasce inicialmente em Recife (PE) e Feira de Santana (BA) em 2006, no mesmo ano chega ao Rio de Janeiro. Está presente em quase todos os demais estados brasileiros. O jornal é lançado de qua-

pendências do Observatório de Favelas, em parceria com a Escola de Dados. Atualmente caminha com as próprias pernas e trabalha em três eixos diferentes: jornalismo, formação e monitoramento e geração de dados. A equipe é formada por jovens de origem popular que acreditam no futuro democrático a partir de narrativas dissonantes e diversas. Através de parcerias com empresas e a realização de algumas consultorias de comunicação, o **Data Labe** consegue a manutenção do seu trabalho.



Lab Jaca

-  @labjaca
-  @LabJaca
-  www.labjaca.com
-  contatolabjaca@gmail.com

O contexto de pandemia da Covid-19 em 2020 impulsionou diferentes iniciativas em favelas do Rio de Janeiro que realizaram ações de solidariedade e de conscientização. Uma delas é o **Lab Jaca** que atua no Jacarezinho, Zona Norte. A equipe é formada por 13 jovens, dentre eles Bruno Souza, coordenador de comunicação que conta

com a contribuição de mais dois colegas e outros parceiros para criar conteúdo e divulgar as ações do grupo. Com o objetivo de criar uma agência de comunicação na comunidade, os jovens se juntaram em ações de solidariedade com distribuição de cestas básicas e kits de higiene. Além disso, rodaram as ruas com carros de som e penduraram faixas de conscientização sobre a doença.

Como Andá a Luz no Jacarezinho?

Esta pesquisa faz parte de uma série sobre justiça e eficiência energética nas favelas do Rio. Para contribuir com esta pauta, clique aqui.

Por: Bruno Sousa e Thiago Nascimento.

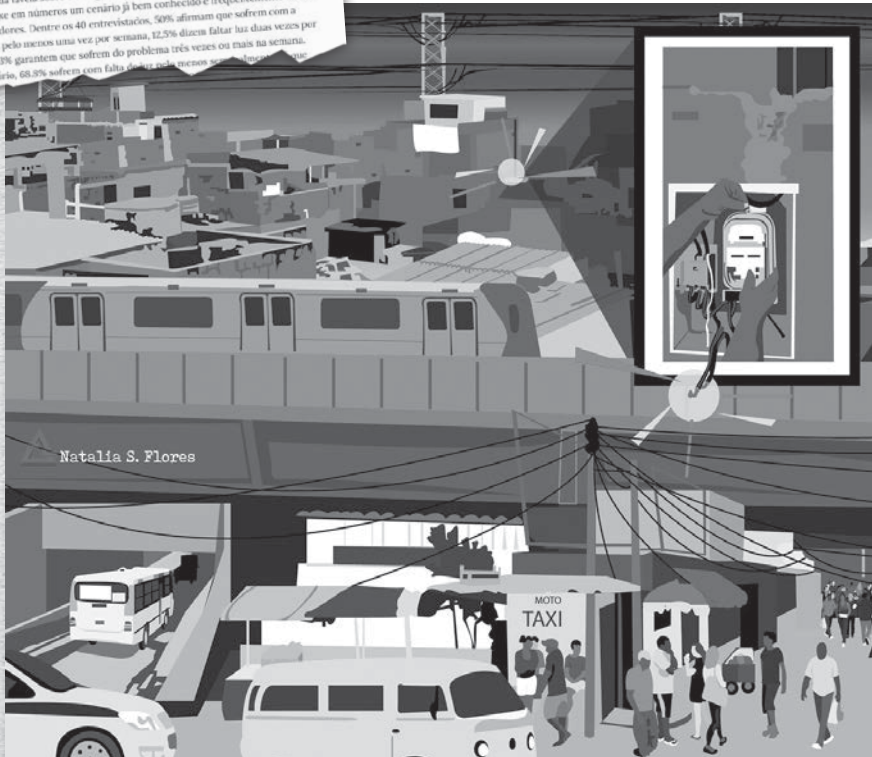
Os problemas com energia elétrica nas favelas são crônicos e vêm desde o seu surgimento. O Estado falha ao entregar um serviço de baixa qualidade, e moradores – com investimentos – acabam sobrecarregando as redes e com isso toda a população das favelas sofre. São dias sem energia em suas casas, alimentos e eletrodomésticos queimados e segundo os moradores, tudo isso piora no verão.



Foto: Gerardo

Um levantamento* de dados foi realizado entre 4 e 24 de março pelo Laboratório de Dados e Narrativas na Favela do Jacarezinho (LabJaca) sobre a percepção de moradores da favela sobre a energia elétrica. A pesquisa no Jacarezinho, Zona Norte, trouxe em números um cenário já bem conhecido e frequentemente falado pelos moradores. Dentre os 40 entrevistados, 50% afirmam que sofrem com a falta de luz pelo menos uma vez por semana, 12,5% dizem faltar luz duas vezes por semana, 6,3% garantem que sofrem do problema três vezes ou mais na semana. Neste cenário, 68,8% sofrem com falta de luz pelo menos uma vez por semana.

Na rua, o **Lab Jaca** percebeu que os dados oficiais quanto às contaminações na favela não pareciam reais, e decidiram distribuir um formulário, junto com as doações, para dar início a uma pesquisa de dados. Perceberam, então, que havia uma subnotificação do Estado. Segundo Bruno, “a partir destes questionamentos começamos a nos reunir em torno de pesquisas em dados”. E divulgar, via redes sociais, conteúdos didáticos, produzidos em audiovisual, cards e legendas, para que a co-



Natalia S. Flores

munidade tenha acesso a dados conferidos por eles. Dentre eles, em junho de 2021, um *card* compara os preços dos materiais usados em operações policiais como caveirão com políticas públicas básicas, como auxílio emergencial, questionando quais são as prioridades do Estado no Jacarezinho. Já foram produzidos dados sobre covid, segurança pública e energia elétrica.

Os jovens do Jacarezinho são os mais impactados pelo grupo, porém toda a comunidade os conhece e acompanha suas ações cotidianamente. Não há jornal impresso, devido a falta de recurso. Via redes sociais (Facebook, Twitter e Instagram), eles escolheram a linguagem do audiovisual como carro chefe, “pois entendemos que a grande maioria da população do jacarezinho é analfabeta”. Após a chacina da comunidade que matou 28 jovens, foi realizado um “grafitaço”, que reuniu mais de 30 grafiteiros de todo o Brasil e pintaram muros marcados por balas. O grupo pretende, após a pandemia, realizar mais uma edição desta ação junto com um sonho de realizar um Festival de Cultura.



COMUNICAÇÃO

Para uma grande parcela de trabalhadores, a vida mudou para pior nos últimos 50 anos. Foram afetados pelas mudanças no mundo do trabalho, pela informatização, pelo desmonte da legislação trabalhista, pelo enfraquecimento dos sindicatos. Muitos foram convencidos de que era bom ser demitido e virar empreendedor, mesmo que o empreendimento fosse um carrinho para vender cachorro-quente. Os que nasceram a partir da segunda metade de 1990 já entraram no mercado de trabalho



SINDICAL

como patrão de si mesmos. São microempreendedores individuais (MEI), sem direito a nada. São os trabalhadores das plataformas; mas não só. Em todas, ou quase todas as categorias, essa passou a ser a forma de contratação. A maioria só verá carteiras de trabalho nos museus. O único direito é o de trabalhar muito. Enquanto alguns diziam: “Adeus, Lênin”; outros diziam: “Adeus, férias”.

Direitos conquistados pela classe trabalhadora nos séculos XIX e XX foram varridos, apagando assim os resquícios do Estado de bem-estar social que havia prevalecido em parte do mundo no pós-guerra. O neoliberalismo, esse programa tão cruel, tem os sindicatos como um de seus inimigos. Portanto, como meta, o enfraquecimento dos sindicatos.

No Brasil, o neoliberalismo encontrou um sindicalismo forte e bem articulado em todo o país. De 1978 a 1990, o Brasil foi o campeão de greves no mundo. Houve luta contra o desmonte do Estado e contra a desmoralização dos servidores. Houve luta contra as privatizações. Houve luta contra a reforma da Previdência e contra a retirada de direitos dos acordos coletivos. Lutas dos trabalhadores da saúde, da educação, dos servidores públicos, bancários, petroleiros.

Quem mais denunciou o projeto neoliberal de FHC, Malan e Cia foi a comunicação sindical com seus milhões de jornais regulares — diários, bissetemanais, semanais, quinzenais ou mensais. Na década de 1990, nos sindicatos filiados à CUT, havia seis jornais sindicais diários com uma tiragem semanal de 600 mil exemplares. Isto representava um poder de fogo tremendo dos que ousaram, com essa comunicação, disputar hegemonia na sociedade.

A comunicação sindical hoje enfrenta vários desafios: a pandemia, as reformas trabalhista, administrativa e previdenciária, as mudanças na forma como as pessoas se comunicam, o governo Bol-

sonaro... e a fome. De acordo com dados de diversas instituições, entre elas, a Rede Brasileira de Pesquisa em Soberania e Segurança Alimentar, mais de 19 milhões de pessoas passam fome hoje no Brasil. A Proposta de Emenda à Constituição 32/2020 altera a organização da administração pública direta e indireta de qualquer dos poderes da União, dos estados, do Distrito Federal e dos municípios. Um dos pontos é o fim da estabilidade no serviço público. O ingresso no serviço público não será mais obrigatoriamente por concurso. O fim da estabilidade enfraquece a organização coletiva dos trabalhadores.

A reforma trabalhista feita pelo governo Michel Temer, que já foi aprovada pela Câmara e aguarda votação no Senado estabelece:

- Trabalho sem direito a férias, nem ao 13º salário;
- Trabalho sem carteira assinada;
- Trabalho sem horas extras;
- Aumento da jornada de trabalho, e por aí vai.

A comunicação sindical precisa o mais rápido possível passar por uma revolução para acompanhar os novos tempos. Nossas estruturas não comportam o que temos pela frente. É preciso ser ágil na comunicação e presente na vida dos trabalhadores nos locais de trabalho e de moradia. Usar todos os meios de falar para milhões: o panfleto nas ruas, os carros de som nos bairros, os jornais nos movimentos, na casa das pessoas. Usar velhas e novas formas de nos comunicarmos, sabendo que, como nos ensinou o tão citado Antonio Gramsci, “o velho mundo agoniza, um novo mundo tarda



a nascer e, nesse claro-escuro, irrompem os monstros”. Ovos das serpentes andam pocando por aqui. O cenário é de campo minado. Em entrevista a Borja Hermoso para o jornal *El País*, em 1o de julho de 2021, o escritor, professor e filósofo tunisiano Pierre Lévy afirmou: “(...) Apple, Google, Microsoft, Amazon, Facebook etc. viraram novas formas de Estado. Eu chamo isso de Estado-plataforma. Provavelmente acabarão desenvolvendo suas próprias moedas; já contam com métodos de reconhecimento de identidades mais precisos que os dos próprios governos; já regulam a opinião pública, porque são elas que dominam as redes sociais onde as pessoas se expressam, então se decidem censurar algo censuram e ponto, e se decidem valorizar algo acima do resto, também. Têm um poder ilimitado”.

Além das plataformas, os engenheiros do caos, para usar o título do livro de Giuliano da Empoli (2019, Editora Vestígio), circulam pelo mundo disseminando medo e influenciando a política. Como diz um trecho do livro “(...) É a história de Dominic Cummings, diretor da campanha do Brexit, que afirma: “Se você quer fazer progressos em política, não contrate *experts* ou comunicadores. É melhor utilizar os físicos”. Graças ao trabalho de uma equipe de cientistas de dados, Cummings pôde atingir milhões de eleitores indecisos, de cuja existência os adversários sequer supunham, e dirigir a eles exatamente as mensagens que precisavam receber, no momento certo, a fim de fazê-los pender a balança para o lado do Brexit.” Neste Almanaque, vamos ter uma ideia de como a comunicação sindical está enfrentando esses desafios.

Claudia Santiago



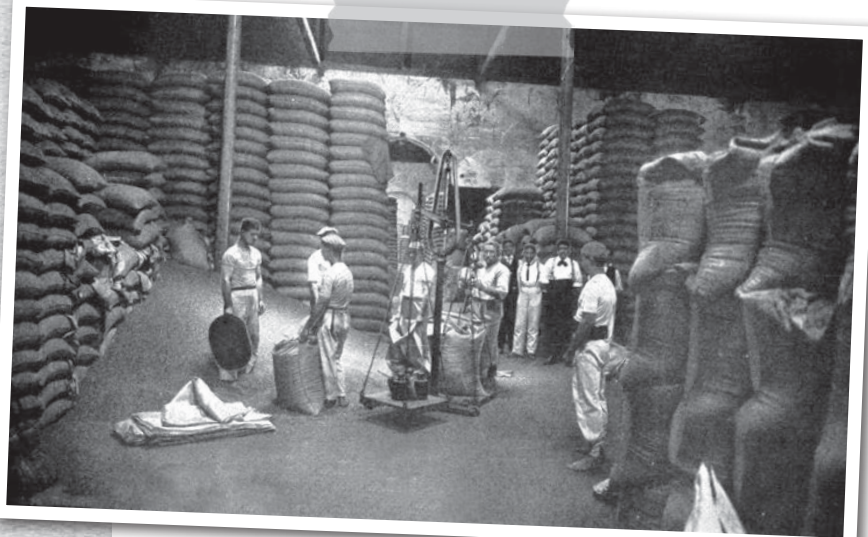
Sindicato dos Estivadores

 @SindicatodosEstivadoresdoRiodeJaneiro

 www.estiva-rj.com.br

A União dos Operários Estivadores nasceu a partir de uma grande greve operária ocorrida no Rio de Janeiro em 1903. O Sindicato dos Estivadores e Trabalhadores em Estiva de Minérios do Rio de Janeiro (Setem-RJ) foi o primeiro sindicato do Brasil. Fundado com o nome de Sociedade de Resistência dos Trabalhadores em Trapiçe e Café, durante a segunda década do século XX, praticamente 80% dos sócios eram pretos e pardos, e, por isso, a entidade ficou conhecida por Companhia dos Pretos.

Profundamente marcada pela origem de seus membros, a Resistência, como era conhecida, estava presente na vida comunitária e cultural de uma parcela dos negros cariocas, organizando e apoiando o rancho carnavalesco Recreio das Flores e, mais tarde, a escola de samba Império Serrano. Inclusive, a escola homenageou o Sindicato dos Estivadores em 2001, com seu enredo “O Rio corre pro Mar”, cujo samba dizia: “Sou Resistência, sou Império, sim senhor! E assim nasceu a Estiva, o primeiro sindicato do Brasil”. O Sindicato sempre atuou como vanguarda na história do movimento operário, tanto nas greves da primeira década do século



passado, como na luta contra o fascismo, durante o Estado Novo, ou contra a ditadura militar, após o golpe de 1964. Atualmente, na base da categoria estão 600 estivadores entre os “avulsos”, sem vínculo empregatício, e os com vínculo empregatício. Sindicalizados são todos os “avulsos” e uma média de 80% dos vinculados.





Os principais meios para se comunicar são o aplicativo Whatsapp, a página no Facebook, com 1.278 seguidores, e *site* do Sindicato. O Whatsapp, com maior peso, é utilizado para atender as demandas entre os diretores e a categoria. Já Facebook e *site*, são plataformas utilizadas para divulgar ações, deliberações tiradas em assembleia e registrar acordos coletivos da categoria.

Por escolha política, a equipe que elabora os conteúdos é formada pelos próprios diretores do Setem. Um especialista em TI, contratado pelo sindicato, gerencia as redes sociais e os aplicativos através dos quais são realizadas as assembleias virtuais.

O Sindicato não publica material impresso. De acordo com Ernani Florencio Duarte, há um “desafio para produzi-los devido à contenção de despesas”. Durante a pandemia, quando foi preciso ousar e se adequar aos meios digitais, as assembleias passaram a ser virtuais e depois de um tempo aderiu-se ao formato híbrido, ou seja, parte da categoria pode participar presencialmente e parte no espaço virtual.

