



PLANO GERAL DE COMUNICAÇÃO DO ANDES-SN



EXPEDIENTE:

Plano Nacional de Comunicação do Sindicato Nacional dos Docentes das Instituições de Ensino Superior - ANDES-SN

Setor Comercial Sul (SCS), Quadra 2, Ed. Cedro II, 5º andar, Bloco C,
CEP: 70302-914, Brasília, DF.
Tel.: 61 39628400

Email: imprensa@andes.org.br
www.andes.org.br | www.facebook.com/andessn | twitter.com/andessn

Gestão 2023/2025

Presidente:

Gustavo Seferian Scheffer Machado

Secretária-Geral:

Francieli Rebelatto

1ª Tesoureira:

Jennifer Susan Webb

Diretor responsável por Imprensa e Divulgação:

Fernando Lacerda Júnior

Conteúdo produzido pelo Grupo de Trabalho de Comunicação e Arte | GTCA

Coordenação do GTCA

Caroline de Araújo Lima (UNEB)
César André Luiz Beras (FURG)
Fernando Lacerda Júnior (UFG)
Letícia Carolina Pereira do Nascimento (UFPI)

Fotos:

Eline Luz/ANDES-SN
Acervo CDOC ANDES-SN

Projeto Gráfico/Diagramação/Ilustração

Jimmy Carter F. L.

Home page:

www.andes.org.br

Sumário

INTRODUÇÃO AO PLANO GERAL DE COMUNICAÇÃO DO ANDES	05
--	----

TÍTULO I - Base em que se assenta	07
--	----

TÍTULO II - Demandas imediatas	09
---	----

TÍTULO III - Estratégias gerais	10
--	----

TÍTULO IV - Constituição de relações internas de comunicação	11
--	----

TÍTULO V - Constituição de relações de comunicação com demais entidades e movimentos sociais classistas	12
--	----

TÍTULO VI - Espaço nos meios de comunicação comerciais e alternativos	13
---	----

TÍTULO VII - Público-alvo	14
--	----

TÍTULO VIII - Perfil e estratégias de comunicação	15
--	----

TÍTULO IX - Instrumentos de comunicação	16
--	----

TÍTULO X - Perfil editorial	19
--	----

TÍTULO XI - Identidade visual	19
--	----

TÍTULO XII - Equipe de comunicação	20
---	----

TÍTULO XIII - Arte e comunicação	21
---	----

TÍTULO XIV - Final	21
---------------------------------	----

CONCLUSÃO	22
------------------------	----

INFORMA ANDES

Nº 1 - novembro - 1990

Editorial

Unir os SPFs na campanha salarial

1º de janeiro é a data-base dos Servidores Públicos Federais. A julgar pelas declarações da Ministra da Economia, os servidores não terão mais que 50% de reajuste porque, segundo ela, tal índice provocaria a indexação (Rede Globo, 12/11). As perdas salariais no setor já atingem 441% de janeiro a dezembro.

O tratamento dispensado pelo governo Collor aos servidores é inédito e corresponde à sua política de privatização. Trata-se de sucatear as empresas públicas e os serviços essenciais, de inviabilizar o trabalho neste setor.

A Plenária dos Servidores Públicos Federais, que aconteceu no dia 10 de janeiro, definiu um calendário de luta e apoiou em proposta a Andes-SN e ADS.

Federais nesta campanha é fundamental para o enfrentamento com o governo Collor. Esta unificação exige, em primeiro lugar a unidade interna nas Universidades entre docentes e servidores combinando a luta com as exigências de verbas e autonomia.

A apresentação de uma proposta mínima consensual ao governo no dia 21 de novembro não estava prevista no calendário. Este fato não retira a força das decisões da Plenária do Rio e exige uma aprofundada discussão no Setor das Federais com vistas a uma Campanha Salarial unitária. Nessa perspectiva é a manutenção da unidade, o respeito às instâncias democráticas de deliberação e o respeito às entidades que conduzem esta cam-

Andes-SN tem desempenho decisivo na aprovação do RJU

O Projeto de Lei Nº. 4.058/89 sobre o Regime Jurídico Único (RJU) foi aprovado na Câmara dos Deputados por unanimidade e no Senado Federal por acordo de lideranças no dia 14 de novembro. A sua aprovação é mais uma vitória dos Servidores Públicos Federais no sentido de transformar um projeto que contempla várias reivindicações históricas da categoria em lei. Falta apenas que ele seja levado à sanção presidencial que ainda poderá vetá-lo. Se isso acontecer o projeto volta a ser submetido aos plênários das duas casas do Congresso Nacional.

