
GUIA PARA PAUTAR A CAMPANHA SALARIAL UNIFICADA 2024 NO SEU SINDICATO DE JORNALISTAS



Campanha Salarial Nacional
Unificada 2024 das e dos Jornalistas

**QUEM DEFENDE O
JORNALISMO,
VALORIZA AS E OS
JORNALISTAS!**

FENAJ
FEDERAÇÃO NACIONAL DOS JORNALISTAS

SINDICATOS
FILIADOS

APRESENTAÇÃO

Levando em consideração o desafio lançado para 2024 pela Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ), que convocou os 31 Sindicatos filiados e toda a categoria para se engajarem na primeira Campanha Salarial Nacional Unificada dos/das Jornalistas, apresentamos o Guia para Pautar a Campanha Salarial Unificada no seu Sindicato, uma ferramenta indispensável para entidades representativas da categoria jornalística em nível estadual, regional ou municipal.

Este guia abrange desde a compreensão do processo de campanha salarial integrada até a implementação de estratégias eficazes de negociação e mobilização. Com foco na valorização, reconhecimento e garantia de direitos dos trabalhadores do jornalismo brasileiro, o documento oferece orientações detalhadas sobre como adaptar a pauta nacional às necessidades locais, a importância das estratégias de visibilidade da mobilização, a organização de eventos de lançamento e ações de mobilização, entre outros aspectos fundamentais para o sucesso da campanha.

Convidamos os nossos Sindicatos a usarem este instrumento como um aliado indispensável para fortalecer as lutas locais da categoria, impulsionando a voz dos jornalistas e promovendo mudanças significativas em suas condições de trabalho e remuneração.

O QUE É E COMO ACONTECE UMA CAMPANHA SALARIAL UNIFICADA?

Uma campanha salarial unificada é um processo coordenado entre diversos sindicatos ou entidades representativas de trabalhadores, geralmente de uma mesma categoria profissional, setor de atividade ou de vários setores.

Desde a sua criação, em 1946, a Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ) tem convocado os Sindicatos filiados para

o objetivo comum de negociar condições salariais, benefícios e direitos trabalhistas. Agora, a entidade propõe que este esforço seja realizado de forma conjunta, seja em nível nacional, estadual ou municipal.

Essa união de forças visa impulsionar a resistência dos jornalistas e ampliar sua capacidade de negociação diante das entidades patronais. A campanha salarial unificada é uma estratégia importante para garantir melhores condições de trabalho, salários justos e benefícios adequados para os profissionais, promovendo assim a valorização e o reconhecimento do jornalismo e dos jornalistas que o desempenham em todo o país, permitindo trocas de informações e experiências que reforçam a atuação dos sindicatos e ampliam a mobilização da categoria!

PROCESSO DA CAMPANHA SALARIAL UNIFICADA:

ENTENDIMENTO DA CAMPANHA SALARIAL: A campanha salarial é um processo organizado anualmente pelos sindicatos e entidades representativas dos jornalistas para negociar condições salariais, benefícios e direitos trabalhistas com as organizações privadas e públicas que empregam trabalhadores do jornalismo. Coordenada pela FENAJ, em nível nacional, e executada pelos sindicatos de jornalistas, em nível local, o movimento busca melhorias nas condições de trabalho e na qualidade de vida dos profissionais.

DEFINIÇÃO DE TEMAS E PAUTAS COMUNS: A FENAJ, em parceria com as entidades filiadas, define, anualmente, os temas e pautas comuns que serão apresentados na campanha de cada ano. Isso pode incluir demandas como reajuste salarial, melhoria nas condições de trabalho e ampliação de benefícios.

Temática e Identidade Visual: A temática geral da Campanha Salarial em 2024 é "Quem defende o Jornalismo, valoriza as e os Jornalistas!". As entidades filiadas devem adotar essa temática e a identidade visual da campanha nacional.