Sindicato dos Comerciantes

 @comerciariosj
 www.secrj.org.br

Com mais de um século de existência, fundada por 40 trabalhadores do comércio, a entidade surgiu com o nome de União dos Empregados do Comércio em 29 de julho de 1908, quando as reuniões ainda eram secretas para evitar represálias dos patrões. A redução da jornada de trabalho foi uma das mais im-



portantes vitórias conquistadas pelo Sindicato dos Comerciários, que junto com outras categorias como as dos gráficos, ferroviários e tecelões, conseguiram reduzi-la de 16 para 12 horas em 1922!

Até 1940, a entidade cresceu e se fortaleceu, tornando-se um dos maiores sindicatos da América Latina. Mas em 1966 a ditadura interveio no Sindicato, cassando sua diretoria e nomeando um interventor, Luizant Mata Roma, que permaneceu à frente da entidade por quatro décadas, alinhando a política sindical aos interesses dos patrões, além de arruinar a estrutura e patrimônio do

Sindicato. “Após sua morte, em 2006, Luizant foi sucedido pelo próprio filho, Otton Mata Roma, que prosseguiu com desmantelamento da entidade. Finalmente, em 2014, quase meio século após a primeira intervenção, a Justiça do Trabalho intervém mais uma vez, agora para expulsar os Mata Roma, que haviam transformado o Sindicato em um negócio de família, deixando um rombo de R\$ 99 milhões nas contas da entidade”, de acordo com informações do sindicato. No ano seguinte, são realizadas elei-

ções democráticas e o Sindicato dos Comerciários volta a ser dirigido por uma diretoria formada por trabalhadores no comércio comprometidos com a defesa da categoria, que conta com uma base de 300 mil trabalhadores, dos quais 7 mil são filiados.

A equipe de comunicação do Sindicato é composta por sete pessoas: a diretora de Comunicação e Imprensa, dois jornalistas, um analista de mídias digitais, um estagiário de mídias digitais e dois designers.

Hoje, a comunicação com a categoria se dá através do meio digital, da Internet, e sua principal ferramenta são as redes sociais, principalmente o Facebook, conforme conta Tânia Herthal, diretora de Comunicação e Imprensa: “Temos 85.917 mil seguidores na página. Divulgamos nosso conteúdo diariamente nas redes e é por ela que recebemos muitas denúncias. Em seguida, exploramos muito o WhatsApp, temos diversos grupos de todos os

A crise política, a Operação Lava Jato e os trabalhadores
Construindo a Nossa Opinião

Debatedores:

Eugênio Aragão
Vice-procurador da República e ex-ministro da justiça de Dilma

Jandira Feghali
Deputada Federal PCdoB/RJ (a confirmar)

Moderador:
Marcio Ayer
Presidente do Sindicato dos Comerciários do Rio de Janeiro

Dia 26/5
(sexta-feira) **17h**

Sindicato dos Comerciários
Rua André Cavalcanti, 33 / 2º andar

SINDICATO DOS COMERCÍARIOS
R. André Cavalcanti, 33 - 2º andar


Facebook/ComerciáriosRJ

segmentos do comércio”. A entidade também possui uma conta no Instagram, com centenas de publicações e 1.726 seguidores, através da qual os comerciários recebem informes, convocações e orientações caso necessitem de atendimento jurídico ou fazer denúncias. No *site* do Sindicato, o comerciário tem acesso a notícias, vídeos, publicações, editais etc.

O **Jornal do Comerciário** deixou de ser publicado desde 2020 por conta da pandemia. Sua tiragem dependia de qual segmento estava direcionada a edição. “Não havia periodicidade nem tiragem fixas, pois atendemos a 28 segmentos de comércio e tudo dependia do segmento a que estava direcionada a edição do jornal”, explica Tânia, acrescentando que assim que for possível fazer sua distribuição o jornal voltará a circular.

Sindicato dos Jornalistas do RJ

 @jornalistas_rio

 *Sindicato dos Jornalistas do Município do Rio de Janeiro*

 www.jornalistas.org.br

O Sindicato dos Jornalistas do Município do Rio de Janeiro (SJM RJ) foi criado em 1925 e teve em seu quadro de filiados grandes nomes como Dorival Caymmi e Clarice Lispector. Nos últimos anos, no entanto, o órgão tem enfrentado grandes dificuldades para se manter vivo. Rosa Leal, diretora de Relações Institucionais e Combate às Opressões, conta que “o número de sócios ativos é pequeno e a inadimplência é enorme”.

Além disso, muitos dos filiados estão aposentados e estes são isentos da contribuição. A entidade representa uma base de 15 mil profissionais, dos quais apenas 1.500 são filiados, ou seja, somente 10% da categoria. Atualmente, o sindicato não possui equipe de comunicação e todo o trabalho da área é realizado pela própria diretoria. Segundo Rosa Leal, “há uma







diretoria de comunicação, mas as atividades são feitas de forma conjunta”. Hoje, o Sindicato não possui jornal impresso e nem um informativo digital, concentrando nas mídias sociais e no *site* a sua comunicação com a categoria e com a sociedade.

A entidade possui perfil no Facebook, com 496 seguidores, e conta no Instagram, com 1.580 seguidores e 229 publicações, onde divulga notícias e informes e também organiza *lives* quinzenais. O material publicado no *site* é replicado nas redes sociais e enviado por mailing. Para facilitar a comunicação com os filiados, a entidade mantém grupos no Whatsapp organizados por empresa empregadora. De acordo com Rosa Leal, a contensão de despesas do Sindicato levou à suspensão dos materiais impressos, incluindo a revista Lide, uma publicação bimestral que “era uma referência para os jornalistas”.

Sindicato dos Bancários do Rio de Janeiro

-  @bancariosrio
-  www.bancariosrio.org.br

O Sindicato dos Bancários RJ foi fundado em 1929 como Associação dos Funcionários de Bancos do Rio de Janeiro. Em 1930, transformou-se em Federação dos Bancários do Brasil e é apenas em 1931, com a Lei de Sindicalização decretada pelo Governo



Federal, que se tornará de fato um sindicato. Em seu *site*, na seção História, é possível conhecer toda a trajetória do Sindicato dos Bancários-RJ: sua criação, resistência e intervenção militar em 1964 até os dias de hoje. Sua base é de 24 mil bancários, dos quais 12.500 são associados. Esses números são alterados rapidamente em função do processo de demissões e fechamento de agências físicas.

Desde sua fundação em 1930, circula o **Jornal Bancário**, veículo de comunicação com a categoria. Segundo o jornalista Carlos Vasconcellos, editor do jornal, “apesar da presença cada vez maior dos novos meios tecnológicos na comunicação sindical, o jornal impresso ainda tem uma função fundamental”. Isto porque, sendo distribuídos nas agências onde trabalham, os bancários têm maior facilidade de ter em mãos informações sobre a luta da categoria. Além disso, é através do jornal que a direção ouve a categoria, por meio de questionários incluídos, eventualmente, em suas edições.

O **Jornal Bancário** impresso já teve periodicidade diária e uma tiragem de cerca de 21 mil exemplares. Atualmente, uma edição semanal circula com 9 mil exemplares. Durante a pandemia, houve uma interrupção de sua circulação e um debate interno na direção do Sindicato sobre a continuidade da versão impressa. Este debate ainda não foi concluído e a impressão continua.



Sindicato dos Bancários do Rio de Janeiro



Outro importante instrumento de comunicação do Sindicato é o *site*, que oferece maior dinamismo no trato com as matérias em pauta e velocidade na circulação de informações, fazendo com que cada vez mais a categoria possa se aprofundar no que é importante de acordo com as suas reivindicações. Outros meios utilizados pelo Sindicato são as redes sociais: Facebook, Instagram e Twitter. O último é o mais importante e é também usado para campanhas sobre assuntos que envolvam toda a sociedade, tais como denúncias de fechamento de agências físicas e demissões em massa dos bancos privados durante a pandemia. “#QueVergonhaltaú” e “#QueVergonhaBradesco” são alguns desses temas. “O poder dessa rede

social tornou-se um grande incômodo para a imagem dos bancos e uma ferramenta poderosa de mobilização e informação para o movimento sindical”, explica Carlos Vasconcellos.

A equipe de comunicação, segundo o jornalista, foi reduzida ao longo dos anos. Há 20 anos, o setor contava com oito profissionais, todos com vínculo empregatício. Hoje são quatro: dois jornalistas, um editor, um redator e um diagramador, além do funcionário da recepção e, periodicamente, um estagiário. Via contratação como Pessoa Jurídica, há também um repórter fotográfico. Para gerenciar seus perfis no Facebook e Instagram, o Sindicato contratou uma agência, a Criar Brasil.

Sindicato dos Telefônicos

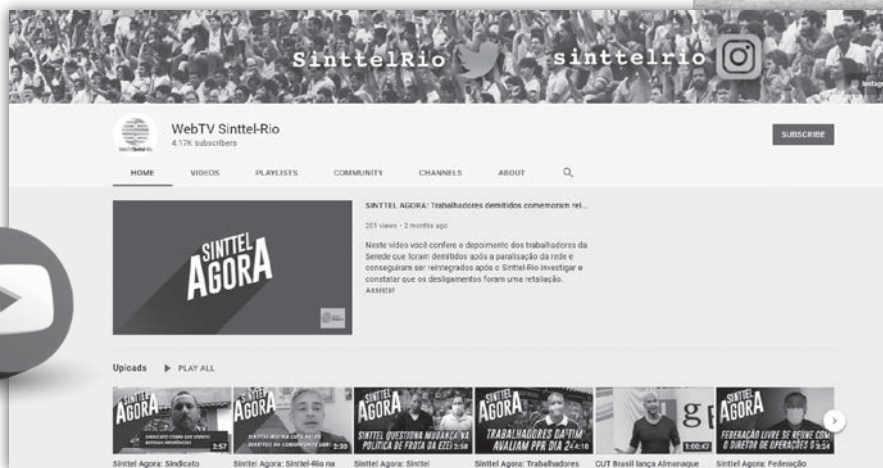
 @sinttelrio
 @Sinttel
 sinttelvideos
 www.sinttelrio.org.br

SinttelRio

O Sinttel-Rio surgiu do Centro Operário dos Empregados da Light e Companhias Associadas, fundado em 1926. Em 1930, o Centro foi desmembrado, dando origem ao Sindicato de Carris Urbanos. Em outubro daquele ano foi criada a Associação Profissional dos Trabalhadores em Empresas Telefônicas, que, em 1941, transformou-se em Sindicato dos Trabalhadores em Empresas Telefônicas do Rio de Janeiro.

Na década de 70, houve a fusão do Sindicato dos Telefônicos e do Sindicato dos Telegráficos passando a nova entidade se chamar





Sindicato dos Trabalhadores em Empresas de Telecomunicações e Operadores de Mesas Telefônicas do Estado da Guanabara e, em 1975, essa denominação foi alterada para Sindicato dos Trabalhadores em Telecomunicações e Operadores de Mesas Telefônicas do Município do Rio de Janeiro, Sinttel-MRJ. Mais tarde, com a fusão ao Sindicato dos Trabalhadores em Telecomunicação do Estado do Rio de Janeiro, o Sinttel-Rio passou a abranger todo o Estado com exceção de alguns municípios do norte do Rio de Janeiro, reunindo uma base de 30 mil trabalhadores, dos quais 12 mil são sindicalizados.

Quanto à comunicação, o Sinttel-Rio tem no Youtube seu principal veículo: seu canal, a WebTV Sinttel-Rio, com mais de dez anos no ar, conta com 4.140 inscritos e reúne milhares de vídeos, somando 805.784 visualizações. O canal apresenta 16 programas regulares, entre eles, Sinttel Agora, Mulheres no Comando, Saúde no Trabalho, Sinttel Responde, De Olho no Emprego, e muitos outros. O Sinttel-Rio tem também uma página no Facebook, com 1.361 seguidores, e contas no Twitter e Instagram, reunindo 1.939 seguidores e contando com 1.460 publicações.

O Instagram suscita uma boa resposta por parte dos membros do Sindicato, segundo Keila Machado, diretora de Comunicação. Keila conta, entretanto, que o **Jornal do Sinttel-Rio**, com periodicidade semanal, teve já há alguns anos a impressão suspensa — antes mesmo da pandemia — e passou a ser publicado no próprio *site* da entidade, devido aos altos custos de produção e distribuição.

Sindicato dos Engenheiros do RJ

-  @sengerj
-  @senge.rj
-  @senge.rj
-  SENGE RJ
-  www.sengerj.org.br



Criado em 1931, como Sindicato Nacional dos Engenheiros, representando a categoria de todo o país, a entidade torna-se, dez anos depois, Sindicato dos Engenheiros do Rio de Janeiro. Em 1972, passa a ser chamada de Sindicato dos Engenheiros do Estado da Guanabara e finalmente em 1978 torna-se de novo Sindicato dos Engenheiros no Estado do Rio de Janeiro (Senge-Rio), nome que usa até hoje. Sua base conta de 80 a 100 mil engenheiros, dos quais dez mil são sindicalizados.

As transformações ocorridas na comunicação sindical, com a utilização massiva ou quase exclusiva dos meios digitais, através da internet, precederam a pandemia no caso do Senge. O **Jornal do Engenheiro**, publicação mensal, com tiragem de 10 mil exemplares, deixou de circular desde 2018.

Para a organização e escolhas de pautas de comunicação, a jornalista Verônica Couto conta com a contribuição de um grupo





de trabalho (GT) de comunicação que se reúne toda semana. Nesse grupo estão alguns representantes da diretoria, um estagiário e uma empresa de marketing que atua no Instagram e produz as artes de divulgação. Os principais meios de comunicação externos são as redes sociais: Twitter, com 906 seguidores e 4.051 tweets; Instagram, com 524 seguidores e 469 publicações; Facebook, com 5.673 seguidores; e canal no Youtube.




Além disso, no *site* do sindicato estão disponíveis as edições digitalizadas do Jornal do Engenheiro de setembro de 2008 a dezembro de 2017; além de um acervo de publicações da entidade, como cartilhas, cadernos e cursos, e vídeos produzidos. O e-mail é utilizado para disparar avisos, propagandas de campanha da categoria, *links* das assembleias sindicais, entre outros. Internamente, os principais veículos são o Whatsapp e o Telegram, com diferentes grupos separados entre representantes da direção, GTs, base etc.

Com *lives* semanais, o Sindicato dos Engenheiros busca trazer um ambiente parecido com o que era vivido presencialmente pelos espaços do S.O.S Brasil Soberano. Em seu canal no Youtube, funcionando desde dezembro de 2011, o SENGE RJ, conta com 2.050 inscritos e 199.941 visualizações (!) de um repertório de cerca de 220 vídeos produzidos sobre temas de interesse da categoria. Antes da pandemia, o Sindicato promovia o cineclube Cinema de Resistência, com exhibições de filmes críticos, na sua sede. “Sinto muita falta dos eventos presenciais. Os simpósios e cineclubes eram espaços nos quais nos encontrávamos, podíamos tomar um café com a fonte, e as conversas tinham trocas políticas muito ricas”, relembra Verônica Couto.

Sindicato dos Bancários de Friburgo

 @nova_seeb

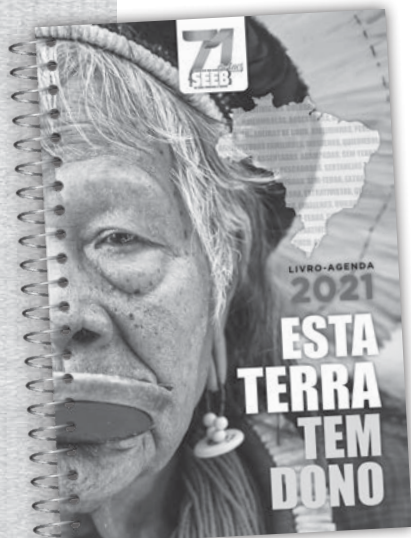
 *Sindicato dos Bancários Nova Friburgo*

 www.seeb-nf.blogspot.com

O Sindicato dos Empregados em Estabelecimentos Bancários de Nova Friburgo (SEEB), fundado em novembro de 1949, representa também os bancários de outros onze municípios: Bom Jardim, Cachoeiras de Macacu, Cantagalo, Carmo, Cordeiro, Duas Barras, Macuco, Santa Maria Madalena, São Sebastião do Alto, Sumidouro e Trajano de Moraes. De sua base somando quase 600 trabalhadores, o Sindicato conta com cerca de 500 filiados.



