



UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS

INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS, CIÊNCIAS E ARTES/ICHCA

TIAGO DI LUCAS GOMES

**COMUNICAÇÃO SINDICAL E O USO DO INSTAGRAM COMO FERRAMENTA
PARA A DISPUTA IDEOLÓGICA**

Maceió, 2022

TIAGO DI LUCAS GOMES

**COMUNICAÇÃO SINDICAL E O USO DO INSTAGRAM COMO FERRAMENTA
PARA A DISPUTA IDEOLÓGICA**

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC)
monográfico apresentado ao Curso de
Graduação em Jornalismo, da
Universidade Federal de Alagoas (Ufal),
como requisito parcial para obtenção do
grau de Bacharel em Jornalismo.

Orientador: Profº. Dr. Júlio Arantes
Azevedo

Maceió
2022

Catálogo na Fonte
Universidade Federal de Alagoas
Biblioteca Central
Divisão de Tratamento Técnico

Bibliotecário: Marcelino de Carvalho Freitas Neto – CRB-4 – 1767

G633c Gomes, Tiago Di Lucas.
Comunicação sindical e o uso do Instagram como ferramenta para a disputa ideológica / Tiago Di Lucas Gomes. – 2022.
49 f.

Orientador: Júlio Arantes Azevedo.
Relatório (Trabalho de conclusão de Curso em Jornalismo) – Universidade Federal de Alagoas. Instituto de Ciências Humanas, Comunicação e Artes. Maceió, 2022.

Bibliografia: f. 49.

1. Sindicatos. 2. Instagram. 3. Ciberativismo. 4. Conflito social. I. Título.

CDU: 316.773.3:331.105.44

AGRADECIMENTOS

Agradeço a cada trabalhador que suou mexendo no cimento e no concreto para construir essa casa do saber, a cada um e a cada uma que por causa de um sistema tão desigual não foi permitida a dádiva de aprender e ensinar na academia, a cada trabalhador e a cada trabalhadora que varre, passa pano e limpa as salas, os banheiros e os grandes salões da Ufal.

Aos e às que se da categoria de técnicos-administrativos e aos e às docentes que fizeram, fazem e farão da universidade um espaço de resistência da classe trabalhadora.

Aos e às jornalistas que estiveram presentes na greve que ocorreu em Alagoas, no ano de 2019. Em especial ao meu orientador, Prof^o. Dr. Júlio Arantes Azevedo, que à época não conseguiu registrar institucionalmente seu voto em favor da paralisação das atividades acadêmicas do curso de Jornalismo como forma de demonstrar apoio e integrar os piquetes que se faziam nas portas das emissoras.

Por fim, aos companheiros e às companheiras que não fiz, que fiz e que farei ao longo da minha passagem na terra.

*“É preciso não ter medo, é
preciso ter a coragem de dizer”*

Carlos Marighella

RESUMO

Este Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) tem como objetivo contribuir com o debate que há no mundo que existe para além da academia, através do olhar marxista da luta de classes, a participação das entidades sindicais na plataforma Instagram, uma rede social digital, no que diz respeito à disputa de narrativa entre as representações da burguesia e da classe trabalhadora. Ao longo das páginas desse trabalho há recortes sobre a comunicação e os conflitos de classe que se encontram no campo de batalha que é a comunicação.

Palavras-chave: Sindicato. Instagram. Ciberativismo. Luta de Classes.

RESUMEN

Este Trabajo de Conclusión del Curso (TCC) tiene como objetivo contribuir al debate que hay en el mundo que existe más allá de la academia, a través de la perspectiva marxista de la Lucha de Clases, la participación de las organizaciones sindicales en la plataforma Instagram, una red digital social, en torno a la disputa narrativa entre las representaciones de la Burguesía y la Clase Obrera. A lo largo de las páginas de esta obra hay recortes sobre la comunicación y los conflictos de clase que ocurren en el campo de batalla que es la comunicación.