O projeto aprovado garante, entre outros pontos apresentados integralmente, estabilidade, representação sindical, negociação coletiva,ajuizamento indenizatório de toda a categoria quanto ao trabalho, férias e assiduidade) de 3 m anos.

Introdução ao Plano Geral de Comunicação do ANDES-SN

A atualização do Plano Geral de Comunicação do ANDES-SN visa promover um diálogo coletivo e participativo sobre uma ferramenta estratégica para a afirmação da Universidade Pública, gratuita, de qualidade, laica e socialmente referenciada. Essa atualização se fundamenta em três grandes desafios:

a) Concepção da Comunicação: A comunicação é entendida como uma práxis contra-hegêmica ao capitalismo em suas diversas formas (liberais, neoliberais e protofascistas). É fundamental disputar na categoria e na sociedade novas formas de pensar e se organizar, que ofereçam elementos

programáticos sobre o ensino público que desejamos.

b) Diversidade e Abrangência: As políticas e práticas de comunicação devem refletir as particularidades de um sindicato de abrangência nacional, respeitando as diversidades culturais, políticas e econômicas. Essa diversidade deve ser a base para ações unificadas que potencializem a presença do ANDES-SN em todo o Brasil.

c) Articulação e Ação: É necessário consolidar ações contra-hegêmicas por meio de iniciativas articuladas em curto, médio e longo prazo, permitindo uma disputa em tempo real frente aos desafios impostos pela realidade em constante

transformação, decorrente das contradições do capitalismo global.

O processo de atualização do plano, do qual este documento é resultado, reafirma e traduz o plano de lutas do sindicato, respeitando a estrutura horizontal e a autonomia das seções sindicais. Este esforço reflete um acúmulo histórico de discussões que começou com a aprovação do Plano Geral de Comunicação em 2011, durante o 30º Congresso do ANDES-SN em Uberlândia/MG. A partir desse marco, começamos a conceber a política de comunicação como uma ferramenta de disputa da hegemonia capitalista, definindo estratégias, desafios imediatos e levantamentos sobre a realidade comunicacional das seções.

Nos últimos anos, as formas de comunicação mudaram significativamente devido aos avanços tecnológicos subordinados à lógica do capital, intensificando as disputas ideológicas na socieda-

de. A Internet, as mídias sociais, os “big data” e as fake news influenciam diretamente nossas formas de comunicação e luta.

Diante desse cenário, a atualização do Plano de Comunicação foi essencial e teve seu grande momento no VIII Seminário de Comunicação do ANDES-SN, realizado em 2023 em São Luís do Maranhão, com a participação de várias seções sindicais. Este seminário deu início ao processo de atualização, consolidado em um documento da diretoria nacional do ANDES-SN. A atualização foi concluída em 2024, em dois momentos: durante o 42º Congresso em Fortaleza e o 67º CONAD em Belo Horizonte.

Nas próximas páginas, apresentamos a síntese desse processo, que se traduz no plano geral atualizado, uma ferramenta vital para fortalecer nossa práxis contra-hegemônica na luta por uma Educação pública, gratuita, laica e de qualidade.

Título I

Base em que se assenta

A Comunicação no ANDES-SN está voltada para uma construção ideológica contra-hegemônica na categoria docente e na sociedade, organizando-se a partir - e como parte - das ações do plano de lutas estratégico do Sindicato e respeitando a estrutura horizontal, original da autonomia das seções sindicais.

Em sua concepção, expressará as particularidades de um Sindicato Nacional de

Docentes de Instituições de Ensino Superior com os objetivos próprios do ANDES-SN, integrando as Seções Sindicais e sindicalizadas, sindicalizadas e sindicalizados e imprimindo sentido de trabalho coletivo, sem comprometer a agilidade necessária.

Oferecerá as bases para que seja hierarquizada, por prioridades, uma combinação de iniciativas e ações articuladas de curto, médio e longo prazos.