Eduardo Marchetti Alvarez, diretor de Imprensa, conta que, com o avanço da tecnologia digital e com a pandemia do novo coronavírus, a comunicação da entidade com membros e com a sociedade tem se dado exclusivamente através das redes sociais e de seu *site*. O Whatsapp e seus grupos são também outra ferramenta importante na divulgação de notícias e informes.



O jornal mensal **Atuação**, que tinha tiragem de 1.200 exemplares, deixou de circular desde o início da pandemia, mas voltará a circular desde que a situação sanitária volte à normalidade, afirma Marchetti, apontando para função de elo que representa o jornal impresso entre a diretoria do sindicato e sua base: “Com ele na mão, visitávamos todos os bancos e discutíamos a situação da classe com cada um de seus membros”. O SEEB não conta com jornalista em seus quadros de funcionários e contrata serviços avulsos de diagramação e fotografia quando necessita, estando a redação do material produzido a cargo da própria diretoria.

Federação dos Bancários do RJ e ES

-  @FetafrJES
-  @fetafrjjes
-  @FETRAF-RJ/ES
-  www.fetafrjjes.org.br



A Federação dos Bancários do Rio de Janeiro e Espírito Santo (FETRAF) foi fundada como parte um esforço coletivo de sindicalistas bancários de todo o país para a construção de uma entidade nacional. A legislação exige no mínimo três federações para formar uma confederação e cinco sindicatos para criar uma federação. Os sindicatos dos estados do Rio de Janeiro e Espírito Santo se reuniram numa única entidade, que foi fundada em maio de 1958. Atualmente, o órgão reúne sete sindicatos filiados.

A área de comunicação conta com dois trabalhadores, sendo apenas um jornalista e ambos não têm vínculo trabalhista. A Federação já chegou a ter um jornal impresso, que deixou de ser produzido há muitos anos, e hoje conta com os meios digitais para se comunicar com a categoria. Além do *site*, que reúne notícias produzidas pela FETRAF e pelos sindicatos filiados, a entidade também mantém página no Facebook; Instagram, com 263 seguidores e 161 publicações; e Twitter, com 166 seguidores e 328 tweets. Os informes publicados são enviados também por listas de transmissão no e-mail (newsletter) e no Whatsapp.



Sindicato dos Petroleiros do RJ

-  @sindipetro.rj
-  @sindipetro.rj
-  @sindipetro.rj
-  Sindipetro RJ
-  www.sindipetro.org.br

A Petrobrás foi instituída em 3 de outubro de 1953. O Sindicato dos Petroleiros do Rio de Janeiro (Sindipetro-RJ) foi fundado em março de 1959. Um ano antes, uma greve de funcionários da Refinaria de Manguinhos resultou na demissão de muitos petroleiros, mas acabou impulsionando a organização sindical da categoria.

Atualmente, a entidade representa cerca de 15 mil profissionais entre funcionários da Petrobrás e terceirizados do setor petrolífero no estado do Rio. Destes, seis mil estão filiados. A equipe de comunicação do Sindipetro conta com dois jornalistas contratados, além de duas empresas que operam a produção de vídeo, gestão das mídias sociais, planejamento de campanhas e desenvolvimento do *site*. A entidade mantém a impressão do



A pedido da direção da Petrobrás
Polícia do Rio de Janeiro
remove cerca de 400 famílias e
terreno abandonado da Petrobrás.

Boletim Sindipetro-RJ, com tiragem de 10 mil exemplares. Desde julho de 2017, o informativo substitui o antigo jornal **Surgente**, que era publicado desde os anos 1960.

Segundo André Lobão, jornalista do Sindicato, a circulação do impresso está temporariamente suspensa por causa da pandemia de Covid-19. Nesse período, a comunicação do Sindicato está concentrada nos meios digitais. Para se comunicar, o Sindipetro-RJ dispõe de seu *site* e das redes sociais, como Facebook, com 9.670 seguidores; Instagram, com 1.975 seguidores e 672 publicações; Twitter, com 28 seguidores mas sem nenhuma publicação; e Youtube, com 3.280 inscritos e 365.673 visualizações de um acervo com 976 vídeos disponíveis.

A produção de vídeos conta com a web TV Petroleira funcionando no canal do YouTube, onde também vai ao ar a Rádio Petroleira online. Algumas notícias e informes são também produzidos em vídeos e disponibilizados na **TV Petroleira**, que conta com o programa Giro Semanal, reunindo as principais informações da semana. O sindicato possui ainda listas de transmissão nos aplicativos Telegram e Whatsapp, meios considerados mais diretos de contato com os filiados, e ainda faz uso de mailing. Segundo André Lobão, as grandes coberturas de atos e mobilizações de rua do Sindicato fazem falta para o Núcleo de Comunicação do Sindipetro-RJ.



Sindicato dos Comerciários de Nova Iguaçu

 @sindconir

 @sindconir

 www.sindconir.org.br

O Sindicato dos Comerciários de Nova Iguaçu e Região (Sindconir) foi fundado em 1961, há meio século, e conta hoje com uma base de 30 mil trabalhadores, dos quais 5 mil são filiados. Ricardo Soares, jornalista do Sindicato desde 2018, garante que a entidade não se limita a usar apenas um meio de comunicação: “Mas nosso carro chefe segue sendo o jornal e o panfleto, pois entendemos que

temos um *feedback* na hora da entrega dessas matérias”, pondera, acrescentando: “Mesmo assim, nossa comunicação integra os meios digitais, que hoje estão nas mãos de qualquer trabalhador e trabalhadora via seus celulares”. O *site* é tido pela direção do sindicato como a plataforma digital “número 1”. Nele são publicadas matérias de lutas, ações do Sindconir na base e notícias de cunho institucional, como, por exemplo, matérias específicas do departamento jurídico.



As redes sociais também cumprem o papel de agitação e propaganda do Sindicato: a página no Facebook, com 9.131 seguidores em junho de 2021; e Instagram, com 173 seguidores e 191 publicações, servem para interagir com a categoria. “Nessas duas plataformas, usamos matérias diárias no âmbito das lutas da direção para alcançar êxito nos direitos trabalhistas, como também promovemos diálogo abordando temas políticos de âmbito nacional, sempre pegando o eixo de nossa central sindical, a CSP – Conlutas Central Sindical e Popular”, conta Ricardo Soares. Ademais, jornais, panfletos, “virais” e vídeos são publicados com grande periodicidade no Instagram e Facebook. Além disso, o Sindicato conta, desde dezembro de 2018, com um canal no YouTube, com 18 inscritos e 369 visualizações e 37 vídeos publicados. O WhatsApp, por sua vez, serve como ferramenta para que a mensagem chegue de forma instantânea ao público do Sindicato. As matérias que são publicadas nas redes sociais e no *site* também são divulgadas no WhatsApp através dos grupos criados.

O **Jornal dos Comerciantes** é publicado mensalmente, com tiragem de 7 mil



exemplares. “Mesmo na pandemia não paramos de fazer o jornal impresso. A direção, tomando todos os cuidados, foi à luta com o jornal em mãos!”, afirma Ricardo Soares. Para o jornalista, atualmente, por causa da crise, os sindicatos, em sua maioria, estão longe de ter grandes equipes de comunicação, contando com repórter, redator, fotógrafo, diagramador e *cameraman*. “Nos sindicatos por onde passei, sempre fui o único profissional na comunicação e esse não foge à regra. Pegamos o eixo do diretor responsável pela comunicação e colocamos a mão na massa: batemos o escanteio e corremos para fazer o gol de cabeça na área”, brinca. Por fim, Ricardo nos deixa o *link* de um texto que escreveu há alguns anos, falando exclusivamente da comunicação sindical: “Penso que ele servirá para responder algumas questões postas. Vou deixar também o curso que ministrei com um diretor de uma entidade sindical na cidade de Caruaru, Pernambuco, na qual fui assessor de comunicação por cerca de 13 anos”.

LINKS:

- **Imprensa sindical - breve resgate, desenvolvimento e desafios:** <http://sindecc.blogspot.com/2017/07/artigo-imprensa-sindical-breve-resgate.html>
- **Curso de Formação Sindical para a Diretoria do SINDECC:** <http://www.sindecc.org.br/sites/index.php/noticias/27-curso-de-formacao-sindical-para-a-diretoria-do-sindecc>

Sindicato dos Petroleiros de Duque de Caxias

- 🐦 @SindipetroCaxias
- 📷 @sindipetrocaxias
- 📘 @SindipetroCaxias
- 📺 SindipetroCaxias
- 🏠 www.sindipetrocaxias.org.br



Inaugurado em 1962, nove anos após a criação a Petrobrás, o Sindicato dos Petroleiros de Duque de Caxias (Sindipetro Caxias) representa os trabalhadores ativos, aposentados e pensionistas da Refinaria de Duque de Caxias, Terminal de Campos Elíseos e a Usina Termelétrica Governador Leonel Brizola, que compõem o parque petroquímico da região, além da Estação de Compressão do Vale do Paraíba,

em Arapeí, São Paulo. Estima-se uma base de três mil trabalhadores, dos quais 2.132 estão filiados ao Sindicato. No núcleo responsável pela comunicação trabalham uma jornalista e uma diagramadora, que são contratadas pelo Sindicato e têm carteira assinada. Mariana Bomfim, a jornalista, conta que os diretores colaboram eventualmente na produção de materiais como fotos, vídeos e até mesmo textos.

Um importante instrumento de comunicação do Sindicato com os trabalhadores é o boletim semanal, que costumava ser distribuído na porta das fábricas pela direção do órgão e também enviado aos trabalhadores no formato digital. Com a pandemia, o boletim deixou de ser impresso e hoje é publicado apenas virtualmente. O informativo é enviado por meio de listas de transmissão no Whatsapp, canal por onde também são enviadas outras notícias de caráter mais urgente. Segundo Mariana Bomfim, a suspensão do boletim já foi discutida algumas vezes, mas, para o Sindicato, o informe é “uma forma de contato com o trabalhador, além de ser um registro histórico”. Por isso, ele continua sendo editado.

Como instrumentos virtuais, o Sindipetro possui um *site* e também perfis nas redes sociais, como Instagram, com 1.819 seguidores e 2.085 publicações; Facebook, com 16,820 seguidores; Youtube, contando 849 inscritos e 222.993 visualizações e mais de 467 vídeos; Twitter, com 412 seguidores e 2.905 tweets; e LinkedIn, com sete seguidores. As notícias que saem no boletim são depois gradualmente publicadas no Facebook e Instagram do Sindipetro.



Sindicato das Trabalhadoras Domésticas do Rio de Janeiro

f *Sindicato dos Trabalhadores Domésticos do Rio de Janeiro*

Fundado em 1961 por 68 trabalhadoras, o Sindicato das Trabalhadoras Domésticas da Cidade do Rio de Janeiro foi fundamental não apenas para a organização da categoria, mas, segundo Maria Izabel, a 15ª presidenta da entidade, também como um espaço de acolhimento. “Como a maioria, negra e pobre, vinha do interior do Estado ou mesmo de fora, assim que foi aberto, o Sindicato recebia as domésticas aos finais de semana e promovia almoços e eventos”, conta Maria Izabel Monteiro. Atualmente, em sua sede a trabalhadora doméstica pode contar com ajuda jurídica e uma equipe que faz revezamento para atendê-las e orientá-las sobre seus direitos.

TRABALHO DOMÉSTICO E ESCRAVIDÃO
LIVE: DIA 19/03 | 19H

Mediação: Ana Maria Leone

Anazir Maria de Oliveira
Assistente Social, pedagoga, fundadora do Sindicato das Domésticas no Rio de Janeiro, uma das fundadoras da Central de Movimentos Populares no Rio de Janeiro.

Maria Izabel Monteiro
Presidente do sindicato dos Trabalhadores Domésticos do município do Rio de Janeiro. Atua e dirige o Grupo de teatro Maria do Brasil Curimba do centro de Teatro do Oprimido.

Mirtes Renata
Mãe de Miguel Oróvia, ex-empregada doméstica, ativista do CNJ Curumim e Afroresistência, Estudante de Direito.





Transmissão na página do Facebook do Fórum Municipal dos Direitos da Mulher de Duque de Caxias (FMDM/DC)

Com a ajuda de sobrinhos, quem faz a comunicação do SindDomésticas é a própria presidenta. Enquanto ela escreve os textos que vão para as redes sociais, eles produzem as artes. Atualmente, por falta de verba, não há mais material impresso regularmente e o jornal do Sindicato deixou de circular. A presidenta lembra da disposição das antigas dirigentes: “Mesmo com muita dificuldade, os textos dos jornais eram datilografados e suas cópias rodadas em mimeógrafos”. Para se comunicar com a categoria, o sindicato utiliza principalmente o WhatsApp. É também através desse aplicativo que as patroas fazem contato. O Sindicato conta com uma página no

Facebook, com 456 seguidores. Atualmente não é fácil mensurar quantas trabalhadoras são associadas ou estão na base, e Maria Izabel explica que há, além do SindDomésticas da cidade do Rio, um sindicato em Duque de Caxias, que também cobre outras cidades da Baixada; e um em Volta Redonda.



Sindicato dos Portuários do RJ

-  @portuariosrio
-  @portuariosrio
-  @portuariosrio
-  www.portuariosrio.org.br



O Sindicato dos Portuários do Rio de Janeiro foi fundado em 1981. Por estar concentrado sobretudo na capital, principal cidade portuária do Estado, o sindicato é forte e sua base de 4 mil trabalhadores conta com 1.500 filiados. Além disso, há uma relação estreita com os estivadores, trabalhadores que operam no chão dos portos como carregadores de carga e que têm seu próprio Sindicato.

Marina Vianna, jornalista responsável pela comunicação da entidade, integra o grupo de comunicação comunitária Criar Brasil – Centro de Imprensa, Assessoria e Rádio. Ela explica que o meio de comunicação mais forte do Sindicato é a página no Facebook, com 599 seguidores. Lá são colocados avisos e realizadas *lives* com temas da categoria. Além dessa plataforma, o sindicato tem uma

conta no Instagram, com 87 seguidores e oito publicações; perfil no Twitter, com 225 seguidores e 237 tweets; e-mail; e se comunica internamente via grupos de Whatsapp.

Segundo Marina, não existe um grupo de trabalho específico de comunicação, quem discute a pauta e avalia os materiais com ela são o presidente do sindicato e a diretora de comunicação. Atualmente não há material de comunicação impresso, mas no *site* da entidade podem ser encontrados alguns exemplares do informativo da categoria **O Berro da Plataforma**, publicados nos anos de 2014, 2015, 2016 e 2017.

SINDICATO DOS TRABALHADORES NOS SERVIÇOS PORTUARIOS DOS PORTOS DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO - S.T.S.P.P.E.R.J.

ASSEMBLEIA GERAL ORDINÁRIA EDITAL DE CONVOCAÇÃO

Pelo presente Edital de convocação, de acordo com as disposições estatutárias, fica convocados todos os associados desta entidade, a reunirem-se em **Assembleia Geral Ordinária** a ser realizada no dia 31 de março de 2016, quinta-feira, no auditório do Sindicato, sito à Rua Acre, 47 – salas 714 a 716, Centro, às 11:00 horas em primeira convocação e às 11:30 horas em segunda e última convocação com qualquer número de representantes para **Prestação de Contas do Exercício de 2015, Aprovação de Calendário e Previsão Orçamentária** para o exercício de 2016. A documentação pertinente a prestação de contas estará à disposição dos Associados para análise dos dias 28 a 29 de março de 2016, na sede do Sindicato das 08:00 às 16:00hs.

Rio de Janeiro, 29 de fevereiro de 2016.
Sérgio Magalhães Giannetto
Presidente S.T.S.P.P.E.R.J.

Sindicato dos Metroviários do RJ

Instagram @_simerj

Facebook Simerj Sindicato Metroviários do Estado do Rio de Janeiro

YouTube SIMERJ Metroviarios/TV Digital SIMERJ

Website www.simerj.org.br

O Sindicato dos Metroviários do Rio de Janeiro (Simerj) surgiu em 1982, quando a Associação Profissional dos Metroviários do Estado do Rio de Janeiro (Aprom), criada em 1979, foi transformada em Sindicato. Ainda em meio a ditadura militar, esse avanço foi importante ao abrir caminhos para novas formas de luta e conquistas, como a celebração do primeiro acordo coletivo da categoria. Sobre a comunicação, Ricardo Soares, jornalista do Simerj, explica que, apesar das redes sociais, os panfletos e jornais impressos ainda são o meio de comunicação mais importante da categoria e são distribuídos pela direção na porta do centro de manutenção da empresa Metrô Rio, onde estão os trabalhadores. São impressos 2 mil panfletos semanalmente.