Palabras clave: Sindicato. Instagram. Ciberactivismo. Lucha de Clases.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	8
2 MÍDIA HEGEMÔNICA NO BRASIL	11
3 ATUAÇÃO INICIAL DA IMPRENSA ALTERNATIVA SOB DIREÇÃO DA CLASSE TRABALHADORA NO BRASIL	18
3.1 Um recorte da Imprensa Alternativa e a luta pela Democracia nos “anos de chumbo”	21
3.2 A comunicação sindical e a disputa de narrativa	23
4 COMUNICAÇÃO SINDICAL NA ATUALIDADE	35
4.1 Internet: aliada ou inimiga da classe trabalhadora?	35
4.2 Instagram e comunicação sindical	40
CONSIDERAÇÕES FINAIS	45
REFERÊNCIAS	47

1 INTRODUÇÃO

Do surgimento do movimento organizado de trabalhadores e de trabalhadoras, no século XIX, na Inglaterra, à complexificação do sindicalismo, passando por crises e auges, a comunicação sindical é empregada como ferramenta estratégica para a disputa de ideias entre a burguesia e a classe trabalhadora.

A utilização política e técnica da comunicação e de seus produtos se molda conforme os avanços tecnológicos e o próprio desenvolvimento do capitalismo. Dito isso, o movimento sindical brasileiro chega em crise à segunda década do século XXI com a necessidade de se atualizar na comunicação e de se aprofundar na utilização das redes sociais digitais.

Essas redes sociais digitais se avolumam de poder enquanto empresas, desde a privatização da internet, criando fenômenos populares, como é o caso do ciberativismo, ainda que não sejam um ambiente de garantias de autonomia e liberdade, visto que, em verdade, são empresas de tecnologia que aprofundam questões como a mercantilização dos dados dos usuários e ainda pertençam à burguesia.

É importante ressaltar que a visão trazida pelas páginas a seguir é a partir de alguns conceitos marxistas, como o leninismo, a luta de classes, a disputa pela hegemonia, além de fatos históricos que se somam em um argumento que é favorável ao uso das redes sociais digitais, dado o fato de que as mesmas abarcam a dinâmica da sociedade civil, dos sujeitos que, conscientes ou não, absorvem e propagam ideias dentro da luta de classes.

Frente ao interesse frequente de compreender a dinâmica do uso da comunicação enquanto ferramenta para construir hegemonia, esse trabalho busca se apoiar na utilização do Instagram, quase que como uma comunicação alternativa à mídia hegemônica, por parte das organizações sindicais, num cenário onde cerca de milhões de brasileiros e de brasileiras têm contas ativas na plataforma. Num mundo cada vez mais conectado, em que as questões de classe

também são expressadas entre *likes*, *stories*, compartilhamentos e comentários, o Instagram também pode ser uma ferramenta para conquistar “mentes e corações”.

A mídia hegemônica historicamente não é utilizada, por limites da burguesia, com consistência pelas entidades sindicais, logo, com o desenvolvimento tecnológico, com o surgimento da Internet e o fenômeno das novas mídias, os tradicionais boletins e jornais sindicais perdem espaço num mundo com a comunicação cada vez mais digital, onde a circulação de informação e o volume das interações apenas aumentam.

Para compreender a essência de algumas questões, primeiro é necessário se debruçar sobre o conceito marxista da luta de classes e dos interesses e contradições que estão inseridos nos passos tanto da burguesia quanto da classe trabalhadora.

É necessário conceituar classe, a partir do marxismo, segundo a relevância da teoria para a compreensão humana sobre a exploração do homem pelo homem, que não surge com o capitalismo, mas absorve nuances com a alteração do modelo econômico, admitindo que “À medida em que milhões de famílias vivem sob condições econômicas de existência que separam seu modo de vida, seus interesses e a sua cultura daqueles das outras classes e as colocam em posição hostil a essas outras classes, elas formam uma classe” (MARX, 2008, p.180). A partir do surgimento dos Estados Nacionais, houve a tendência de que a ordem social de outrora fosse mantida, em relação aos burgueses, que ascenderam, e os camponeses-proletários, que continuaram em situação de depender da própria mão-de-obra.

Em essência, a reflexão marxista se desenrola a partir da luta de classes, “A história de todas as sociedades existentes até agora tem sido a história das lutas de classes” (MARX; ENGELS. 2008, p. 8), movimento de disputa entre aqueles que oprimem e aqueles que são oprimidos, fundamentalmente, as classes possuem interesses antagônicos em relação à economia. Por óbvio, o desenvolvimento da Luta de Classes traz mudanças que complexificam a vida social, multiplicando as trincheiras dessa contenda, a partir das formas de trabalho e ramos de produção.

A identificação dos dois lados dessa disputa se dá a partir da classificação marxista, em que, basicamente, a burguesia é a classe dominante, ou classe opressora, que controla os meios de produção e os lucros, e o proletariado que é classe trabalhadora, ou a classe oprimida, que detém a força de trabalho e a vende para a burguesia. Em síntese, o controle burguês diante do Estado, dos aspectos econômicos, políticos, sociais e culturais, cria condições de injustiça, de desigualdade entre as classes.