Plano Geral de
COMUNICAÇÃO
do ANDES-SN

Título II

Demandas imediatas

Devem ser concentrados os esforços em iniciativas dirigidas à categoria docente e as demandas mais imediatas são:

1 Construir e fomentar espaços de diálogos e rede de trocas de experiências entre as equipes de comunicação e dirigentes do ANDES-SN e das Seções Sindicais, reconhecendo a pluralidade de concepções que se expressam na base;

2 Reformular a página eletrônica;

3 Estabelecer estratégias permanentes de comunicação, que divulguem a política sindical do ANDES-SN, com objetivo de atingir e envolver docentes não sindicalizadas, não sindicalizadas e não sindicalizados de universidades, institutos federais e Cefets para possibilitar sua sindicalização.

Título III

Estratégias gerais

1. Fortalecer a identidade da, de e do docente com o ANDES-SN e com suas Seções Sindicais, reconhecendo a pluralidade de concepções que se expressam na base;

2. Estimular o protagonismo docente na construção da universidade pública e do ANDES-SN;

3. Conectar e divulgar as atividades dos Grupos de Trabalho, Setores, Regionais, Seções Sindicais e os eventos promovidos pelo Sindicato;

4. Buscar a articulação entre temas específicos e gerais, locais e nacionais, em ritmo

que permita conquistar, pelos argumentos, a identidade da, de e do docente enquanto trabalhador da educação;

5. Realizar ações de comunicação informativa, formativa, socializadora e mobilizadora, a partir das demandas do Sindicato e levando em consideração as sensibilidades e disposição dos docentes, utilizando a pesquisa como mecanismo de planejamento dos instrumentos apropriados.

6. Potencializar a comunicação através do uso de mídias de redes sociais;

7. Estimular atividades formativas para profissionais de Comunicação do ANDES-SN.

Título IV

Constituição de relações internas de comunicação

1. Estabelecer uma relação de articulação entre a assessoria de comunicação do ANDES-SN e as assessorias de comunicação das Seções Sindicais para trabalhar em rede;

1.1 Quando da produção de reportagens especiais e dossiês em torno de grandes temas haverá coordenação e sistematização pela assessoria de comunicação do ANDES-SN.

2. Consolidar um sistema de intercomunicação das matérias editadas, respeitados os devidos créditos de autoria;

3. Estabelecer um espaço virtual, tipo intranet, para comunicação rápida entre diretoras, diretores, membros do GTCA e profissionais de comunicação

credenciados e um depositório, em banco de dados livre, das produções nacionais, regionais e locais que possam ser acessadas por todos;

4. Dirigentes, profissionais de comunicação contratados e prestadores de serviços ajustarão seus distintos papéis no processo de convivência, definindo o que cabe às direções e a trabalhadoras e trabalhadores em comunicação. Terão como perspectiva que cabe ao dirigente apontar o rumo político do trabalho junto com o profissional de comunicação, que dá a forma por meio da técnica jornalística sem abstrair a visão externa que deve ter. Além disto, a, e, o jornalista deve colocar-se como colaborador de dirigentes para o trato com a comunicação.

Título V

Constituição de relações de comunicação com demais entidades e movimentos sociais classistas

1. Articulação crescente na área de comunicação com o movimento classista e autônomo e com outros setores do movimento social, sindical, popular e estudantil, construindo projetos integrados a partir de uma concepção contra-hegemônica de comunicação;

2. Construir e apoiar, a partir dos princípios do ANDES-SN, projetos de comunicação contra-hegemônica comprometidos com as prioridades definidas pelo Sindicato e com a transformação social.

Título VI

Espaço nos meios de comunicação comerciais e alternativos

1. Buscar interação com as rádios comunitárias identificadas com os movimentos sociais em âmbito local. Nesta interação, atuar divulgando notícias, produzindo programas próprios ou até estabelecendo envolvimento com o projeto do veículo, para fortalecer a implementação das propostas do Sindicato Nacional;

2. Ocupar espaço nas rádios e TVs Universitárias e comunitárias, sempre que possível, por articulação das assessorias de comunicação das Seções Sindicais, tendo como referência as propostas estratégicas do ANDES-SN;

3. Utilizar estratégias variáveis segundo a realidade de cada local, para conquistar espaços na mídia e redes sociais, mesmo as que têm características comerciais, através de mecanismos que podem incluir reuniões com as editorias e articulistas, credenciando o Sindicato como fonte e referência de opinião, e participação em mídias e redes sociais (por exemplo: Podcasts, canais de Youtube), especialmente aquelas que dialoguem com as prioridades políticas do ANDES-SN;