O Sindicato também continua publicando seu jornal mensal **Linha Direta**, com uma tiragem de três mil exemplares. Além disso, o sindicato também conta com uma terceira publicação impressa, a Carta Aberta aos usuários do metrô, destinada à população, abordando assuntos que unem o usuário à luta dos trabalhadores. Os panfletos e o jornal impresso se complementam, os primeiros abordando temas mais imediatos e pontuais e o Linha Direta trazendo informações mais gerais, artigos e análises. O jornal também pode ser acessado no *site* do Sindicato.

O Simerj dispõe também de um canal no YouTube, com 130 inscritos e 3.219 visualizações de 62 vídeos publicados. É na TV Digital SIMERJ onde são transmitidas as *lives* do Sindicato, assembleias dos metroviários e publicados vídeos de interesse da categoria, entre outros. Além disso, o Sindicato possui página no Facebook, com 749 seguidores, e conta no Instagram, com 137 seguidores e 227 publicações.



Sindicato dos Servidores Públicos

 @SintrasefRJ
 @sintrasef
 www.sintrasef.org



Com a Constituição Federal de 1988, os funcionários públicos conquistaram o direito à sindicalização e, em 26 de setembro do ano seguinte, foi criado o Sindicato dos Trabalhadores do Serviço Público Federal no Estado do Rio de Janeiro (Sintrasef-Rj). Com uma base de 250 mil servidores, distribuídos em cerca de 60 órgãos públicos, o sindicato conta com 35 mil filiados, sendo mais da metade aposentados. Seus principais instrumentos de comunicação hoje são o *site* da entidade e sua página no Facebook, com 501 seguidores, e perfil no Twitter, com 50 seguidores e 498 *tweets* publicados. Além disso, cada diretor, através dos grupos de que participa, divulga os *links* de matérias importantes e informes através do Whatsapp.

A partir da pandemia o departamento jurídico passou também a ter um número de Whatsapp institucional para acompanhamento de processos. O *e-mail* ainda é usado em casos pontuais, como convocações, por exemplo. O Sintrasef-RJ, que já contou com uma minirredação de cinco jornalistas, com fotógrafo e diagramador, tem atualmente dois jornalistas profissionais: o redator e editor Rodrigo Otávio e o fotógrafo Nando Neves. O jornal impresso **Movimento**, com tiragem de 15 mil exemplares, com os anos, passou de mensal a bimestral; depois, trimestral, semestral e finalmente deixou de circular em 2019, por conta das dificuldades criadas de distribuição pela pandemia.

Sindicato dos Trabalhadores dos Correios

 @sintet_rj
 @sintect.riodejaneiro
 @Sintect.RiodeJaneiro
 TV SINTECT-RJ
 www.sintectrj.org.br



O Sindicato dos Trabalhadores da Empresa Brasileira de Correios Telégrafos e Similares do Rio de Janeiro (SINTECT-RJ) foi fundado no ano de 1989. Atualmente, de uma base de 9.500 trabalhadores, 5.800 estão filiados.

Segundo o diretor de comunicação Pedro Alexandre Santana da Silva, a categoria é atuante e, sempre que um assunto relevante que diz respeito aos trabalhadores é noticiado, a direção é cobrada a dar um posicionamento. De forma que a comunicação precisa ser ágil e organizada, explica o diretor, que, para isso, conta com um jornalista, que produz todo conteúdo de texto a partir das pautas escolhidas pelos diretores, e com o suporte de uma empresa que gerencia o *site* e as redes sociais.

Além do *site* da entidade, os meios digitais de comunicação com os trabalhadores, são, principalmente, as redes sociais: Facebook, com 5,315 seguidores; Instagram, com 1.108 seguidores e 225 publicações; Twitter, com 41 seguidores e 203 tweets; e Youtube, com

240 inscritos e 7.395 visualizações de 90 vídeos publicados. Ademais, o WhatsApp, com grupos e listas de transmissão, tornou-se uma ferramenta imprescindível, pois, além dos *links* com conteúdos importantes a serem divulgados, os grupos também têm a função de gerar debates e diálogos entre a categoria. “Eles conversam o





GRITO ECETISTA
 INFORMATIVO
 SINTECT-RJ
 Informações do Sindicato dos Trabalhadores da Empresa Brasileira de Correios, Telégrafos e Similares do Rio de Janeiro - Junho de 2023
 Visite o site do SINTECT-RJ - www.sintectrj.org.br
 @sintect.riodejaneiro | @sintect.riodejaneiro | @sintect.riodejaneiro | @sintect.riodejaneiro
EDITAL DE CONVOCAÇÃO
ASSEMBLEIA GERAL EXTRAORDINÁRIA DO SINTECT-RJ
24 JUNHO | **19H** 1ª CONVOCAÇÃO
19H30 2ª CONVOCAÇÃO
 (QUINTA-FEIRA)
TODOS A ASSEMBLEIA!
 @sintect.riodejaneiro | @sintect.riodejaneiro | @sintect.riodejaneiro | @sintect.riodejaneiro
 www.sintectrj.org.br | @sintect.riodejaneiro | @sintect.riodejaneiro | @sintect.riodejaneiro | 21 96751-8684

dia todo entre si, e isso torna o grupo dinâmico e a nossa responsabilidade ainda maior”, afirma o diretor.

Finalmente, o Sindicato conta com o jornal impresso **Grito Ecetista**, com periodicidade mensal e tiragem de 6 mil exemplares. Toda distribuição é realizada pelos próprios diretores, que entregam de mão em mão na sua área de atuação. Para construir as pautas, Pedro Alexandre prepara algumas sugestões para a diretoria, que opina e decide o que vai ou não entrar na edição. Logo depois, o jornalista trabalha no conteúdo e escreve os textos.

Os torneios de futebol são algumas das atividades culturais que parte dos trabalhadores cobra que volte. E durante a pandemia, o que mais fez falta, segundo Pedro Alexandre, foram os espaços de debates presenciais que o Sindicato organizava e que eram frequentados pelos trabalhadores da base.

Sindicato dos Previdenciários do RJ

-  @sindsprevrj
-  @sindsprev.rj
-  @SindsprevRJ
-  www.sindsprevrj.org.br



Sindicato dos Trabalhadores em Saúde, Trabalho e Previdencial Social no Estado do Rio de Janeiro

O Sindicato dos Trabalhadores Federais da Saúde e Previdência no Estado do Rio de Janeiro nasceu da fusão de associações de servidores da saúde e da previdência, fundado em 1989. Possuindo 30 mil filiados, o Sindsprev-RJ perdeu dois terços de seus membros desde meados dos anos 2000, quando a entidade somava mais de 50 mil sindicalizados. O declínio na sindicalização deve-se, em parte, à desestruturação dos serviços públicos e ao desmantelamento do Estado promovidos por sucessivos governos que não mais realizaram concursos públicos, sequer para repor o número de servidores que se aposentaram ou faleceram. Soma-se a isso, a crise geral do sindicalismo, no Brasil e no mundo, que tem levado ao declínio das taxas de filiação entre os trabalhadores. O Sindsprev-RJ possui um *site* que é atualizado diariamente com posta-



gens de interesse da categoria, como mobilizações dos servidores, e relativas a assuntos da saúde e previdência, além de outros assuntos políticos e econômicos da conjuntura nacional e internacional. São também publicadas matérias sobre cultura (*shows*, peças de teatro, lançamentos de livros etc.). Além do *site*, o Sindicato dispõe de uma *fanpage* no Facebook, com 948 seguidores, atualizada diariamente. A entidade conta com uma Secretaria de Imprensa e Divulgação, onde trabalham dois repórteres/editores, três fotógrafos, dois cinegrafistas e uma diagramadora.

A Secretaria está sendo reestruturada com o objetivo de estender seu trabalho às outras redes sociais, criando contas institucionais no Instagram e no Twitter, a exemplo do que já acontece no YouTube, onde o Sindsprev, desde setembro de 2020, possui um canal em pleno funcionamento: a SindsprevRJ TV, com 65 inscritos e 3.335 visualizações. Ela é atualizada com reportagens de WebTV que são produzidas regularmente. Para tanto, o Sindicato conta com equipes formadas por repórter, fotógrafo e cinegrafista. Até 2020, o **SINDSPREV-RJ**, jornal formato tabloide, 8 páginas, com tiragem de 20 mil exemplares, era publicado mensalmente, mas, devido à pandemia, deixou de circular, assim como os boletins im-

pressos, com conteúdo específico. Finalmente, o Sindsprev começa a explorar mais um meio de comunicação: o *podcast*, ou seja, a rádio digital (WebRadio), através do programa Giro Semanal de Notícias do Sindsprev-RJ.

Conforme explica o jornalista do Sindicato, André Pelucione, o Sindsprev-RJ dará mais um passo no sentido de ocupar as redes sociais: “Assim que estruturarmos nossas mídias e redes sociais, vamos coordená-las por meio da plataforma MLabs, de forma a customizar melhor nossos públicos nas redes”. A MLabs é uma ferramenta de gerenciamento de redes sociais completa, através da qual pode-se criar e agendar posts, responder mensagens, gerir relatórios etc., tudo de forma coordenada.

Sindicato dos Servidores da Justiça Federal

-  @Sisejufe
-  @sisejufe
-  @sisejufe
-  Canal Sisejufe
-  www.sisejufe.org.br

O Sindicato dos Servidores das Justiças Federais no Estado do Rio de Janeiro (Sisejufe-RJ), fundado em 1989, representa uma base de 11 mil servidores, da Justiça Federal de 1ª e 2ª instâncias, da Justiça do Trabalho e da Justiça Militar, além dos aposentados, contando com 6 mil sindicalizados. Como as outras entidades, o Sisejufe conta

sobretudo com os meios digitais para se comunicar com sua base e com a sociedade. Todavia, mesmo antes da pandemia, o Departamento de Comunicação do Sindicato já havia realizado uma reestruturação em 2018, privile-

giando as mídias eletrônicas e as redes sociais em sua atuação. De três jornalistas que trabalhavam, o Sisejufe guardou apenas uma, Thaís Facioli. Por outro lado, a entidade passou a contar com os serviços da Rap Design, uma agência especializada em mídias sociais e internet; além da colaboração da artista gráfica Nathalie Nascimento, responsável pela produção de cartazes e *cards* para as campanhas.

SISEJUFE
SINDICATO DOS SERVIDORES DAS JUSTIÇAS
FEDERAIS NO ESTADO DO RIO DE JANEIRO

O Sisejufe-RJ ocupa praticamente todas as redes sociais: Facebook, com 4.521 seguidores; Instagram com 1.447 seguidores e 1.697 publicações, Twitter, com 456 seguidores e 1.790 tweets e Youtube, com 1.660 inscritos e 46.365 visualizações de 219 vídeos produzidos. Vera Miranda, assessora política do Sindicato, revela que o Canal Sisejufe no YouTube, principal mídia utilizada pela entidade, tem uma rica programação, como é o caso das *lives* todas terças e quintas, às 17 horas, discutindo os principais temas de interesse da categoria, como a Reforma Administrativa, por exemplo. Além disso, o Canal Sisejufe promove debates com dirigentes de sindicais ou com especialistas em eventos que contam milhares de visualizações.

Desde julho de 2020, entrou no ar no Canal Sisejufe o programa Tá na Base, em que a diretoria passa os informes, faz a prestação de contas de suas atividades e, de certa forma, supre a ausência das discussões e troca de ideias com os membros da entidade que ocorriam com as visitas dos sindicalistas aos locais de trabalho. O Instagram, por sua vez, serve como meio de divulgação de campanhas e atividades pontuais e mais imediatas e é alimentado diariamente duas ou três postagens. O Facebook replica o que é produzido no Instagram e o Youtube. No Twitter, que começa agora a ser explorado de maneira mais efetiva, o Sindicato divulga suas ações



de mobilização, como os twittaços, e deve substituir o Instagram e o Facebook, no papel de produzir notícias em tempo real.

O jornal impresso mensal **Contraponto**, com uma tiragem entre 5.000 e 7.500 exemplares, deixou de circular devido à concorrência das mídias digitais e pelas dificuldades de distribuição criadas pela pandemia. O mesmo ocorreu com o informativo **Fique Por Dentro**, veículo de informações pontuais, como convocação para assembleias, ou dirigidas, para servidores de um órgão específico, ou para aposentados, por exemplo. Antes, o informativo, geralmente com quatro páginas e tiragem de acordo com o objetivo da publicação, tornou-se virtual e é publicado no *site* do Sindicato. Uma terceira publicação impressa do Sisejufe-RJ era a revista bimestral **Ideias em Revista**, que deixou de circular em 2016, após 46 edições. Dez anos antes, a revista havia surgido do suplemento do **Que Fazer?**, jornal do Sindicato da época. O caderno deu tão certo e fez tanto sucesso que se tornou revista bimestral com colunas, crônicas, reportagens, poesia, informações de interesse da categoria, denúncias e debates.

Sindicato dos Trabalhadores na Comissão de Valores Mobiliários

-  @SindCVM
-  @sindcvm
-  @SindCVM
-  SindCVM
-  www.sindcvm.org.br



Com sede na cidade do Rio de Janeiro, o Sindicato Nacional dos Servidores Federais Autárquicos nos Entes de Promoção e Fiscalização do Mercado de Valores Mobiliários (SindCVM) foi criado em 1989 em defesa dos servidores públicos que trabalham diretamente na Comissão de Valores Mobiliários (CVM), e conta com 371 filiados. A CVM é uma autarquia em regime especial, vinculada ao Ministério da Economia, que foi criada pelo governo federal em 1976, com o objetivo de fiscalizar, normatizar, disciplinar e desenvolver o mercado de valores mobiliários no Brasil.

O principal veículo do SindCVM para se comunicar com a categoria é o Informativo **SindCVM Informa**, que é distribuído em PDF quin-

zenalmente por e-mail e compila as pautas e ações do Sindicato. Certamente, as redes sociais cumprem também uma importante função na comunicação com os associados e com a sociedade. O Sindicato conta um canal no YouTube, desde novembro de 2020, com um inscrito e repertório de quatro vídeos; dispõe de um perfil no Facebook, com 352 seguidores, usado para divulgação de eventos, comunicados, assembleias, novos convênios, entre outras coisas; possui uma conta no Instagram, contando 143 seguidores e 100 publicações; e um perfil no Twitter, com 23 seguidores e nove tweets publicados. Além disso, o aplicativo Whatsapp e o *site* da entidade são utilizados como meio de comunicação interno e externo.

O GT de Comunicação é composto pela diretoria do Sindicato e o grupo de comunicação comunitária Criar Brasil, contratado para operacionalizar as tarefas. Isabelle Pereira, jornalista responsável do SindCVM, conta que grupo se reúne semanalmente para discutir pautas e ações relacionadas à comunicação, e a partir desses encontros conta com a colaboração de pelo menos mais dois funcionários do Criar Brasil. Segundo Isabelle, a celebração de 30 anos do sindicato foi um marco importante para a categoria, e que até hoje é muito comentada.

Federação Interestadual de Sindicatos de Engenheiros (Fisenge)

 @fisengefederacao
 @federacaofisenge
 CanalFisenge
 www.fisenge.org.br

A Federação Interestadual de Sindicatos de Engenheiros (Fisenge) surge em 1993, como resultado do ressurgimento do sindicalismo combativo entre os engenheiros ainda no período da ditadura militar, nos anos 1980. Alguns sindicatos filiaram-se à Central Única dos Trabalhadores (CUT) e se afastaram da Federação Nacional dos Engenheiros (FNE), que representava nacionalmente a categoria à época, fundando a Coordenação Na-



cional de Sindicatos de Engenheiros (Consenge), em 1991, em Belo Horizonte (MG), transformada dois anos depois na Fisenge.