O trabalhador torna-se tanto mais pobre quanto mais riqueza produz, quanto mais a sua produção aumenta em poder e extensão. O trabalhador torna-se uma mercadoria tanto mais barata, quanto maior número de bens produz. Com a valorização do mundo das coisas, aumenta em proporção direta a desvalorização do mundo dos homens. O trabalho não produz apenas mercadorias; produz-se também a si mesmo e ao trabalhador como uma mercadoria, e justamente na mesma proporção com que produz bens. (MARX, 2006, p.11)

Karl Marx viveu e produziu a partir do contexto da aurora do capitalismo moderno, tendo como ponto de atenção à limitação da classe trabalhadora de identificar sua posição nesse contexto, onde por vezes ocorre a absorção de ideais que beneficiam aqueles que lhe oprimem alineando indivíduos e alterando a consciência de classe, que essa pode ser compreendida como, “a consciência dos vínculos imediatos da pessoa com outros indivíduos e com as coisas situadas fora daquele que se torna consciente (IASI, 2002, p. 95).

2 MÍDIA HEGEMÔNICA NO BRASIL

Os ideais burgueses não são propagados ‘pelo vento’, mas se utilizam de instrumentos sofisticados, monopolizados e popularizados ao longo do tempo. No caso, a observação é a de que esses itens tecnológicos também servem como vetores de comunicação burguesa. Ora, ao passo que a notícia e a informação se tornam mercadorias, aqueles que detém os meios de produção e disputam o Estado e o poder real, utilizam dos meios de comunicação como vetor de ideologia burguesa. Noutro ponto, o proletariado cria condições para a propagação de suas ideias a partir da comunicação alternativa à proposta burguesa.

No século XXI, a capilaridade da rede e sua contribuição para a disseminação de conteúdos e movimentações sociais reafirma que “a informação na sociedade contemporânea tem um importante papel enquanto forma de conhecimento comunicado” (CAPURRO e HJORLAND, 2007, p. 150). Assim, a informação é colocada como matéria estratégica na luta de classes, estando presente tanto nas nuances econômicas quanto na influência da consciência dos diferentes atores da sociedade.

Portanto, a mídia vem servindo como ‘arma’ na luta de classes, ainda que em profunda desigualdade de influência e possivelmente de alcance, dado o fato daqueles que ‘saíram dos *burgos*’ terem ascendido ao poder na maior parte do mundo, justificando assim o pensamento seguinte de que “Toda classe que aspira à dominação [...], deve conquistar primeiro o poder político, para apresentar seu interesse como interesse geral, ao que está obrigada no primeiro momento” (MARX, 1993, p. 96).

A manipulação e o controle social feitos a partir do monopólio comunicacional da burguesia cria condições onde a consciência de classe do proletariado seja constantemente ameaçada, dado o fato de que os interesses burgueses são propagados e reforçados pela mídia hegemônica. A gravidade das condições da

vida humana traz a tragédia do controle da informação por aqueles que buscam controlar ideologicamente, por meio da supressão de fatos, pois “o que é transmitido à maioria da humanidade é, de fato, uma informação manipulada que, em lugar de esclarecer, confunde” (SANTOS, 2003, p. 20). Aqui é possível aceitar que a informação apresentada a partir dos meios de comunicação de massa da burguesia busca subjugar a consciência dos indivíduos da classe trabalhadora.

Cabe também dar visibilidade ao fato de que a mídia hegemônica é utilizada como forma de dominação, a própria vida social, os conflitos que se dão no cotidiano e outras nuances criam resistência da absorção dos ideais burgueses em alguma parte da sociedade. Se por um lado não podemos negar que aquilo que é veiculado pela mídia hegemônica contém interesses burgueses, por outro lado, com a contradição do avanço tecnológico, a participação social na emissão de informação trouxe ao campo da luta de classes uma série de questões que promovem a dinamização dos eventos, que, em partes, também são marcados por algum nível de avanço das forças progressistas.

Consequentemente, a cultura veiculada pela mídia não pode ser simplesmente rejeitada como um instrumento banal da ideologia dominante, mas deve ser interpretada e contextualizada de modos diferentes dentro da matriz dos discursos e das forças sociais concorrentes que a constituem. (KELLNER, 2001, p 27)

Em outra instância do universo da comunicação, temos a estrutura social completamente imersa na rede, que, em alguns casos, serve como circuito alternativo que contribui com a disseminação de informação e também com a possibilidade de interação entre as pessoas. Sob esse ângulo, há atores sociais da classe trabalhadora que estão frequentemente participando do fluxo de informação que, embora ainda limitado, representa uma ação de disputar a narrativa.