PAUTA LOCAL: A pauta geral da campanha nacional serve como um ponto de partida para as negociações em todo o país. No entanto, é essencial compreender que as realidades e necessidades dos jornalistas variam de acordo com cada região, estado e município. Portanto, durante o processo de negociação, é fundamental adaptar a pauta nacional às demandas específicas de cada localidade. Isso significa identificar questões prioritárias que refletem as particularidades do jornalismo em determinada região e incorporá-las à agenda de negociações. A adaptação da pauta para as necessidades locais permite que as reivindicações dos jornalistas sejam mais relevantes e eficazes, aumentando as chances de alcançar acordos que atendam às demandas específicas de cada base. Dessa forma, a campanha salarial unificada se torna mais inclusiva e representativa, garantindo uma abordagem mais abrangente e assertiva em relação às melhorias desejadas pelos profissionais de jornalismo de cada localidade do país.

LANÇAMENTOS LOCAIS: A campanha salarial unificada nacional será lançada pela FENAJ ao fim de cada ano, seguindo o calendário de lutas que antecede o período de mobilização estabelecido. A campanha salarial nacional deste ano foi apresentada ainda em novembro de 2023. Desde então, os sindicatos filiados foram convocados a realizar os lançamentos antes da primeira data-base da categoria. Isso é especialmente importante, considerando que em alguns estados, as negociações coletivas desses profissionais são divididas em segmentos, como jornal/revista, rádio/TV, assessoria de imprensa, site/portal etc. É fundamental marcar lançamentos locais da campanha nos Sindicatos, com a participação dos profissionais da área e lideranças sindicais. Esses eventos podem incluir assembleias, reuniões informativas e atividades de mobilização.

CAMPANHA DE MÍDIA: A pauta da campanha deve ser apresentada de forma abrangente através de diferentes meios de comunicação, como mídias sociais, sites, rádio, jornais locais, entre outros, para que a categoria tome conhecimento da pauta e participe da discussão das principais reivindicações.

ORIENTAÇÃO PARA AS VICES-REGIONAIS DA FENAJ: Os dirigentes da Federação que ocupam os cargos de vice-presidentes regionais devem orientar e acompanhar as campanhas dos Sindicatos filiados, oferecendo suporte político e institucional, de forma a conectar a campanha local às lutas nacionais integradas da categoria.

PROTOCOLO DA PAUTA DO SINDICATO: Os sindicatos de jornalistas devem protocolar previamente a pauta da categoria junto aos sindicatos de empregadores, empresas e organizações públicas relevantes, formalizando as demandas dos jornalistas. Esse processo é fundamental para iniciar as negociações e garantir que as reivindicações dos trabalhadores sejam oficialmente apresentadas às partes empregadoras. O protocolo da pauta do Sindicato envolve o envio formal do documento que lista as demandas e necessidades dos jornalistas em relação às condições de trabalho, salários, benefícios e outros aspectos relacionados ao exercício da profissão.

ORGANIZAÇÃO E MOBILIZAÇÃO: As entidades do sistema federativo (FENAJ e sindicatos) mobilizam os jornalistas para participarem das atividades da campanha, como assembleias, manifestações e atos públicos. A mobilização é fundamental para demonstrar a força e a união dos jornalistas em torno das reivindicações apresentadas.

NEGOCIAÇÃO COM PATRÕES: As entidades sindicais de primeiro grau - os sindicatos estaduais, regionais ou municipais de jornalistas - negociam diretamente com os vários tipos de representação dos empregadores, buscando alcançar acordos que atendam às demandas dos jornalistas.

MEDIÇÃO DO MINISTÉRIO DO TRABALHO: No Brasil, as negociações coletivas entre sindicatos de jornalistas e empregadores podem ser mediadas pelas Secretarias Regionais do Trabalho, vinculadas ao Ministério do Trabalho e Emprego (MTE), por meio do setor de Negociação Coletiva. Essas secretarias têm o objetivo de facilitar o diálogo entre as partes, oferecendo suporte técnico e orientações em conformidade com a legislação.