Atualmente, a Federação reúne 12 sindicatos, com cerca de 10 mil trabalhadores filiados. A comunicação da entidade é produzida por uma jornalista, contratada em regime CLT, e uma estagiária. Além do conteúdo próprio, a Fisenge também replica o material publicado pelos sindicatos filiados, atualizando o *site* e suas redes sociais diariamente. Entre as mídias digitais, o órgão dispõe de perfil no Facebook, com 5.202 seguidores; conta no Instagram com 1.520 seguidores e 658 publicações, canal no Youtube, com 303 inscritos e 27.738 visualizações de um total de 173 vídeos disponíveis. Além disso, a entidade conta com Whatsapp para o envio de notícias e informes através de listas de transmissão. Durante a pandemia, a Federação deu início a uma série de *lives*, transmitidas via Facebook, YouTube e Instagram vídeos. Também no ano passado, a direção da Fisenge participou de um curso de formação sobre redes sociais para ampliar o uso e engajamento nas redes. Outro meio de comunicação com a categoria é a revista digital **Em Movimento**, com 32 páginas e periodicidade trimestral.



A publicação chegou a circular impressa, com uma tiragem de 7.200 exemplares, mas hoje é publicada apenas no formato eletrônico. Além disso, a entidade produzia ainda um jornal mensal, cuja última edição foi lançada em dezembro de 2012. Cartilhas, livros e cadernos também são editados, eventualmente, a partir de temáticas específicas de interesse e relevância para a categoria. A Fisenge conta, ainda, com a organização de dois coletivos, um formado por mulheres e outro por estudantes da área, que desenvolvem suas próprias ações de comunicação.

Entre elas, destaca-se a produção da história em quadrinhos da engenheira Eugênia, os Quadrinhos da Eugênia, uma publicação mensal que conquistou em 2016 com o primeiro lugar no prêmio na categoria Cidadã, da sétima edição do Prêmio Anamatra de Direitos Humanos, da Associação Nacional dos Magistrados da Justiça do Trabalho. O produto é veiculado no formato digital no *site* e nas plataformas digitais, já foi traduzido para o inglês e impresso em formato de marcador de livro.

Federação Única dos Petroleiros (FUP)

-  @FUP_Brasil
-  Federação Única dos Petroleiros
-  @fupetroleiros
-  Federação Única dos Petroleiros
-  www.fup.org.br

Fruto do crescimento do movimento sindical petroleiro no Brasil, a Federação Única dos Petroleiros (FUP) foi criada em 1994. Atualmente, 13 sindicatos estão filiados à Federação, com uma base estimada em 139 mil trabalhadores, dos quais 49 mil são empregados da Petrobrás e outros 90 mil são terceirizados. Se-



gundo Alessandra Murteira, assessora de imprensa da FUP, nos últimos anos houve um encolhimento no quadro profissional da Petrobrás; porém, no mesmo período, ocorreu um crescimento no número de trabalhadores sindicalizados, que chegou a 64% em 2019. O principal meio de comunicação é o *site*, mas a FUP também possui perfil nas principais redes sociais, como o Twitter, com 10.300 seguidores e 1.600 tweets publicados; Instagram, com 79 publicações; Facebook, com 52.040 seguidores; e Youtube, com 4.300 inscritos e 204.059 visualizações de 224 vídeos divulgados.



Ademais, distribui as notícias mais relevantes através das listas de transmissão do aplicativo WhatsApp. A comunicação da Federação é produzida por três jornalistas contratadas, com carteira assinada, e, desde o final de 2019, passou a contar também com uma empresa externa de assessoria, responsável pela produção de releases e contato com a imprensa nacional.






Entre 1991 e 2016, a FUP produziu o boletim semanal **Primeira Mão**, que era enviado aos sindicatos filiados, responsáveis pela impressão e distribuição aos trabalhadores.

Alessandra Murteira conta que, apesar de ser um projeto lembrado com carinho, os materiais impressos deixaram de ser utilizados por conta de uma mudança no perfil da categoria, formada hoje por profissionais mais jovens. Além disso, a velocidade das informações e a forma de distribuição não eram mais compatíveis com a manutenção do boletim.

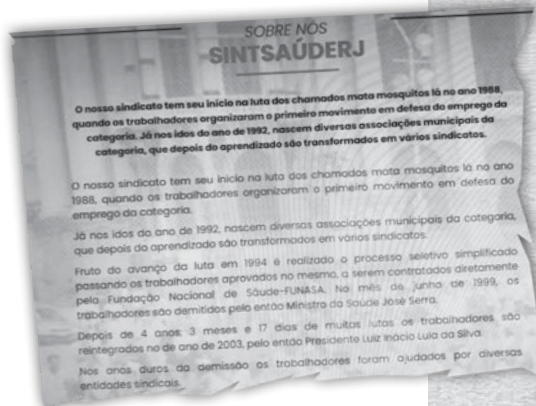
FUP

FEDERAÇÃO ÚNICA DOS PETROLEIROS

Sintsaúde-RJ

-  @sintsaude
-  @SINTSAÚDERJ
-  @sintsaudej
-  SINTSAÚDERJ
-  www.sintsaudej.org.br

O Sindicato dos Trabalhadores no Combate às Endemias e Saúde Preventiva no Estado do Rio de Janeiro surgiu em 1994 como Sinterjer. Em 2006, tornou-se o Sintsaúde-RJ, incorporando à sua base, além dos Agentes de Combate às Endemias, os Agentes Comunitários de Saúde federais e municipais e outros profissionais de saúde, formando um contingente de 11.000 trabalhadores, dos quais 5.320 (63%) são filiados. O Sintsaúde-RJ utiliza principalmente os meios digitais para a sua comunicação com sua base e com a sociedade, através do *site* da entidade, da página no Facebook, com 2.544 seguidores; da conta no Instagram, com 1.052 seguidores e 77 publicações; Twitter, com 129 seguidores e quatro tweets publicados; do canal no Youtube, com 1.690 inscritos, 45.743 visualizações e 26 vídeos disponíveis. Os áudios gravados pelo secretário-geral e outros diretores têm uma enorme eficácia, afirma a dirigente Luiza Dantas, acrescentando que o Whatsapp se tornou uma ferramenta importantíssima para o Sindicato, que conta com cerca de 15 grupos, cada um com centenas de participantes, e fazendo circular milhares de mensagens diariamente. O **Focalizando**, jornal mensal, com uma tiragem de 5 mil exemplares, deixou de circular em 2007, não resistindo à concorrência da internet. O Sindicato conta somente com um profissional de Tecnologia da Informação (TI) para auxiliar na utilização dos meios digitais os diretores que, eles mesmos, redigem e produzem toda a informação.



SINTSAÚDERJ

SINDICATO DOS TRABALHADORES NO COMBATE ÀS ENDEMIAS E SAÚDE PREVENTIVA NO ESTADO DO RIO DE JANEIRO.





AFILIADO À



CONFEDERAÇÃO NACIONAL
DOS TRABALHADORES EM
SEGURANÇA SOCIAL



Sindicato dos Petroleiros do Norte Fluminense (Sindipetro-NF)

-  @sindipetronf
-  @sindipetronf
-  @sindipetronf
-  Sindipetro NF
-  www.sindipetronf.org.br

O estabelecimento da Bacia de Campos como uma das maiores produtoras de óleo e gás do país fez crescer entre os trabalhadores da região a necessidade de criar uma estrutura sindical própria. Por isso, a categoria decidiu por meio de um plebiscito em 1995 pela criação do Sindicato dos Petroleiros do Norte Fluminense (Sindipetro-NF). Atualmente, a entidade possui cerca de dez mil filiados, entre trabalhadores da Petrobras e terceirizados. O núcleo de comunicação do Sindicato reúne seis funcionários, sendo dois jornalistas, um publicitário e três analistas de comunicação. Todos possuem vínculo trabalhista com a entidade.

Segundo Fernanda Viseu, jornalista do Sindipetro-NF, o *site* é atualizado diariamente com notícias, que são distribuídas, também, por meio das redes sociais, como o Facebook com 22.514 seguidores; Instagram, com 3.936 seguidores e 2.002 publicações; Twitter, com 2.168 seguidores e 7.179 tweets publicados; e YouTube, com 3.310 inscritos, 302.819 visualizações e 906 vídeos publicados. Some-se a isso as listas de transmissão no Whatsapp e








Telegram. Outro canal de comunicação com a categoria é a **Rádio NF**, que nasceu como uma web rádio em 2009 e hoje é um canal de *podcasts*, veiculado na plataforma Soundcloud.

Além disso, o Sindicato trabalha com materiais especiais, produzidos eventualmente, como livros, por exemplo. Nas redes sociais são transmitidas semanalmente *lives* com temas de interesse da categoria. Para dialogar com a sociedade, Fernanda Viseu conta que o sindicato veicula nas rádios do Norte Fluminense e Região dos Lagos *spots* chamados Informe do Trabalhador com duração de cerca de um minuto, além de *spots* mais curtos (30 segundos) com temática relativa ao mundo do trabalho. A comunicação do Sindipetro-NF faz uso, ainda, de campanhas publicitárias e assessoria de imprensa, além de uma parceria com a Revista Fórum para realização do programa Fórum Sindical no canal TV Fórum. Além dos meios digitais, a entidade mantém a circulação de um jornal impresso, com periodicidade semanal: o **Nascente**, que começou a rodar em 1997 e atualmente circula com tiragem de 7 mil exemplares. Outro produto impresso marcado na memória do sindicato é a revista **Imagem**, de periodicidade semestral, produzida por quase duas décadas (1999-2017).



Sindicato dos trabalhadores do Saneamento do Rio de Janeiro

-  @sintsama_rj
-  @sintsamarj
-  @sintsamarj.sindicato
-  Sintsama RJ
-  www.sintsama-rj.org.br

O Sindicato dos Trabalhadores nas Empresas de Saneamento Básico e Meio Ambiente do Rio de Janeiro e Região (Sintsama) foi fundado no dia 1º de Agosto de 2000, a partir da divisão do antigo e combativo Sindicato dos Trabalhadores e Trabalhadoras nas Indústrias



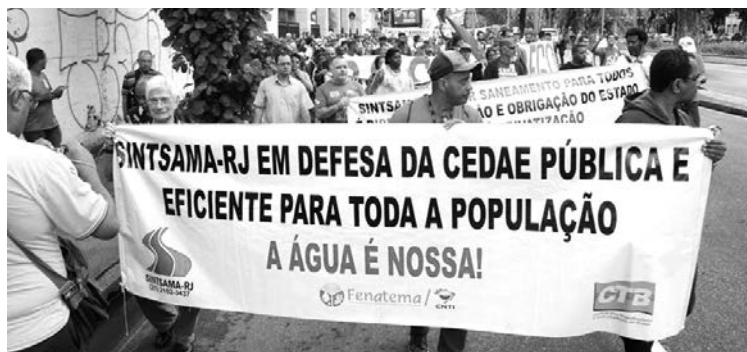


Urbanas do Rio de Janeiro (STIU-RJ), mais conhecido no meio sindical como Sindicato dos Urbanitários, que existia desde o ano de 1932, reunindo dois ramos de produção distintos: o setor elétrico e saneamento e meio ambiente. A história da criação do Sintsama também se confunde com a luta pela ampliação dos espaços democráticos e na defesa de uma política ambiental sustentável e a serviço do povo brasileiro. O Sintsama tem especial destaque em oposição incansável à privatização da água, principalmente no Rio de Janeiro.

E por conta desse combate contra a privatização da Companhia Estadual de Águas e Esgotos do Rio de Janeiro (Cedae) — o leilão das concessões da Cedae foi realizado no dia 30 de abril de 2021 —, o Sintsama já realizou quatro atos públicos e seis carreatas nestes últimos meses, conta João Xavier, diretor financeiro e de imprensa da entidade. O Sintsama-RJ tem uma base de cerca de 200 mil trabalhadores, dos quais 5 mil são sindicalizados.






Aliás, para Xavier, que se orgulha de seus 25 anos de luta, o sindicalismo e as forças democráticas estão perdendo terreno para seus adversários, os patrões e as forças reacionárias, porque estão abandonando os cenários e os meios tradicionais de luta. “Olhe para a Colômbia, o povo está nas ruas! Apesar da pandemia, é o que devemos fazer sem mais perda de tempo se quisermos sobreviver ao fascismo em ascensão no Brasil!”, propõe o sindicalista, citando as várias manifestações de rua promovidas pelo Sintsama e outras entidades contra a privatização da Cedae no Rio de Janeiro.

Outra crítica de Xavier é dirigida à comunicação sindical atual: “Continuamos com o nosso jornal impresso em papel e distribuído de mão em mão para os trabalhadores. A peãozada nem olha celular”, avalia Xavier, advertindo em seguida: “É um equívoco



abandonar esse trabalho e cair na inércia. É justamente isso que permite com que o fascismo ocupe mais espaço”. Assim, conta Xavier, o Sintsama continuou publicando seu jornal mensalmente com uma tiragem de 5 mil exemplares. Dependendo da necessidade, uma edição extra também é publicada. Além do *site* da entidade, a comunicação digital do Sindicato se dá através das redes sociais: página no Facebook, com 2.933 seguidores; canal no YouTube, com apenas dois inscritos e um vídeo publicado; conta no Twitter, com 37 seguidores e 18 tweets publicados; e do perfil no Instagram, com sete publicações. O jornalista Marcos Pereira e um diagramador compõem a equipe de comunicação da entidade.

Federação Nacional dos Petroleiros (FNP)

-  @fnppetroleiros
-  @fnppetroleiros
-  @petroleiros
-  FNP Federação Nacional dos Petroleiros
-  www.fnppetroleiros.org.br

Criada como Frente Nacional dos Petroleiros em 2006, a Federação Nacional dos Petroleiros (FNP) é fruto da busca da categoria por uma representação alternativa no país. São filiadas à entidade os sindicatos estaduais e regionais do Rio de Janeiro, Litoral Paulista, São José dos Campos; do Pará, Amazonas, Maranhão e Amapá; e de Alagoas e Sergipe. Por quase seis anos, Vanessa Ramos foi a única jornalista no núcleo de comunicação da FNP, que ganhou reforços recentemente. Em 2020, mais um profissional foi contratado, sendo responsável pelo *design*





e pelos vídeos, e no começo de 2021 o órgão passou a contar também com uma empresa de publicidade, que atua na elaboração das campanhas. O conteúdo do *site* e das redes sociais é produzido pelo núcleo de comunicação da FNP e também pelos sindicatos afiliados, cujo material produzido e veiculado é compartilhado.

A Federação dispõe de página no Facebook, com 6.756 seguidores; perfil no Twitter com 222 seguidores e 131 tweets publicados; canal no Youtube, com 2.200 inscritos e 304 vídeos publicados; e conta no Instagram, com 2.237 seguidores e 664 publicações. Segundo Vanessa, os núcleos de comunicação da Federação e dos Sindipetros associados possuem um grupo no Whatsapp, canal por onde trocam informações e alinham estratégias: “Cada sindicato possui sua equipe de comunicação, então eles não são dependentes e a gente divulga as informações juntos.






Sempre que vamos divulgar alguma coisa, a gente joga nesse grupo para que eles tenham acesso de imediato e, também, publiquem nas suas redes”, explica.

A FNP possui, ainda, um jornal impresso, que atualmente não tem periodicidade definida. Até 2018, o informativo era produzido mensalmente, mas hoje ele é desenvolvido apenas quando há necessidade de trabalhar algum assunto de relevância para a categoria. Assim, agora a entidade produz o material e distribui digitalmente aos sindicatos filiados, responsáveis pela impressão e tiragem do boletim. A Federação também envia os boletins no formato digital por meio de newsletter para uma lista de assinantes.