O exemplo de meio para a comunicação alternativa que a rede “oferta” tem lastro na história, sobretudo se citarmos a utilização de veículos como o jornal do Iskra do Partido Operário Social-Democrata Russo, criado em 1900, assim como os exemplos da rádio Rebelde dos revolucionários cubanos, fundada em 1958, e também do jornal O Guerrilheiro produzido pelos militantes da Ação Libertadora

Nacional (ALN), nos idos de 1968. As peças citadas foram criadas e utilizadas em momentos onde havia grande repressão local às ideias revolucionárias.

É importante revelar que iniciativas de produção alternativa têm lastro na história da chegada da comunicação ‘formal’ no Brasil, rodeada de controle e de, portanto, um ponto de vista recheado dos conceitos da ordem vigente. Essa condição de expressão única, ou então, tutelada, afasta a liberdade de expressão ou mesmo a garantia do fomento ao debate público. Nomes importantes da era inicial do Brasil acabaram exercendo o papel de censores, o que reafirma um padrão que é uma característica da mídia hegemônica brasileira, vindoura dos primórdios da imprensa periódica.

[...] embora só tenha surgido de forma sistemática a partir de 1808, com a chegada da Corte portuguesa e a instalação da tipografia da Imprensa régia. A censura aos impressos era exercida no âmbito dos territórios pertencentes à nação portuguesa [...] Ainda em XIX, vários homens de letras nascidos na América portuguesa, como visconde de Cairu e marquês de Maricá exerciam cargos de censor. (MARTINS; LUCA, 2013, p.23)

Esse surgimento tardio da imprensa brasileira, no século XIX, marcado pela necessidade de controle por parte do poder vigente, constrói ao longo do desenvolvimento da mesma todo um processo de dependência financeira, de reprodução ideológica e de subserviência à elite econômica, que é o setor social que impõe o controle através da força. É válido dizer que essa tradição de imprensa é herdada por meio da relação com Portugal.

Boa parte da imprensa assume esse caráter de ser uma divulgadora e defensora da posição do Império, do Aparente Administrativo ou coisa que o valha, o que pode ser percebido na campanha contra Canudos, por exemplo. A Guerra de Canudos rendeu aos meios da época grande visibilidade pela reprodução de narrativa unilateral do que se passou, como ficou evidenciado na posição do O Estado de S. Paulo, quando Olavo Bilac faz uma matéria em que descreve o massacre como o fim da “Cidadela Maldita”.

Além de O Estado de S. Paulo, periódicos de grande prestígio como O Correio Paulistano e O País, associavam-se à campanha pelo desmantelamento do arraial de Canudos com a anulação dos monarquistas,

responsabilizados por obstar o progresso da nação. (MARTINS; LUCA, 2013, p.89)

O fomento ao combate do que diverge da posição do poder dominante, ou do poder que está emergindo, desde que mantenha a característica de servir ao setor que concentra maior poder, é um padrão que se repete ao longo das décadas da imprensa brasileira.

A condição do capitalismo inicial no Brasil garante uma aliança palpável entre comunicação e burguesia, quando a presença da propaganda nas páginas do Diário de São Paulo, lançado em 1930, havia propagandas de veículos e outros, o que reafirma o caráter de notícia como mercadoria. Essa imprensa do começo do século XX, com Assis Chateaubriand, figura polêmica, à frente, tem uma posição comercial evidente, angariando um valor econômico e também um valor político ao alcançar cada vez mais leitores, fato proporcionado pelo desenvolvimento tecnológico.

A imprensa periódica destacou-se como campo privilegiado na lógica da configuração da sociedade capitalista, ao oferecer um produto atrativo que veiculava ao mercado leitor as infinitas possibilidades de consumo no mundo moderno. (MARTINS; LUCA, 2013, p. 107)

A partir da metade do século XX a grande mídia ganha um tom desenvolvimentista, ganha a função histórica e peculiar ao seu tempo de garantir publicidade aos sentidos e significados do momento que o Brasil vivia. Naquele momento, a produção de tipo industrial dos impressos ia, de pouco a pouco, substituindo o feitiço artesanal, o que é marcado também por uma reorganização da divisão do trabalho, que, pela necessidade de maquinário, garantiu a busca pelo fazer especializado.