4. As iniciativas que impliquem em campanhas na grande mídia precisam ser muito bem localizadas quanto à oportunidade e conveniência. Deverão ter base na pauta de lutas concretas em curso e articulação com a política permanente de comunicação do Sindicato;

5. Acompanhamento das tendências editoriais dos meios de comunicação a respeito dos temas mais importantes ao Sindicato e, principalmente, monitoramento da repercussão das notícias geradas a partir do ANDES-SN e de suas Seções Sindicais, com objetivo de rebater prontamente os ataques.

Título VII

Público-alvo

A definição e a priorização do tipo de ação e instrumento a ser utilizado para cada segmento do público dependerá do momento político e do objetivo, com destaque aos seguintes segmentos: diretores e diretoras; seções sindicais; membros das diretorias, dos conselhos de representantes e dos GT das seções sindicais; base da categoria em seus diversos perfis; outros segmentos universitários; movimento social e sindical; outros setores sociais; governantes e imprensa.



Título VIII

Perfil e estratégias de comunicação

Para chegar à definição do perfil e a estratégia de como alcançar cada segmento do público-alvo, além da característica da ação ou do instrumento a ser utilizado, outros elementos devem ser considerados:

1. Entender quais são as concepções de universidade que estão em disputa na nossa base;

2. A diversidade da categoria docente para, segundo os princípios do ANDES-SN, construir um formato de comunicação que dialogue e analise: o perfil da categoria; o acesso a categoria; os interesses do nosso público-alvo;

3. A identificação de perfis e elementos de interesse, como a garantia de acessibilidade, poderá exigir consultas ou pesquisas estruturadas a serem feitas diretamente, ou por contratação de empresas especializadas;

4. Encontrar alternativas para os casos especiais em que há fragilidade da Seção Sindical ou obstrução ao fluxo de informações. Nestes casos, as peculiaridades para operacionalizar a comunicação serão ajustadas à estratégia política mais ampla, definidas para cada um deles.

Título IX

Instrumentos de comunicação

Antes de apontar a necessidade de adotar novos instrumentos de informação, é preciso analisar os instrumentos e o volume de comunicação existentes e sua capacidade de geração de fatos dignos de nota. Conviver na era do intenso fluxo de informações, 24 horas por dia, exige a ponderação de que não será o volume de informações que produzirá a atração do docente ao Sindicato, mas sim a qualidade, a argumentação, a racionalidade, o ordenamento informativo, a diversidade temática, o atrativo e a identidade visual, entre outros fatores.

Este conceito deverá lastrear a definição de periodicidade dos instrumentos permanentes e a oportunidade dos instrumentos esporádicos.

Em linhas gerais, é preciso ter um diagnóstico da presença e da imagem do ANDES-SN na ca-

tegoria e na sociedade, para subsidiar a diretoria do Sindicato nas decisões político-estratégicas sobre a priorização das ações e instrumentos concretos de comunicação. Haverá um elenco de instrumentos permanentes: circulares da secretaria, web, notícias diárias, InformANDES, InformANDES digital, redes sociais, revista Universidade e Sociedade, cartazes dos eventos. Outros poderão ter o caráter descontínuo ou esporádico: InformANDES especiais, cadernos, dossiês, cartilhas, murais, folders, audiovisuais, outdoors, banner, faixas, entre outros.

1. Criar projeto editorial e gráfico para um novo InformANDES nacional que expresse as seguintes características: design gráfico moderno e atrativo; periodicidade definida; pauta variada, que contemple os assuntos de interesse dos docentes;

produção de reportagens especiais que surgem da relação com os movimentos sociais e das experiências políticas, culturais e sociais; chamamento à integração de docentes por meio da publicação de pequenos artigos sobre temas do cotidiano ou crônicas; argumentação de qualidade, politizada, que, como método, procure partir da realidade concreta dos docentes, evitando linguagem hermética; constituir personalidade ao veículo de forma que passe a ser reconhecido pelo público alvo; elaborar matérias e realizar entrevistas exclusivas com nomes da cultura, das artes e do esporte; espaço para divulgar ações socializadoras produzidas pelos docentes em projetos nas suas universidades; divulgação na base docente e também junto aos movimentos sociais;