SINDICATOS DA EDUCAÇÃO

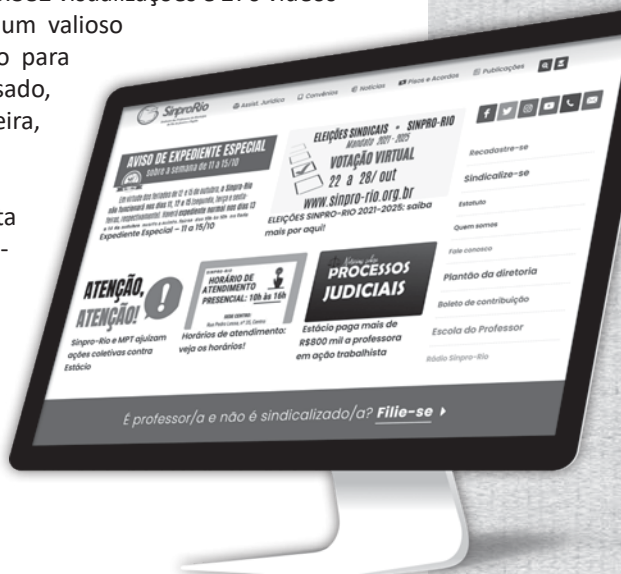
Sindicato dos Professores do Rio de Janeiro e Região

 @sinprorio
 @sinprorio
 @sinprorio1931
 Sinpro Rio
 <https://site.sinpro-rio.org.br>



O Sinpro-RJ foi fundado em 31 de maio de 1931. Tem 9.500 associados em uma base de 40 mil. Atualmente, com o isolamento social e as restrições impostas pela pandemia de covid-19, seu principal meio de comunicação com a categoria e com a sociedade é a informação digital através do próprio site e das redes sociais: Facebook, com 16.416 seguidores; Instagram, com 3.347 seguidores; Twitter, com 1.484 seguidores e 3.897 tweets; e YouTube, com 1.030 inscritos e 56.382 visualizações e 270 vídeos disponíveis. O WhatsApp é um valioso instrumento de comunicação para o Sindicato e largamente usado, segundo Afonso Celso Teixeira, vice-presidente do sindicato.


O setor de comunicação conta com dois jornalistas profissionais contratados e um estagiário. O **Jornal do Professor**, informativo impresso do sindicato, com uma tiragem bimestral de 6 mil exemplares deixou de circular desde o início da pandemia por causa dos



problemas de distribuição causados pelo novo contexto. A produção de vídeos sobre educação e condições de trabalho é uma iniciativa inovadora na comunicação. Deu tão certo que Afonso Celso acabou criando um canal no Youtube para divulgá-los.

Federação dos Trabalhadores em Estabelecimentos de Ensino no Estado do Rio de Janeiro

 @Feteerj_oficial

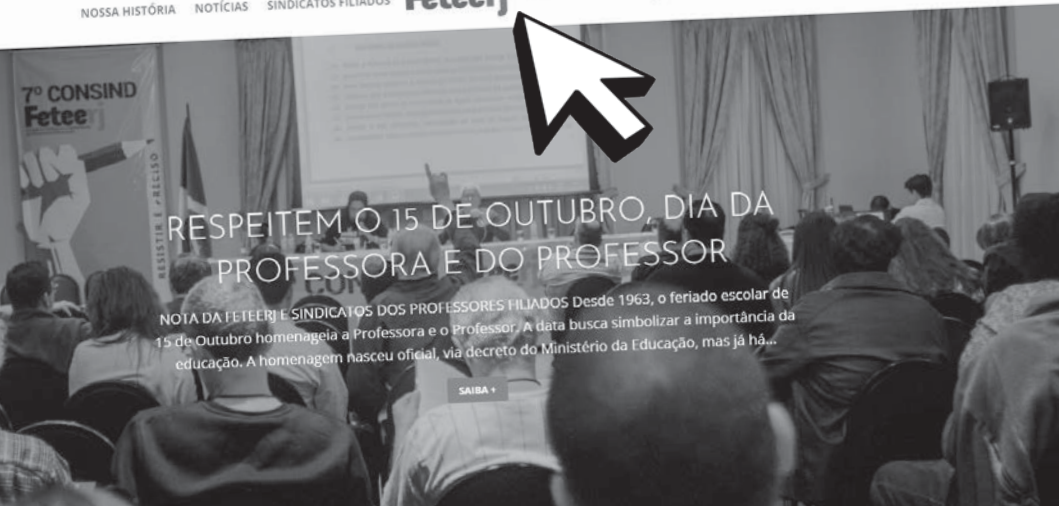
 @feteerj

 @FeteerjOficial

 <https://www.youtube.com/channel/UCSiEcRrDWscqLjNulbM4dA>

 <https://feteerj.org.br>

A Feteerj, criada em 1985, reúne dez sindicatos de professores dos estabelecimentos privados de ensino (Sinpros) do Estado do Rio. Sua comunicação aborda conteúdos nacionais que dizem respeito à educação e aos direitos dos professores que trabalham em escolas privadas. Atualmente, se dá através da internet pelo sites de cada sindicato associado e pelas redes sociais: página do Facebook com 4.679 seguidores; conta no Instagram com 254 seguidores e 257 publicações; YouTube com 403 inscritos, somando 39.757 visualizações e 42 vídeos publicados disponíveis; Sound-



RESPEITEM O 15 DE OUTUBRO, DIA DA PROFESSORA E DO PROFESSOR

NOTA DA FETEERJ E SINDICATOS DOS PROFESSORES FILIADOS Desde 1963, o feriado escolar de 15 de Outubro homenageia a Professora e o Professor. A data busca simbolizar a importância da educação. A homenagem nasceu oficial, via decreto do Ministério da Educação, mas já há...

cloud (Feteerj), com sete seguidores e nove faixas publicadas; e Twitter com 296 seguidores e 6.384 tweets.

A Feteerj deixou de produzir material impresso após o fim do imposto sindical obrigatório. Segundo Marcelo Gaba, jornalista responsável pela comunicação da Feteerj, a Reforma Trabalhista de 2017 precarizou, além dos direitos dos trabalhadores, também o trabalho que as entidades sindicais desenvolvem. Marcelo conta com a ajuda da direção da Federação para produzir os conteúdos divulgados nas redes sociais. A Feteerj, além de gerenciar suas redes, gerencia também as redes sociais da maioria dos Sindicatos filiados.

Antes de abdicar dos impressos, a Feteerj produzia jornal impresso, o **Fala Feteerj**, uma agenda anual, boletins mensais e panfletos. Desses materiais, segundo Gaba, a agenda é o que mais deixou saudade entre a categoria. A Federação produzia em torno de cinco mil agendas, cujo conteúdo, buscava não só contar a história do sindicalismo e dos trabalhadores, mas também abordar trajetórias pessoais de professores que participavam ativamente das lutas diárias em prol dos direitos da categoria. Durante quatro anos, de 2008 a 2011, as agendas da Feteerj foram produzidas pelo Núcleo Piratininga de Comunicação.

Sindicato Estadual dos Profissionais de Educação do Rio de Janeiro

🐦 @RjSepe

📷 @sepe_rj

📘 @Seperj

📺 sepesindicato

🏠 <https://www.seperj.org.br>

Conforme contam os próprios professores, de Sep em Cep, o Cepe vira Sepe. Em 1977, surgiu a Sociedade Estadual dos Professores (Sep), que, dois anos mais tarde, fundiu-se com a União dos Professores do Rio de Janeiro (Uperj) e com a Associação dos Professores do Estado do Rio de Janeiro (Aperj), criando o Centro de Pro-



fessores do Rio de Janeiro (Cep). Em 1987, a entidade passou a se chamar Centro Estadual dos Profissionais de Educação (Cepe) e, no ano seguinte, com a promulgação da nova Constituição, tornou-se finalmente o Sindicato Estadual dos Profissionais de Educação do RJ.

Um dos maiores sindicatos do Brasil, o Sepe conta com 50 mil filiados e uma base que beira 1 milhão de profissionais. Dione Lins, da coordenação geral do Sindicato, garante que a entidade aposta firme na comunicação: além dos dois jornalistas e um diagramador contratados, o Sepe ainda contrata os serviços de uma agência de publicidade para produzir o material visual, como cartazes, cards e os vídeos para a campanha Greve Pela Vida e para o TV Sepe. O jornal impresso, **Conselho de Classe**, que tinha uma tiragem de 30 mil exemplares, deixou de circular com os impasses na distribuição criados pela epidemia.

A comunicação com a base e com a sociedade é realizada através dos meios digitais, ou seja, as redes sociais: página no Facebook com 40.533 seguidores; canal no YouTube, com 3.120 inscritos e 127.189 visualizações de um total de 281 vídeos publicados; conta no Instagram com 3.553 seguidores e 190 publicações, e perfil no



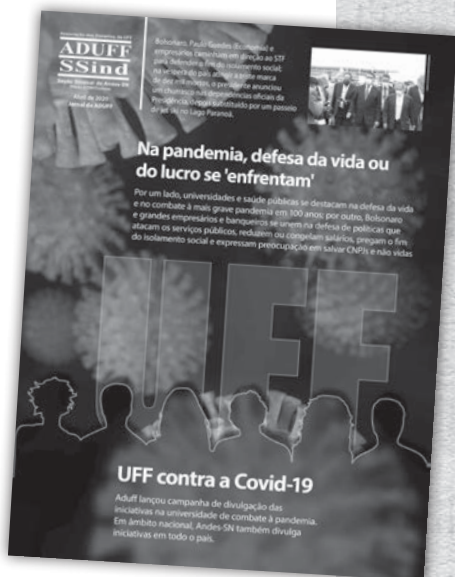
Twitter com 653 seguidores e 879 tweets; além, é claro, do site do sindicato. O WhatsApp também é utilizado como correia de transmissão de informes e convocações. O Sepe investiu pesado no audiovisual, dispondo de um canal no YouTube, onde as produções da **TV Sepe** podem ser vistas: lives, vídeos de campanhas e informativos. A produção da TV Sepe ganhou tanta importância que uma agência de publicidade foi contratada para realizá-la.

Associação dos Docentes da UFF

-  @ADUFF_SSind
-  @aduffssind
-  @aduff.ssind
-  ADUFFSSind
-  www.aduff.org.br

Fundada em 1978 como Associação dos Docentes da Universidade Federal Fluminense e transformada em seção sindical em novembro de 1991, a Aduff é uma atuante seção sindical do Andes – Sindicato Nacional dos Docentes de Ensino Superior. De uma base de 3.543 docentes, 2.470 são sindicalizados. A Aduff usa essencialmente o site e as redes sociais, Facebook, Instagram e YouTube, para se comunicar. E os números demonstram isso: sua página no Facebook reúne 14.372 seguidores; o canal no YouTube tem 588 inscritos, 32.673 visualizações e 136 vídeos divulgados; e a conta no Instagram 258 seguidores e 90 publicações.

Para a jornalista da Aduff, Aline Pereira, é importante registrar que durante a pandemia da covid-19 a Aduff procurou intensificar o uso de suas redes sociais para estreitar a comunicação com os filiados. Assim, destacam-se as lives realizadas em 2020, com debates temáticos abordando questões relevantes ao cotidiano acadêmico nesse novo contexto. “Houve também o Cineclubes da seção sindical, com exibição de filmes e diálogo com diferentes cineastas. Mais recentemente, destacamos as coberturas ao vivo das manifestações por nosso canal no YouTube”, acrescenta. Por





sua vez, o WhatsApp foi bem recebido pela categoria, com o envio de notícias e comunicados por meio de uma lista de transmissão. Facilitou o contato com os docentes.

Três jornalistas, Aline Pereira, Lara Adib e Hécio Lourenço, coordenador, formam a equipe de comunicação contratada. No entanto, serviços de diagramação, fotografia, vídeo e manutenção do website são terceirizados. Antes da pandemia, o **Jornal da Aduff**, que já chegou a ser quinzenal, circulava mensalmente.

Deixou de ser impresso devido à pandemia no início de 2020. Uma única edição digital foi publicada em outubro daquele ano. “Mas pretendemos voltar a imprimi-lo”, adverte Aline, informando também que o jornal tinha tiragem era de 10 mil exemplares e era enviado para residências dos filiados via correio e também distribuído nos diferentes campi da UFF.

Associação de Docentes da Universidade Federal do Rio de Janeiro

-  @adufRJ
-  @adufRJ
-  TV AdUFRJ
-  www.adufRJ.org.br



A AdUFRJ foi fundada em 26 de abril de 1979, como associação docente. Foi criada em meio a um intenso esforço das organizações e movimentos sociais e sindicais pelo reestabelecimento da democracia no Brasil. A defesa da universidade pública e do caráter universalista do ensino público, em todos os níveis, faz parte das bandeiras históricas do movimento docente nacional e local. A luta pela autonomia universitária também se fez presente desde a criação da entidade representativa dos professores na UFRJ. A AdufRJ-SSind é uma das mais de 90 seções sindicais que fazem



parte do Andes Sindicato Nacional, entidade que representa, em todo o território nacional, os docentes das instituições públicas e privadas de ensino superior. Atualmente, a base da Adufrj-SSind conta com 4.218 docentes ativos e cerca de 2 mil aposentados. Cerca de 1.500 professores aposentados e cerca de 2.000 professores da ativa são filiados.

Para dialogar com a categoria, a comunidade universitária e a sociedade, a associação conta com mailing, lista de WhatsApp, jornal, site, Facebook, YouTube, Instagram e o programa **AdUFRJ no Rádio**, que é veiculado na Rádio UFRJ. Os principais veículos são o jornal e o Facebook que tanto comunicam para dentro, como para fora. A **TV AdUFRJ** e o programa de rádio começam a crescer em importância. A equipe de comunicação é formada por diagramação, cinco jornalistas e dois estagiários. O jornal impresso tem distribuição semanal e varia de 8 a 12 páginas. Mas por conta da pandemia ele está suspenso. Uma iniciativa de comunicação que teve bons resultados, mas não teve continuidade por falta de acúmulo de trabalho da equipe foi uma revista que circulou por três edições.

Associação de Docentes da UniRio

 @adunirio.andes

 @adunirio.andes

 <https://adunirio.org.br>

No dia 28 de junho de 1979 reúne-se pela primeira vez a diretoria provisória da “AD-UNI-RIO”, composta por seis membros eleitos em Assembleia Geral de Fundação, em 22 de junho. O grupo foi responsável pela encaminhamentos que deveriam levar à eleição da primeira diretoria definitiva em setembro. O Conselho de Representantes se reúne pela primeira vez no dia 20 de setembro de 1979. A pauta definida para a reunião era conformada por três pontos:

1. Composição e eleição da diretoria da Adunirio para o biênio 79/80;
2. Reflexão sobre o Projeto de Lei da Reforma Universitária e discussão de propostas a serem levadas ao encontro das AD's em João Pessoa;
3. Planejamento das atividades para o Dia Nacional de Reivindicações Salariais, Trabalhistas e de Carreira, marcado para o dia 26 de setembro.

O órgão elege, assim, a primeira diretoria permanente da Adunirio (79/81). O impulso inicial, porém, não conseguiu engrenar uma segunda gestão. No dia 8 de maio de 1985, realizou-se a primeira reunião da “Comissão Reorganizadora da Associação de Docentes






da Uni-Rio”, no anfiteatro do HUGG, que teve por objetivo retomar os trabalhos do sindicato, encerrados em 1981. No dia 2 de setembro de 1985, sob a gestão da diretoria provisória, os professores da Unirio entram em greve e formam o Comando Geral de Greve (CGG), acompanhando o movimento grevista nacional das universidades iniciado no dia 8 de agosto. A professora Cibeli Reynaud é designada representante da Adunirio junto ao Comando Nacional de Greve (CNG).

Desde a sua fundação, a Adunirio sempre esteve filiada ao Andes-SN. A nova gestão da Adunirio toma posse, então, no dia 10 de outubro de 1985, permanecendo a sucessão ininterrupta até os dias de hoje. A base da entidade tem hoje cerca de 1400 docentes ativos e aposentados. Desses 800 são associados à entidade. Atualmente, a Adunirio se comunica com a categoria por meio do seu site, e-mail, WhatsApp, Facebook, Instagram e panfletos, mas não há um periódico impresso. Sua equipe de comunicação é formada por dois comunicadores contratados (um jornalista e um profissional gerenciando as redes sociais) e pontualmente já contrata serviços de design e vídeo.