ARBITRAGEM: Em casos de dificuldades nas negociações, pode haver intervenção de árbitros para auxiliar na resolução de impasses e na busca por consenso entre as partes. É quando os debates, eventualmente, são judicializados ou são acompanhados por órgãos do Sistema de Justiça, como os Ministérios Públicos do Trabalho, que possuem representações nos estados.

Dissídio coletivo: Se os órgãos de mediação não derem conta, resta a Justiça. Isso acontece porque elaborar um documento que satisfaça os interesses de todos os envolvidos nas relações de trabalho, incluindo empregadores e colaboradores, é uma tarefa complexa (e são os empregadores na maioria das vezes que demonstram a intransigência na hora de negociar). Em muitas ocasiões, as negociações coletivas não resultam em acordo entre os sindicatos, o que leva a este recurso judicial. Este processo é acionado quando há discordância sobre diversos aspectos, sendo as questões de reajustes salariais uma das mais frequentes. Nessa etapa, a Justiça do Trabalho intervém para resolver os impasses e decidir sobre os conflitos em questão. Com a reforma trabalhista de 2017, para que isto seja acionado, as partes envolvidas, ou seja, os sindicatos de jornalistas e os empregadores, devem em consenso recorrer ao instituto do dissídio coletivo. A outra possibilidade ao dissídio judicial é a deflagração de uma greve da categoria.

INCLUSÃO DE TODAS AS FUNÇÕES E PROFISSIONAIS DO SETOR:

A campanha deve refletir a necessidade de todas as funções e grupos profissionais integrantes do jornalismo, garantindo que as demandas de todos os setores sejam consideradas.

SEMINÁRIOS, ATOS E PROTESTOS: Seminários, atos e protestos podem ser organizados como parte da campanha, quando necessário, para chamar a atenção da população e das autoridades para as demandas dos jornalistas.

DIVULGAÇÃO NOS LOCAIS DE TRABALHO: A campanha deve ser divulgada nos locais de trabalho, por meio de cartazes, panfletos, murais informativos e também por meio de reuniões e assembleias. Isso porque é importante manter a transparência

e a comunicação constante com os trabalhadores, informando sobre o andamento das negociações, os resultados obtidos e os próximos passos a serem seguidos. A realização de assembleias periódicas, que podem ser presenciais ou virtuais, também é uma ferramenta muito importante para manter a coesão da categoria e debater os rumos da campanha salarial.

TER ESTRATÉGIA PARA AS REDES SOCIAIS: Para garantir uma campanha salarial bem-sucedida, é crucial que os sindicatos incorporem uma estratégia de comunicação profissional e robusta, sobretudo nas redes sociais. Uma presença sólida nas plataformas digitais permite alcançar um público mais amplo, engajar os trabalhadores e divulgar informações relevantes sobre a campanha. Os sindicatos devem utilizar as redes sociais para compartilhar atualizações sobre as negociações, mobilizar os membros para eventos e manifestações, além de promover a conscientização sobre as demandas dos trabalhadores do serviço público. Uma comunicação eficaz nas redes sociais fortalece a visibilidade e a credibilidade do sindicato, possibilitando uma maior adesão dos trabalhadores e ampliando o impacto da campanha. A Secretaria de Mobilização, Negociação Salarial e Direito autoral da FENAJ elaborou materiais, que podem ser digitais ou impressos, sobre a Campanha Salarial Nacional Unificada dos Jornalistas 2024.

TEM QUE INFORMAR À FENAJ: Tudo o que acontece na campanha salarial de cada local precisa ser comunicado à FENAJ, garantindo assim uma atuação alinhada e fortalecida em níveis estaduais e nacional. Essa comunicação é essencial para assegurar que todas as ações da campanha estejam alinhadas com as diretrizes e estratégias definidas em âmbito estadual e nacional, fortalecendo a representatividade dos jornalistas e ampliando o impacto das reivindicações em todo o país. Além disso, ao informar à Federação, é possível receber orientações, apoio técnico e suporte que contribuem para o êxito da campanha salarial no Sindicato.