2. Valorizar e incrementar a utilização de mídias sociais como forma de manter contato permanente com os docentes que precisam sentir-se cativados a buscar conexão com o Sindicato através delas. Exercitar a criatividade e manter a atualidade para corresponder às exigências das novas mídias;

3. A página eletrônica deverá ser transforma-

da em um Portal com identidade visual e com características de ser a expressão externa e o meio de interatividade dos diversos níveis de usuários. Espaço, ao mesmo tempo politizado e atrativo, que se constitua no centro da unidade comunicativa entre as Seções Sindicais, docentes e outros interessados. Deve ter objetivos amplos, construindo espaços de informações gerais, culturais, sociais e para a interatividade que envolva pesquisas e debates. Além disso, o Portal deve criar facilidades e atrativos para que docentes desenvolvam o hábito de consulta e cadastrem-se para receber automaticamente as mensagens. A revista Universidade e Sociedade em meio eletrônico estará disponível no Portal;

4. Reformulação e atualização contínua do microblog do ANDES-SN;

5. Devem ser definidos projetos específicos para veículos relacionados com cada um dos eventos – boletins dos Congressos, CONAD e outros;

6. Desenvolver e incentivar experiências de produção para rádio e TV, produção de documentos, a fim de que a história ou fatos marcantes



das Seções Sindicais sejam registrados, como, por exemplo, em vídeo;

7. Estudar mecanismos para superar os entraves que dificultam a recepção pelo público-alvo dos instrumentos digitais;

8. Estudar mecanismos para superar os entraves que dificultam a melhor utilização dos instrumentos impressos, especialmente enfrentando o desafio da distribuição nacional;

9. Produção de audiovisuais de atividades promovidas pelo ANDES-SN, a critério da diretoria do Sindicato, através de contratação de serviços profissionais e produção de material editado próprio para a ação política;

10. Propor, criar e desenvolver instrumentos de comunicação multissensoriais;

11. Priorizar e anunciar no expediente, quando for o caso, o uso de software livre (código aberto) na produção editorial das diversas formas de comunicação do ANDES-SN, mencionando os softwares e suas respectivas licenças.

Título X

Perfil editorial

O perfil editorial de cada instrumento será definido no projeto executivo aprovado pela Diretoria, observando entre outras exigências:

- 1.** Foco na pauta editorial que justifica o instrumento;
- 2.** Adequação da linguagem para diversos perfis de público e veículos de comunicação, garantindo a acessibilidade para pessoas com deficiência nos materiais impressos, gráficos, audiovisuais, etc.;
- 3.** A utilização do lúdico e do político na produção de material de comunicação: utilizar o humor, as charges, o artístico e a mescla de elementos culturais;
- 4.** A identidade multissensorial.

Título XI

Identidade visual

Atualmente, a gestão de marcas é uma das ferramentas de comunicação mais valorizada, pois ela é a grande responsável pela identificação de relações entre o público e a entidade. Sem um bom trato no uso da marca, fica mais difícil mobilizar para esta identificação e, pelo contrário, pode ser produzida repulsão ou indiferença, que o tempo se encarrega de transformar em esquecimento. Portanto é essencial:

- 1.** Fortalecer a logo/identidade visual do ANDES-SN junto às Seções Sindicais, com o envio da arte e materiais de comunicação do Sindicato Nacional para reprodução pelas Seções Sindicais (as bandeiras, por exemplo), considerando o manual de identidade visual do ANDES-SN.

Título XII

Equipe de comunicação

A equipe de comunicação do ANDES-SN é composta por diretores, diretoras, profissionais de comunicação e profissionais que executam serviços contratados.

1. O GT de Comunicação e Artes, como os demais grupos de trabalho do ANDES-SN, não é instância deliberativa, mas tem função de formulação, produção de estudos e assessoria temática à diretoria do Sindicato, a partir do debate nos GT locais constituídos pelas Seções Sindicais. No caso específico, há características peculiares que justificam a presença, nas reuniões, além de diretores e diretoras do ANDES-SN e de sindicalizadas, sindicalizados e sindicalizados representantes das Seções Sindicais, de jornalistas e de especialistas na área, a convite das diretorias;