Essa quebra de tradição influenciou na postura política, presente de forma bastante evidente no século passado, pois foi necessário racionalizar questões referentes à venda e distribuição, quando essa imprensa ganha realmente o caráter de negócio.

[...] e, no que se diz respeito à imprensa periódica, transformou-se numa fonte essencial de recursos. O anúncio trilhou, então, novos caminhos em relação à estrutura da linguagem, enquanto o agenciador individual cedeu lugar, no decorrer da década de 1910, às empresas especializadas, marco

na profissão da atividade, também atestada, a partir do final do decênio seguinte, pela presença das agências norte-americanas, no caso da Ayer e J. W. Thompson. (MARTINS; LUCA, 2013, p. 151)

Todo o conjunto de acontecimentos, a abolição da escravidão, a instauração da República, as reformas no ensino para aumentar o número de alfabetizados, atendendo à necessidade da modernização e da especialização do trabalho, deu um ar publicitário para a imprensa que, como citado anteriormente, abrandou a linguagem política para adotar uma posição de adotar tendências de consumo, o que é basicamente a sobreposição da necessidade de acumular capital em decorrência das relações que demarcavam a alteração do estilo de vida da época.

Outra posição peculiar à mídia hegemônica foi construída através dessa relação colônia e metrópole, onde basicamente se engendrou, mesmo após a instituição da República, uma condição de inferioridade histórica. Esse viés de “síndrome de vira-lata”, como diria Nelson Rodrigues, garantiu à imprensa brasileira o enlaçamento entre interesses externos sob os interesses nacionais, como foi o caso dos adornos dados ao caso da Light no Brasil.

[...] a defesa apaixonada da participação do capital estrangeiro na economia brasileira e de empresas como a Light foi uma das marcas distintivas dos Diários Associados que, por sua vez, sempre contaram com generosos auxílios financeiros pelos serviços prestados. (MARTINS; LUCA, 2013, p.161)

As posições da mídia hegemônica mudam conforme as necessidades dos grupos dominantes, pois são esses que possuem os meios. Ainda que em algum momento tenha se destacado uma ou outra posição de contradição entre jornais ou revistas, ainda assim qualquer dessas não ofertou garantia de condições mínimas de continuidade para um projeto político e nacional que fosse de fora do seio da burguesia.

Uma grande modificação no quadro das disponibilidades dos meios se deu a partir da construção de um verdadeiro monopólio exercido por Assis Chateaubriand, que adquiriu uma série de jornais e revistas, garantindo o controle da informação e também o super dimensionamento de seus interesses.

Com o desenvolvimento do capitalismo para a sua fase neoliberal, o Estado inicia a perda de legitimidade nas regulações. Assim, conglomerados capitalistas ganham mais força em diversos setores da sociedade, especialmente nos meios de comunicação de massa. No século XX, o país passou pela quebra do pacto democrático, quando foi instaurada uma ditadura militar, onde direitos e liberdades civis foram suprimidos por um Estado totalitário que também se utilizou dos meios de comunicação para sua manutenção.

Um dos exemplos passíveis de citação é a do apoio da Rede Globo à ditadura militar, grande beneficiada dos ‘tempos de chumbo’. O sistema Globo, que é o maior detentor de concessões públicas do Brasil, possui inúmeros veículos de comunicação, televisões, jornais, rádios e revistas. Não apenas a Globo, mas outras empresas também poder ser citadas, dentro do ‘seleto’ e extremamente restrito grupo de controladores da mídia tradicional, como é o caso do Sistema Brasileiro de Televisão, que detém cerca de 100 emissoras de televisão, ou mesmo a Rede Bandeirantes como detentora da Rede Bandeirantes de Televisão e cerca de 20 concessões de rádio pelo Brasil (FONSECA, 2010).

Citar os conglomerados é trazer à luz o debate sobre o monopólio dos meios de comunicação e o fortalecimento dessa prática no Brasil, em associação ao período ditatorial e aos interesses burgueses que penetram nas diferentes instâncias do Estado. “Nos países geralmente considerados democráticos, o espaço de comunicação social deixa de ser público, para tornar-se, em sua maior parte, objeto de oligopólio da classe empresarial, a serviço de seu exclusivo interesse de classe” (COMPARATO, 2001, p. 10).