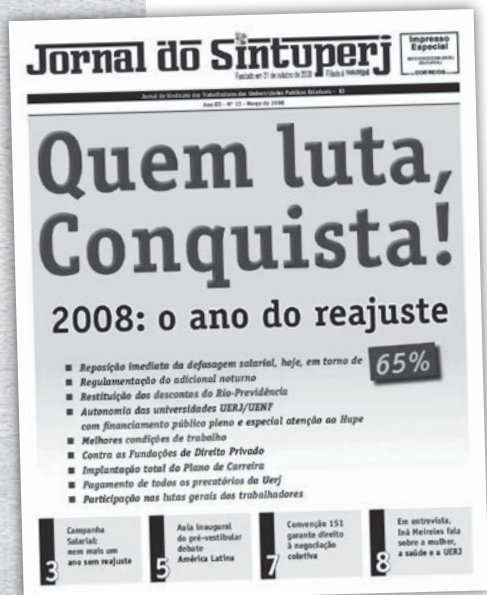


Sindicatos dos Trabalhadores da UERJ

-  @sintuperjnaluta
-  <http://www.sintuperj.org.br>
-  sintuperjuerjuenfuezocecierj@gmail.com

O Sintuperj, Sindicato dos Trabalhadores em Universidades Públicas Estaduais do Rio de Janeiro, foi fundado no dia 31 de outubro de 2000, fruto da fusão de três associações: Asuerj – Associação dos Servidores da Uerj; Ashupe – Associação dos Servidores do Hupe; e Asfenorte – Associação dos Servidores da Fenorte. A base conta com cerca de 6.200 servidores técnico-administrativos nas três universidades públicas estaduais do Rio de Janeiro (Uerj, Uenf e Uezo). Atualmente o Sintuperj conta com um quadro de 2.450 filiados, sendo 90% desses provenientes da Uerj e 10% da Uenf.

Além da publicação de notícias e informes gerais pelo próprio site e pela página de Facebook, o Sintuperj realiza periodicamente e, de acor-



do com a necessidade, assembleias e plenárias para debater os assuntos da atualidade com a base de servidores técnico-administrativos. O sindicato também utiliza listas de e-mails e listas de transmissão pelo WhatsApp para se comunicar diretamente com sua base de sindicalizados e demais servidores das universidades públicas estaduais.

Além disso, a equipe de imprensa mantém canais de comunicação constantes com veículos da grande mídia e da imprensa alternativa, com o objetivo de propor pautas relacionadas à realidade dos trabalhadores das universidades públicas estaduais e expressar os posicionamentos do sindicato

em relação às medidas e notícias que impactam diretamente no funcionalismo público estadual. A equipe de comunicação conta com os coordenadores da pasta (Coordenação de Comunicação e formação Sindical) e dois jornalistas registrados com vínculo empregatício (CLT). O Sintuperj conta ainda com um Conselho Editorial que propõe pautas e avalia o trabalho da imprensa. O **Jornal do Sintuperj** é publicado conforme a necessidade e a amplitude das pautas, abrangendo os assuntos de maneira mais analítica e aprofundada.

Sindicatos dos Trabalhadores da UFRJ

- 🐦 @Sintufjrj
- 📷 @sintufjrj_ufrj
- 📘 @SintufjrjOficial
- 📺 sintufjrj_ufrj
- 🏠 www.sintufjrj.org.br









A Associação dos Servidores da UFRJ (Assufjrj) foi criada em 11 de junho de 1960. Em 1993, transformou-se em SINTUFJRJ. Segundo dados não confirmados pela universidade, mas levantados pelo Sindicato, a UFRJ possui 9383 trabalhadores técnico-administrativos e 3993 Docentes. Atualmente o Sintufjrj possui 13.786 associados. Para man-

ter sua comunicação com categoria, o sindicato utiliza seu site e as redes sociais Facebook, Instagram, WhatsApp e vídeos. Usa praticamente os mesmos canais para dialogar com a sociedade. O principal veículo de comunicação era o **Jornal Sintuffrj**, com tiragem semanal. Agora são o boletim **Sintuffrj Dia a Dia**, site e Facebook. Sua equipe de comunicação é formada três web designers/diagramadores, quatro jornalistas, um fotógrafo e um estagiário. No início, a tiragem do jornal era de 11 mil exemplares. Depois caiu para 8 mil e foi oscilando nas tiragens. A decisão muitas vezes era provocada por questões políticas, por necessidade de comunicação com a categoria e a sociedade e também por questões econômicas.



Assim as tiragens foram caindo: Em 2017 era de 6 mil exemplares; em 2018, 4 mil; em 2019 3.500/ 3 mil e em 2020, sua última edição de 9 de março cresceu e foi para 5 mil. O boletim **Sintuffrj Dia a Dia** passou a circular em 27 de março de 2020 com edição de 2 mil exemplares. De abril até julho foi publicado um boletim virtual das cinco entidades da UFRJ - Sintuffrj, Adufrj, DCE Mário Prata, APG e Attuffrj.

Sindicatos dos Trabalhadores da UFF

-  @sintuff
-  @sintuff.fasubra
-  sintuff
-  www.sintuff.org.br
-  sintuff@gmail.com
-  (21) 99390-9402 / (21) 99390-2916 / (21) 99358-8707

O Sintuff foi criado durante o II Congresso dos Trabalhadores da Universidade, realizado entre os dias 20 e 22 de setembro de 1993. Mas sua fundação oficial data de 13 de maio de 1994. Em seu estatuto consta que é uma entidade com independência de classe, autônoma frente ao Estado, patrões, partidos políticos e credos religiosos. Defende os interesses históricos e imediatos da

categoria e dos trabalhadores em geral. Luta pelo fim de toda a forma de exploração e opressão.

Atualmente, o Sintuff possui em sua base em torno de 7.000 trabalhadores e trabalhadoras na ativa e aposentados, com cerca de 4.500 associados. Para se comunicar com a categoria, o Sindicato produz Jornal, com tiragem de 4.500 exemplares. Por conta da pandemia sua edição está suspensa. Produz ainda uma revista, panfletos, painéis. Por meio virtual se comunica com a base e com a sociedade através do WhatsApp, Facebook, E-mail, live e reuniões virtuais.



Sindicatos dos Trabalhadores da Rural

-  @RjSintur
-  @sintur.rj
-  @sinturj.sindicatoufrj
-  TV SINTUR-RJ
-  www.sinturj.org.br
-  secretaria@sinturj.org.br



O Sindicato dos Trabalhadores em Educação da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro foi criado no I Congresso da entidade, realizado nos dias 26, 27 e 28 de outubro de 1994. Contudo,

a história da entidade tem suas raízes em 1984, quando foi criada a Associação dos Servidores da Universidade Rural (ASUR). No ano seguinte, já como SINTUR-RJ, o sindicato começou a construir uma trajetória de atuação firme, com presença marcante nas passeatas, atos, plenárias, congressos, mobilizações de luta e greves. Contabilizando derrotas e vitórias, mas nunca se omitindo, o SINTUR-RJ conquistou o reconhecimento, junto a sua base e nacionalmente, de ser um sindicato autônomo e de luta. Hoje, cerca de 2.200 trabalhadores e trabalhadoras fazem parte da base do Sindicato, entre eles, os aposentados. Desses, 1.048 são associados ao Sinturrij.






Antes do início da Pandemia da Covid-19, o Sinturrij produzia jornal impresso e atuava nas redes sociais (site, Facebook, Instagram, Youtube, Twitter) para se comunicar com a categoria. Mas foi durante a pandemia que passou a utilizá-las cotidianamente; não somente para informar, mas para organizar atividades como assembleias virtuais, seminários e lives. As mesmas plataformas são utilizadas para dialogar com a sociedade. A entidade também usa Telegram, grupos de WhatsApp e rede de transmissão para comunicar e mobilizar a categoria.

Também por conta da pandemia o Sindicato não mantém jornal impresso, mas duas edições virtuais do jornal foram produzidas, antes disso a tiragem era de 1000 exemplares. Essa é uma publicação que tem feito falta para a categoria, assim como a panfletagem setorial que fazia parte da rotina da diretoria da entidade. A equipe de comunicação do Sindicato é formada por uma jornalista e um estagiário da área e aluno da UFRRJ.

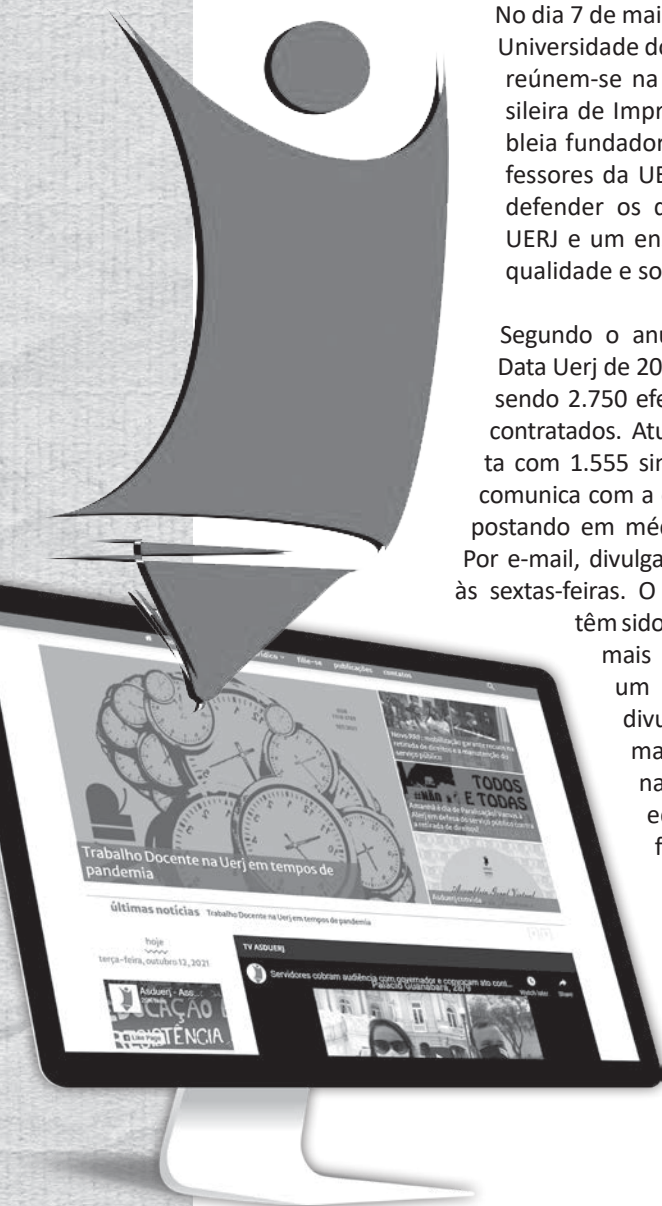


Associação dos Docentes da UERJ

-  @asduerj
-  Associação de Docentes da UERJ
-  www.asduerj.org.br

No dia 7 de maio 1979, 97 professores da Universidade do Estado do Rio de Janeiro reúnem-se na sede da Associação Brasileira de Imprensa (ABI) para a assembleia fundadora da Associação dos Professores da UERJ (ASDUERJ). Seu lema: defender os direitos dos docentes da UERJ e um ensino público, gratuito, de qualidade e socialmente referenciado.

Segundo o anuário estatístico da Uerj, Data Uerj de 2020, são 2.940 professores, sendo 2.750 efetivos, 13 visitantes e 117 contratados. Atualmente a entidade conta com 1.555 sindicalizados. A Asduerj se comunica com a categoria pelo WhatsApp, postando em média dois informes diários. Por e-mail, divulga um informativo semanal às sextas-feiras. O Instagram e o Facebook têm sido os canais de comunicação mais usados. Também possui um canal no Youtube, onde divulga uma live que já foi semanal no início da quarentena e agora é quinzenal. Sua equipe de comunicação é formada por dois jornalistas e uma diagramadora. Todos com vínculo trabalhista. Antes da pandemia, produzia um informativo impresso semanal, com tiragem de 2.500 exemplares, além de uma revista semestral.



CONCLUSÃO

Bom, chegamos ao final deste nosso passeio pela Comunicação Sindical e Popular no Rio de Janeiro. Com que objetivo fizemos isso? Como dito na apresentação do trabalho, nosso intuito é fazer fofoca. Contar pra todo mundo o que fazemos na comunicação. Mas... E daí? Isso é suficiente? Claro que não! Nossos objetivos são dois:

- 1) Incentivar a **COMUNICAÇÃO POPULAR** onde ela existe e onde ela ainda não existe.
- 2) Mostrar que a **COMUNICAÇÃO SINDICAL** e a Comunicação Popular precisam atuar juntas.

Comunicação Popular

Sobre o primeiro ponto, nos chamou a atenção durante a pesquisa o fato de as experiências mais conhecidas de comunicação popular no Rio de Janeiro estarem concentradas em algumas zonas da cidade, especificamente na região do conjunto de favelas da Maré e o Complexo do Alemão, seguidas pela região de Jacarepaguá, que engloba Praça Seca, Cidade de Deus e Rio das Pedras. Por que será? Rio das Pedras, aliás, surpreendeu com a presença neste almanaque de dois coletivos de comunicação formados por jovens da comunidade que vêm mostrando inteligência, coragem e belas formas de se comunicar pela internet e redes sociais. Na região da Grande Tijuca, composta pelos bairros Grajaú, Vila Isabel, Maracanã e Andaraí, locais onde estão três impor-



tantes escolas de samba do Rio de Janeiro, encontramos duas experiências funcionando, duas rádios. Será que a Comunicação Popular não combina com carnaval? Não deve ser isso. Ao contrário, é justamente na comunidade do Morro do Borel, berço da escola de samba Unidos da Tijuca, fundada em 1931, que encontramos uma das mais antigas rádios comunitárias da cidade, completando 20 anos neste 2021. A outra rádio, criada em 2015, fica no Salgueiro, cujo nome não necessita explicações, pelo menos no Rio de Janeiro. A poderosa escola de samba **Unidos do Salgueiro** é bem conhecida por muitos.

Na Formiga, também na Tijuca, tem a Império da Tijuca, fundada em 1940. É nessa comunidade que resiste um lindo grupo de **Folia de Reis Mirim**. Desde 2016, o objetivo desse grupo é manter viva a cultura do reisado, transmitindo seus saberes às novas gerações: o respeito à diversidade religiosa, étnica e cultural. O projeto realiza apresentações em outras comunidades, o que possibilita aos participantes conhecer melhor sua própria história e se integrar a outros coletivos de cultura popular e de educação. Ao longo da pandemia de covid-19, o grupo realizou uma vaquinha a fim de levantar recursos que ajudassem os artistas mirins e seus familiares com cestas básicas, além da compra de materiais e equipamentos para campanhas de conscientização sobre a doença. A vaquinha

também serviu para a manutenção e compra de novos instrumentos musicais utilizados pelo grupo. Borel e Formiga já protagonizaram momentos marcantes da comunicação popular nas décadas de 1950 e 1970.

Em no Salgueiro também tem cultura popular. A cultura por lá não é só carnaval. Tem o **Caxambu do Salgueiro**. A formação do grupo se confunde com o próprio nascimento da comunidade do Morro do Salgueiro, que data do início do século XX, quando negros libertos das fazendas do interior do Rio, Espírito Santo e Minas, começaram a ocupar o local. Em entrevista para o jornal



O Globo, em 7 de junho de 2013, Tia Denise, uma das figuras ilustres do grupo de jongo, afirma que o compromisso “é não deixar a cultura afro morrer”, pois é uma forma dos integrantes afirmarem sua identidade. O grupo também foi inspiração para o sambista e ilustre morador da comunidade, Almir Guineto, na composição da música Dança do Caxambu, sucesso da década de 1980. O Jongo do Caxambu do Salgueiro é uma das mais importantes manifestações folclóricas do morro, e tem em pessoas como Tia Dorinha, 89 anos, e Ninica, 77 anos, o símbolo de uma tradição que passa de geração a geração.

Mas, voltando à **Comunicação Popular**. Podia ter mais. A Zona Oeste do Rio é muito populosa. A Baixada também. Obviamente, sabemos que nem tudo o que existe no estado do Rio está aqui. Muito certamente experiências importantes nos escaparam. Aqui temos uma amostra grátis do tipo que provamos nos supermercados. Para dar gosto e querer mais. Mas fica a pergunta: existem outras experiências e nós não as conhecemos? Essa pergunta pretendemos responder no ano de 2022, quando daremos continuidade a este trabalho. De antemão, dizemos que sim. Por ora podemos afirmar:

- ✓ Falta comunicação popular no Rio de Janeiro.
- ✓ Existe uma boa comunicação popular no Rio de Janeiro concentrada nas regiões acima citadas.
- ✓ Ela se dá quase majoritariamente pela internet, com uma excelente produção.
- ✓ Apesar de a pandemia de coronavírus ter atrapalhado bastante sua distribuição, o jornal impresso existe e se mantém como importante veículo de comunicação em algumas comunidades. São eles: **Fala Roça, Ainda não pensei, Fala Manguinhos, Voz das Comunidades, Maré de Notícias, Jornal Abaixo-Assinado de Jacarepaguá, A Voz da Favela, Voz das Comunidades.**
- ✓ É preciso muita articulação política e muito trabalho para que a comunicação popular se expanda pela cidade.