2. Que as Seções Sindicais garantam, a partir de suas possibilidades, profissionais de comunicação para responder pela assessoria, editorial, reportagens investigativas, que gerenciem as redes sociais, dentre outras ações/atividades em conjunto com a direção e em diálogo com o nosso programa e plano de comunicação. As Seções Sindicais deverão garantir condições de trabalho e direitos trabalhistas sem precarização;

3. Estagiárias, estagiários e estagiários podem cumprir um papel importante, desde que o período de estágio seja organizado e tratado como uma prática de aprendizado sob orientação profissional, a partir de programa previamente traçado e acompanhado por sistemática de avaliação e respeitando a legislação específica de estágio;

4. O ANDES-SN deverá garantir equipe que atenda as demandas do Sindicato Nacional, com equipe atualizada de acordo com as novas dinâmicas e linguagens;

5. As reuniões do GTCA devem prever espaços de formação, aperfeiçoamento e troca de experiências. Além disso, devem ser previstos seminários periódicos de formação em comunicação do ANDES-SN.

Título XIII

Arte e comunicação

Que o ANDES-SN e suas Seções Sindicais promovam, em suas atividades, ações que articulem a arte como expressão política, incentivando a exposição e exibição de obras artísticas, como, por exemplo, poesias, documentários, composições musicais, etc., fortalecendo práticas culturais e artísticas nos espaços do Sindicato.

Título XIV

Final

Que o ANDES-SN e suas Seções Sindicais promovam, em suas atividades, ações que articulem a arte como expressão política, incentivando a exposição e exibição de obras artísticas, como, por exemplo, poesias, documentários, composições musicais, etc., fortalecendo práticas culturais e artísticas nos espaços do Sindicato.

Conclusão

Os 14 títulos que estruturam o plano atualizado foram elaborados de forma participativa e democrática, sendo uma conquista do nosso sindicato que busca responder a um conjunto de desafios:

► **Definição de Bases e Desafios:** Estabelecer bases, desafios imediatos e estratégias gerais que orientem a práxis contra-hegemônica do ANDES-SN, entendendo a comunicação como parte integrante da disputa ideológica na sociedade capitalista.

► **Organização Interna:** Melhorar a relação entre a assessoria de comunicação do ANDES-SN

e as assessorias das seções sindicais, assim como a relação com movimentos sociais, entidades classistas e meios de comunicação, buscando uma presença organizada e colaborativa.

► **Diretrizes Operacionais:** Definir diretrizes sobre questões operacionais que garantam uma presença unitária e integrada, com foco no nosso público-alvo, perfis e estratégias específicas da práxis comunicacional.

► **Desafio Central:** Compreender a atualização do plano geral como um desafio permanente para todas as instâncias deliberativas do ANDES-SN,

dada a complexidade crescente das formas de comunicação e disputa de ideias no contexto do capitalismo global.

Ressaltamos que, dentro desse conjunto de conquistas, reafirmamos nossas estratégias gerais para promover uma ação unitária, potente, diversa e plural, que considere as diversas realidades sociais, operacionais, políticas e culturais do ANDES-SN.

A articulação das estratégias (confira o título III) destaca o fortalecimento da identidade docente e sua pluralidade, fundamentais para enfrentar a precarização e o adoecimento da atividade docente. Isso implica estimular o protagonismo docente na construção de uma universidade pública, gratuita, laica, de qualidade e socialmente referenciada, ameaçada pela lógica privatista capitalista.

Precisamos articular nossas estruturas organizativas para integrar e potencializar as políticas do ANDES-SN, visando maximizar os resultados de nossos grupos de trabalho, setores,

regionais e seções sindicais. É fundamental articular temas específicos que reafirmem nossa identidade como trabalhadores da educação.

Operacionalmente, devemos implementar estratégias de comunicação informativa e formativa, que socializem informações e mobilizem nossa base. Para isso, é essencial realizar pesquisas e levantamentos que atualizem constantemente o cenário comunicacional do nosso sindicato. Além disso, precisamos potencializar o uso das redes sociais como uma forma complementar de disputa contra-hegemônica, sempre com foco na formação contínua de nossos profissionais de comunicação.

Essas estratégias resultam de uma ampla e democrática discussão, que não só expressa as preocupações coletivas, mas também retroalimenta nossa práxis comunicacional e a realidade, reforçando a constante disputa contra-hegemônica da categoria e o diálogo com a sociedade.



www.andes.org.br