O fato de monopólio comunicacional também põe em cheque a maturidade da Democracia no Brasil, bem como seu cumprimento na realidade do povo, tendo o legislador original admitido que no Capítulo V – Art. 220 § 5º da Constituição Federal: “os meios de comunicação social não podem, direta ou indiretamente, ser objeto de monopólio ou oligopólio.” (BRASIL, 1988).

Cria-se, portanto, uma realidade nascedoura do descumprimento do pacto democrático celebrado na Constituição Federal, de 1988, onde se aponta, sem

qualquer dúvida, a democratização da mídia, o que não é respeitado, visto que o poderio de poucas famílias burguesas, criando um ciclo de hereditariedade no campo da mídia hegemônica, impacta diretamente nas produções midiáticas na televisão, no rádio, no jornal e agora também na *internet* (ainda que a mesma possua um potencial menos dominador, dentro de suas próprias contradições em relação aos efeitos das plataformas que são todas privadas).

Há um desenrolar da luta de classes, por óbvio, no que é ventilado pela Mídia Hegemônica, forçando, portanto, que as entidades populares tentem, ainda que com menos poder econômico, seus próprios meios ou se utilizem, à medida que possuam influência dentro de um determinado cenário política, que pode ser passageiro, de uma ínfima parcela de tempo de um dos meio tradicionais dominados pela burguesia. O que pode ser observado como um fenômeno que também depende dos ares políticos do momento, ou mesmo do esforço econômico de propagandear alguma campanha, não no sentido eleitoral.

3 ATUAÇÃO INICIAL DA IMPRENSA ALTERNATIVA SOB DIREÇÃO DA CLASSE TRABALHADORA NO BRASIL

Esse recorte de produção do setor comunicacional nasce através do desenvolvimento industrial, conjuntura em que era exigido do contingente de trabalhadores e de trabalhadoras a defesa dos interesses da classe em oposição ao que era o padrão de exploração da época.

A presença de imigrantes espanhóis e italianos na cidade de São Paulo, entre 1890 e 1920, traz características marcantes para a produção de comunicação operária. A massa de pessoas do velho continente que se dirigiram ao Brasil com o objetivo de melhorar as condições de vida também continha alguns sujeitos cujo interesse era outro: fugir de perseguição política e continuar sua trajetória militante agora na América do Sul.

Foi o mesmo caráter de defesa de interesses e propagação de ideais e valores que presidiu as iniciativas da classe operária na fundação de seus jornais. Mais do que uma empresa lucrativa, esse segmento tem um forte componente político, expondo e tornando pública a questão das relações de trabalho no interior das fábricas. Seu discurso constituía verdadeiro contraponto à visão edulcorada do progresso oferecida pelas revistas de variedade [...] (MARTINS; LUCA, 2013, p.120)

Diversos segmentos de trabalhadores, como os ferroviários, tecelões, pedreiros, estivadores, marceneiros, carpinteiros, gráficos, entre outros,

organizaram-se logo de início em agrupamentos de ajuda mútua, num cenário onde os direitos trabalhistas ainda eram um objetivo distante de ser alcançado.

Logo no I Congresso Operário Brasileiro, no ano de 1906, realizado na cidade do Rio de Janeiro, foi criada a Confederação dos Trabalhadores Operários que, entre outras demandas e objetivos, visualizava “estudar e propagar os meios de emancipação do proletariado e defender em públicos as reivindicações econômicas dos trabalhadores, servindo-se apenas para isso de todos os meios conhecidos, nomeadamente de um jornal que se intitulará “a Voz do Trabalhador”. É fato que os trabalhadores gráficos se consolidaram como lideranças do movimento operário, pois, naquele momento, se destacavam como um segmento mais intelectualizado, dadas as exigências de alfabetização e algum contato com produções intelectuais/eruditas. Justificando, portanto, essa necessidade de consolidar publicações com interesse de classe.

A criação de uma identidade operária carrega em seu gene a construção da comunicação, da publicização das lutas específicas que a classe trabalhadora travava naquele Brasil. A formulação de um discurso característico nasce das experiências que os e as militantes adquiriram também com a consolidação de produtos comunicacionais comuns aos momentos de luta coletiva.

Outro fato preponderante na história é a herança de uma experiência anarquista na composição de organizações no século XIX, onde ligas e associações de trabalhadores defendiam os interesses das categorias, mas também ofereciam experiências como teatro, biblioteca e centro de estudo, as quais expunham um espírito de solidariedade que recobria as produções dos jornais operários, onde havia conteúdo da vida prática e também debates políticos e ideológico de tática e estratégia.