O campo é fértil. Como não separamos comunicação de educação e nem de cultura, acreditamos que o sol vai brilhar na comunicação popular. Assim como brilha a **Folia de Reis do Santa Marta**. Movimento cultural que teve seu início em outro bairro do Rio de Janeiro, a Ilha do Governador, sob a batuta de Mestre Zé Cândido, e chegou no morro Dona Marta durante os anos 1950. Desde en-



tão, teve os mestres Luiz, Joãozinho, Dodô, Zé Diniz e atualmente quem está à frente é mestre Riquinho. Além de ser um importante movimento cultural da favela localizada no bairro de Botafogo, a folia também é um espaço de interação e formação dos jovens da comunidade. O sol brilhará também, assim como brilha o **Coletivo de Educação Popular Margarida Maria Alves**. Sediado em Campo Grande, Zona Oeste do Rio de Janeiro, o Coletivo de Educação Popular Margarida Alves atua construindo processos para a educação popular, formação política e assessoria de movimentos populares.

Promove debates e busca mobilizar a população local em prol de temas importantes como água,

luz e moradia. É possível acompanhar suas atividades através de sua página no Facebook, onde são sempre atualizadas as informações ou campanhas que estejam promovendo. Assim como brilha a **Teia de Solidariedade da Zona Oeste organizada** criada em março de 2020, durante a pandemia, reunindo mulheres negras que atuam em diferentes coletivos, organizações e instituições. O objetivo central de sua existência é a luta em comum que travam contra as desigualdades de raça, gênero e classe. Elas estão nos bairros de Campo Grande, Bangu, Santa Cruz, Sepetiba, Pedra de Guaratiba, Vargens, Quilombo Dona Bilina, Quilombo do Camorim, Recreio e Jacarepaguá. Campo Grande é o bairro mais populoso no Rio, de acordo com o censo do IBGE de 2010: há dez anos eram 328 mil moradores.

A Teia organiza e distribui cestas básicas, cestas de alimentos frescos agroecológicos, álcool gel e máscaras para 450 famílias. Incide indiretamente sobre a vida de 6 mil pessoas através do grupo de trabalho que acompanha o plano diretor do município e de ações de comunicação popular através de carros de som, *lives* e atuação nas redes sociais. São 30 militantes, cerca de 70 integrantes de grupos de WhatsApp que contribuem eventualmente e 496 doadoras e doadores. Na equipe de comunicação atuam nove mi-

litantes. A comunicação interna é feita a partir de WhatsApp e reuniões *on-line*. Já a externa é através do site e redes sociais como o Instagram e Facebook. Como podemos ver, o terreno é fértil...

 www.mulheresazonaoeste.bonde.org

Comunicação Sindical

A Comunicação Sindical no Rio passa por transformações que a colocam atuando com mais força no mundo digital. Jornais impressos ainda existem, mas muitos sindicatos optaram pela comunicação pela Internet. Grandes equipes fixas de jornalistas parece coisa do passado. O Sindicato dos Comerciários de Nova Iguaçu insiste: o **Jornal dos Comerciários** é publicado mensalmente, com tiragem de 7 mil exemplares. “Mesmo na pandemia não paramos de fazer o jornal impresso. A direção, tomando todos os cuidados, foi à luta com o jornal em mãos!”, afirma o jornalista Ricardo Soares.

No Sindicato dos Bancários, o jornal **Bancário** já foi diário. Atualmente, uma edição semanal circula com 9 mil exemplares. Durante a pandemia, houve uma interrupção de sua circulação e um debate interno na direção do Sindicato sobre a continuidade da versão impressa. Este debate ainda não foi concluído e a impressão continua. No Sindicato dos Bancários de Friburgo, o jornal mensal **Atuação**, que tinha tiragem de 1.200 exemplares, deixou de circular desde o início da pandemia, mas voltará a circular, segundo a direção da entidade.

O Sindipetro-RJ mantém a impressão do Boletim Sindipetro-RJ, com tiragem de 10 mil exemplares. Desde julho de 2017, o informativo substituiu o antigo jornal **Surgente**, que era publicado desde os anos 1960. O Sindicato dos Trabalhadores dos Correios conta com o jornal impresso **Grito Ecetista**, com periodicidade mensal e tiragem de 6 mil exemplares.

Até 2020, o Sindsprev- RJ manteve o seu jornal formato tablóide, 8 páginas, com tiragem de 20 mil exemplares, que era publicado mensalmente, mas, devido à pandemia, deixou de circular, assim como os boletins impressos, com conteúdo específico. Além dos meios digitais, o Sindipetro-NF mantém a circulação de um jornal impresso, com periodicidade semanal: o **Nascente**, que começou a rodar em 1997 e atualmente circula com tiragem de 7 mil exemplares.



Pelo que podemos perceber, a comunicação virtual foi incorporada à Comunicação Sindical. O boletim eletrônico Rápido, da CUT-RJ foi, provavelmente, o primeiro boletim eletrônico sindical no Brasil. Circulou diariamente de 1992 a 2007. Parou de circular com as mudanças na secretaria de Comunicação da entidade que resultaram no afastamento da jornalista Claudia Santiago, responsável pelas publicações da entidade de 1988 a julho de 2007. O Sinttel-Rio tem no Youtube seu principal veículo: seu canal, a WebTV Sinttel-Rio, com mais de dez anos no ar, conta com 4.140 inscritos e reúne milhares de vídeos, somando 805.784 visualizações. As publicações impressas ainda não foram descartadas. Pela conversas que tivemos ao longo da pesquisa, entendemos que há os que pretendem mantê-las; e que em alguns lugares elas estão por um fio.

Concluindo... Neste trabalho sobre a Comunicação Sindical procuramos contar um pouco da história das entidades e de sua comunicação. Nossas mais sinceras desculpas aos que ficaram de fora deste trabalho. Alguns muito importantes na história dos Sindicatos no Rio de Janeiro, como os sindicatos dos professores do Rio de Janeiro, o Sindicato dos Metalúrgicos e o dos Ferroviários, entre outros. Essa pesquisa foi feita nos primeiros meses de 2021, durante a segunda onda da pandemia no Brasil, o que dificultou muito nossa capacidade de comunicação. Naquele momento deparamo-nos com cenas de pacientes morrendo em Manaus devido à falta de oxigênio. No Rio houve aumento nas taxas de



ocupação dos leitos de UTI. Foi um momento difícil para a atuação de pesquisadores. A conclusão central, sem dúvida, é que a Comunicação Sindical agiu rápido em uma conjuntura adversa e manteve os sindicatos conectados com suas bases. Muito há por vir na Comunicação Sindical do futuro. Veremos...

CONTATOS:

Folia de Reis Mirim do Morro da Formiga:

📌 @foliaderesimirimorrodaformiga

📺 Folia de Reis Abrilhante Estrela de Belém

Caxambu do Salgueiro:

📷 @caxambu_do_salgueiro

📌 @caxambudosalgueiro

Folia de Reis do Santa Marta:

📌 Folia de Reis Penitentes do Santa Marta

Coletivo de Educação Popular Margarida Maria Alves:

📌 @cepmargaridamariaalves

Teia de Solidariedade da Zona Oeste:

🏠 www.facebook.com/teiasolidariedadZO

Grande abraço!

Equipe do Núcleo Piratininga de Comunicação.



**1979:
VITO GIANOTTI E WALDEMAR
ROSSI DURANTE A GREVE DOS
METALÚRGICOS DE SÃO PAULO, SP.**

BIBLIOGRAFIA

E OUTRAS FONTES DE LEITURA

ADORNO, Theodor W. A indústria cultural. In: **Comunicação e indústria cultural**. São Paulo, Nacional, 1977, pp.287-295.

BASTOS, Pablo Nabarrete. **Ecos de espelhos - movimento Hip Hop do ABC Paulista**: sociabilidade, intervenções, identificações e mediações sociais, culturais, raciais, comunicacionais e políticas. 2008. Dissertação (Mestrado em Interfaces Sociais da Comunicação) - Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2008.

BASTOS, Pablo Nabarrete. **Marcha dialética do MST**: formação política entre campo e cidade. 2015. Tese (Doutorado em Interfaces Sociais da Comunicação) - Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2015.

BRITTO, Valério. **Rede Globo 40 anos de poder e hegemonia**. São Paulo: Paulus, 2005.

COUTINHO, Suzana Costa. **Comunicação e educação popular: reflexões e propostas**. Em <http://site.adital.com.br/site/noticia.php?lang=PT&cod=44263>. Acesso em 19.2.2015.

FREIRE, Paulo. **Extensão ou comunicação?** São Paulo, Paz e Terra, 1977.

_____. **Pedagogia da Autonomia**. Saberes necessários à prática educativa. São Paulo: Paz e Terra, 1996.

GIANNOTTI, Vito. **O que é jornalismo sindical**. São Paulo: Brasiliense, 2000.

GIANNOTTI, Vito. **Muralhas da linguagem**. Rio de Janeiro: Mauad, 2004.

GIANNOTTI, Vito e Domingues, Sergio.

Dicionário de politiquês. Rio de Janeiro: Mauad: 2009.

GIANNOTTI, V.; Santiago C.; Domingues, S.

Manual de linguagem sindical. Petrópolis: Vozes, 1999.

GIANNOTTI, Vito. **Muralhas da linguagem.**

Rio de Janeiro: NPC/ Perseu Abramo, 2015.

KAPLÚN, M. **El comunicador popular.** Quito: CIESPAL, 1985.

KAPLÚN, Mario. **Una pedagogía de la comunicación.**

Madrid: Ediciones de la Torre, 1998.

LAGE, Nilson. **Relacionamento do repórter com as fontes:**

procedimentos e teorias. IX Compós: Porto Alegre/RS, 2000.

Disponível em: http://www.compos.org.br/data/biblioteca_1432.pdf.

LENINE, V.I. **Informação de classe.** Lisboa: Iniciativas Editoriais, 1975.

LIMA DE, A. Venício. **Mídia: Teoria e Política.**

São Paulo: Perseu Abramo, 2001.

_____. **Liberdade expressão x Liberdade de imprensa.**

São Paulo: Publisher Brasil, 2010.

MANFREDI, Silvia. **Formação sindical no Brasil.**

São Paulo: Escrituras, 1995.

MARIÁTEGUI, José Carlos. **Siete ensayos de interpretación**

de la realidad peruana. Lima: Minerva, 1928.

MATTELART, Armand. **Pensar as mídias.** São Paulo: 2004.

MATTOS, Marcelo Badaró. **Novos e velhos sindicalismos – Rio**

de Janeiro (1955/1988). Rio de Janeiro: Vício de Leitura, 1998.

_____. **Trabalhadores e sindicatos no Brasil.**

São Paulo: Expressão Popular, 2009.

MIANI, Rozinaldo Antonio. **A representação iconográfica**

da cidadania na história política do Brasil no final do século XX.

Líbero - Revista eletrônica do Programa de Mestrado em

Comunicação da Faculdade Cásper Líbero, ano 20, n.39, p.95-111, jan./ago. 2017.

MIANI, Rozinaldo Antonio. **Os pressupostos teóricos da comunicação comunitária e sua condição de alternativa política ao monopólio midiático.** Intexto, Porto Alegre, UFRGS, v.2, n.25, p.221-233, dez. 2011.

MOURA, C. **Dialética radical do Brasil negro.** 2. ed. São Paulo: Anita, 2014.

MORAES, Reginaldo. **Neoliberalismo, de onde veio e para onde vai.** São Paulo: Senac, 2002.

PAIVA, Raquel. **O Retorno da Comunidade.** Rio de Janeiro. Mauad X, 2007.

PERUZZO, Cíclia. **Comunicação nos Movimentos Populares.** São Paulo: Vozes, 1998.

PINTO, A. F. M. **Imprensa negra no Brasil do século XIX.** São Paulo: Selo Negro, 2010.

RAMONET, Ignácio. **A tirania da comunicação.** Petrópolis: Vozes, 1999.

SANTIAGO, Claudia; Giannotti, Vito; **Comunicação Sindical: a arte de falar para milhões.** Petrópolis: Vozes, 1996.

SANTIAGO, Claudia. **Experiências em Comunicação Popular no Rio de Janeiro ontem e hoje.** Rio de Janeiro: EditoraNPC, 2015.

SCHNEIDER, Marina. **Curso de comunicação popular do NPC inspira outros cursos e atividades de comunicação em comunidades do Rio de Janeiro, Niterói e Arraial do Cabo.** Em <http://nucleopiratininga.org.br/curso-de-comunicacao-popular-do-npc-inspira-outros-cursos-e-atividades-de-comunicacao-em-comunidades-do-rio-de-janeiro-niteroi-e-arraial-do-cabo>.

VALENTE, Jonas. **Regulação democrática dos meios de comunicação.** São Paulo: Ed. Perseu Abramo, 2013.

WERNECK, S. Nelson. **História da Imprensa no Brasil.** Rio de Janeiro: Mauad, 1998.

BRASIL DE FATO

O DESAFIO DIÁRIO DE DIALOGAR
SOBRE ASSUNTOS COMPLEXOS
DE UM JEITO ACESSÍVEL

Por Jaqueline Suarez

Por mais de uma década, o jornalista Nilton Viana foi editor-chefe do Brasil de Fato, jornal que ajudou a fundar em 2003. Lançado durante o Fórum Social Mundial (FSM), em Porto Alegre, o projeto foi a concretização de um sonho da esquerda brasileira da época. As experiências com as edições especiais do Jornal Sem Terra são, de certo modo, embriões do projeto Brasil de Fato.

Em 2013, o jornal passa por uma reformulação que desagua na produção de jornais nos estados. O Rio de Janeiro foi o primeiro Estado a ter uma publicação própria. O formato tabloide tinha a intenção de facilitar a leitura do jornal durante a condução e era distribuído gratuitamente em pontos de grande circulação de pessoas.

“A primeira fase do jornal foi importante para consolidar o nome do Brasil de Fato nacionalmente, mas a avaliação feita naquele momento era que o debate ficava circunscrito à militância universitária, militantes de partidos e movimentos, e à classe média progressista e isso não seria suficiente para mudar a correlação de forças na sociedade brasileira”, explica Vivian Virissimo, que começou no Brasil de Fato em 2012. A jornalista chegou a trabalhar como editora do jornal impresso do Rio. O tabloide, que circula desde maio de 2013, atualmente tem tiragem de 20 mil exemplares semanais. O jornal teve a distribuição suspensa no começo de 2020 por causa da pandemia de Covid-19. Além do impresso, a equipe mantém, ainda, um portal de notícias que veicula conteúdo multimídia e perfis próprios nas mídias so-

ciais. A expectativa é que as edições impressas voltem a circular quando a pandemia estiver mais controlada no Rio de Janeiro

No ambiente digital, o Brasil de fato vem ganhando espaço. Segundo Vivian Virissimo, o portal de notícias tem, atualmente, cerca de cinco milhões de visualizações por mês, considerando apenas o site nacional. Ao todo, nove estados possuem versões locais do Brasil de Fato. Ou seja, esses estados mantêm jornais, portais de notícias e/ou perfis nas mídias sociais próprios, de forma independente do projeto nacional.

Na raiz dessa mudança, que levou o Brasil de Fato a buscar um perfil mais local para o jornal está a necessidade de se aproximar e dialogar com a realidade dos trabalhadores em cada estado. No Rio de Janeiro, o Núcleo Piratininga de Comunicação (NPC) e a figura de Vito Giannotti, foram apoios fundamentais para essa transformação.



PRODUÇÃO



-  @NPC_
-  @nucleopiratininga
-  @nucleopiratininga
-  npiratininga
-  www.nucleopiratininga.org.br
-  npiratininga@piratininga.org.br
-  (21) 2220- 4895 / 99628-5022 / 99628-3667