A IMPORTÂNCIA DA NEGOCIAÇÃO COLETIVA

A campanha salarial tem como fim principal chegar ao processo de negociação coletiva, que é o estabelecimento de diálogo e negociação entre os representantes dos trabalhadores, como os sindicatos, e os empregadores. Esse processo visa estabelecer condições de trabalho, salários, benefícios e outras questões relacionadas ao emprego, de forma coletiva e democrática.

Por meio da negociação coletiva, as partes buscam alcançar acordos que atendam aos interesses tanto dos trabalhadores quanto dos empregadores, levando em consideração as necessidades e realidades específicas de cada setor ou categoria profissional. No caso dos sindicatos de trabalhadores, nosso principal objetivo é ampliar e conquistar novos direitos para a nossa categoria, melhorando suas condições de vida e de trabalho.

No contexto da campanha salarial dos jornalistas, as negociações dos Sindicatos de Jornalistas podem ser estabelecidas com os sindicatos patronais do setor de comunicação, quando são criadas as convenções coletivas de trabalho (ou CCT), um instrumento previsto nas leis trabalhistas, por meio da Consolidação das Leis do Trabalho (CLT).

Uma convenção coletiva é um acordo firmado entre os sindicatos representantes dos trabalhadores de determinada categoria profissional e os sindicatos representantes das empresas empregadoras. Esse acordo estabelece, a partir de uma série de cláusulas, as condições de trabalho, os direitos e os deveres tanto dos trabalhadores quanto das empresas dentro de um setor específico, como é o caso do setor de comunicação, onde estão inseridos os jornalistas.

Além das convenções coletivas, o sindicato de profissionais também pode negociar diretamente com cada empresa ou organização empresarial. Neste caso, são estabelecidos acordos coletivos de trabalho (ou ACT), que são instrumentos também previstos na CLT e firmados entre um sindicato de jornalistas e

uma empresa específica. Esses acordos regulamentam as condições de trabalho, os benefícios, os salários e outros aspectos pertinentes à relação laboral dentro da empresa em questão.

Além disso, o sindicato dos jornalistas pode negociar com o setor público das três esferas (municipal, estadual e federal) para garantir direitos dos jornalistas que trabalham no serviço público. Essas negociações visam estabelecer condições de trabalho adequadas, remuneração justa, benefícios e outras questões relacionadas ao exercício da profissão no âmbito do serviço público. Nesse caso, ao invés das CCTs e ACTs, decretos, leis e regulamentos instituídos pelos poderes Legislativo e Executivo estabelecerão os direitos e garantias de jornalistas neste setor. Garantir condições dignas de trabalho para os jornalistas em todas as esferas é uma das missões fundamentais dos sindicatos da categoria.

APONTE A CÂMERA
DO SEU CELULAR
PARA O QR CODE OU
CLIQUE NA IMAGEM
PARA **ACESSAR O
MATERIAL COMPLETO
DA CAMPANHA
SALARIAL UNIFICADA
2024 PARA O SEU
SINDICATO.**



Elaboração:

Secretaria de Mobilização, Negociação Salarial e Direito Autoral
Secretário – Rafael Mesquita
Secretário-adjunto – Thiago Tanji

Diagramação:

Igor Thawen

Revisão:

Samira de Castro



Campanha Salarial Nacional
Unificada 2024 das e dos Jornalistas

QUEM **DEFENDE** O
JORNALISMO,
VALORIZA AS E OS
JORNALISTAS!



fenaj.org.br



@fenajoficial



/fenajoficial



fenajoficial

FENAJ
FEDERAÇÃO NACIONAL DOS JORNALISTAS

SINDICATOS
FILIADOS