Nas duas primeiras décadas do século XX, os anarcossindicalistas mobilizavam diferentes segmentos de trabalhadores para convergirem em lutas gerais, travando a greve geral a ações diretas como fórmula para avançar com os interesses da classe trabalhadora.

Havia, naquele período, duas vertentes do movimento da classe trabalhadora: anarcocomunista e anarcossindicalista, que se confrontavam ideologicamente sobre a maneira como as categorias deveriam se organizar para a luta política contra o sistema capitalista. Se os anarcocomunistas acreditavam que a ação direta, greves e boicotes eram eficientes contra a burguesia, os anarcossindicalistas pregavam a necessidade de aumentar o engajamento de trabalhadores nas ações da luta, fomentando a criação e consolidação da união entre sindicatos. Assim, os anarcossindicalistas acabaram por influenciar mais fortemente os trabalhadores do Rio de Janeiro e de São Paulo, o que fez aumentar consideravelmente o número de sindicatos.

O agrupamento de sindicatos gerou uma enorme quantidade de impressos, que eram publicados por e para trabalhadores nos primeiros momentos do século XX. Cada organização de profissionais criava e publicava seus materiais, que continham comunicados, artigos, atividades específicas e gerais. Dada a grande quantidade de produções feitas por trabalhadores estrangeiros, muitos dos jornais possuíam títulos em outros idiomas, como “*Gli Schiavi Bianchi* (1892), *Avanti!* (1900), *Germinal* (1902), *La Barricata* (1903), *La Parola del Socialista* (1906) *La Rebelión* (1913)” (MARTINS; LUCA, 2013, p.122) e, de acordo com a estudiosa “Maria Nazareth Ferreira, entre 1890 e 1923 foram lançados 343 jornais, dos quais 72% nos estados de São Paulo (149) e do Rio de Janeiro (100).” (MARTINS; LUCA, 2013, p.122).

Esses jornais se apropriaram de muitos acontecimentos relevantes para a classe trabalhadora, em especial o Operariado, exibindo muitas vezes os conflitos entre trabalhadores e patrões. Um ponto interessante a ser erguido nesse momento é que as duas vertentes, outrora citadas, agiam de forma que havia uma disputa de interesses de angariar mais pessoas tanto para a causa quanto para suas linhas político-ideológicas. Os anarcocomunistas incitavam críticas à associação sindical e a vertente anarcossindicalista reunia em suas publicações uma gama de anarquistas que expunham seus pontos de vista quanto à estratégia de organização da classe trabalhadora.

O anticomunismo configurou-se como frequente nos grandes jornais da grande imprensa. Para essa não havia diferença entre as diversas correntes do movimento operário: todos eram considerados comunistas, ameaçando a estabilidade das instituições e a ordem social. Assim, a estratégia discursiva dos jornais se configurava em notícias alarmantes sobre a Rússia pós-revolucionária (MARTINS; LUCA, 2013, p.124)

Os conflitos entre trabalhadores e patrões também atingiam os jornais, que volta e meia eram censurados e tinham suas sedes - pequenas oficinas de tipografia - invadidas com direito à apreensão de maquinário ou mesmo a destruição desse. Dois marcos bastante importantes para a história da classe trabalhadora foram as greves de 1917 na cidade de São Paulo e de 1918 no Rio de Janeiro. Com bastante peso dos boicotes nos transportes urbanos, paralisações nas linhas de produção e a mobilização das forças sociais, o momento revelou o quão a burguesia poderia endurecer ainda mais a relação com a classe trabalhadora; a repressão e a censura eram algumas das táticas para controlar os trabalhadores. Ao passo que os jornais da grande imprensa incorporaram o espírito anticomunista, também por causa da Revolução Russa (1917), que servia de inspiração para trabalhadores organizados de todo o mundo.

3.1 Um recorte da Imprensa Alternativa e a luta pela Democracia nos “anos de chumbo”

A imprensa alternativa, ou mesmo popular, cumpre o papel de fazer a disputa de discurso, caracterizando-se por representar os interesses da classe trabalhadora, opondo-se, portanto, à linha ideológica e comunicacional da burguesia. A construção histórica da mesma também se dá de maneira visível no seio das contradições da Ditadura Militar que, a partir de 1968, intensifica suas ações repressivas, embora tivesse seu início no ano de 1964.

O desenvolvimento da imprensa alternativa nos anos de chumbo se dá tanto a partir da vontade e necessidade histórica das entidades populares de disputarem a narrativa, reforçando as mudanças estruturais e históricas, quanto pela necessidade de alguns profissionais da área da comunicação de se “refugiarem” em trabalhos que não fossem na mídia burguesa. Assim, o ativismo político e a produção de instrumentos para a comunicação com a classe trabalhadora ganhou mais

densidade.

A atitude de criar jornais, folhetins e outros instrumentos de comunicação alternativa tinha como foco a intensa crítica à ditadura e seus mecanismos de tolhimento de liberdades individuais e coletivas. A prática integra o pensamento de descentralizar a comunicação em decorrência da disputa com grandes grupos que defendem a permanência do *status quo* da burguesia.

No decorrer do golpe militar, rapidamente o governo ditatorial compreendeu que era necessário conter a imprensa alternativa com medidas que iam do fechamento de jornais e de revistas ou mesmo a ocupação desses. A imprensa burguesa também sofreu restrições, como foi o caso das prisões de jornalistas, ameaças e outras pressões variadas do Estado ditatorial para que houvesse afinidade ideológica entre o discurso do governo com o conteúdo veiculado.

A Esquerda também atuava dentro da estrutura das entidades sindicais, após ter tido seus instrumentos e militantes postos em ilegalidade e sofrer demasiados ataques anti organizativos, como prisões, torturas, assassinatos e exílio, algumas de suas figuras buscavam sobreviver contribuindo para outras tarefas de militância política, como foi o caso de desenvolver a imprensa alternativa no bojo do sindicalismo, que cumpria com o papel de se opor ao governo ditatorial, ganhando caráter denunciante e outras vezes de intensificar pautas e agendas no intuito de angariar mais simpatizantes às causas da classe trabalhadora.

Para além de se utilizar do instrumento sindical, houve também a publicação de uma série de revistas e de jornais que circulavam de maneira quase clandestina, mas carregados da essência alternativa - tanto à grande mídia, quanto à ditadura militar -.

A conjugação desses fatores - massa de produtores insatisfeitos com suas condições de trabalho, meiotécnicos em transformação, massa de leitores em potencial insatisfeitos com o que liam - foi o caldo de cultura favorável para a proliferação da imprensa alternativa que, pela primeira vez, recebeu esse nome [...] (MARTINS; LUCA, 2013, p.237)

Entre os jornais alternativos que circulavam durante a ditadura, havia Pif-Paf, Bondinho, O Pasquim - entre esses o de maior sucesso -, Coojornal, Pato Macho, Resistência, Versus e outros tantos que, com tiragens maiores ou menores, compunham o campo da imprensa antigovernista. De caráter denunciasta e muitas vezes utilizando-se de humor ácido, os jornais popularizaram-se e absorviam a arte como forma de expressão, uma vez que, por exemplo, caricaturas se faziam valer para reforçar a crítica. Era clara a disputa de narrativa e de interesses entre a imprensa burguesa e a imprensa alternativa.

Faz-se importante destacar que a censura à imprensa, durante os anos de chumbo, teve momentos diversos, tendo mais ou menos potência. Quase toda a imprensa burguesa apoiou o golpe de 1964, onde criava, antes do mesmo, um cenário de agendamento negativo de certos assuntos que envolviam o governo de João Goulart. À época, o caráter conservador da burguesia, patrocinadora do golpe, se estendia ao seio da comunicação da grande mídia, instalando um cenário de autocensura, o que acabava por criar versões favoráveis à ditadura.

Um fato que não pode ser ignorado é a de que a ditadura militar caminhou para sua versão ainda mais rígida a partir de 13 de dezembro de 1968, quando foi proclamado o Ato Institucional n. 5 (AI-5), que encerrou as atividades do Congresso, interrompeu garantias constitucionais e, entre outras ações, foi utilizado para a legalização da censura prévia. Assim, o Estado passou a censurar de maneira mais veemente a mídia e a imprensa.

O AI-5 possibilitou que censores tomassem a direção das redações dos jornais, limitando assuntos, proibindo termos ou citações a personagens da luta política antiditadura. Para os jornais que se destacavam na posição contrária ao governo, o AI-5 foi ainda mais implacável, uma vez que os mesmos deveriam enviar suas matérias para a Polícia Federal, em Brasília, para análise da censura, que devolvia o material recheado de vetos.

Enquanto o governo autoritário punha dificuldades para a imprensa, sobretudo a de caráter alternativo, o cenário dessa, ao menos internamente, também sofria com contradições e disputas. Por exemplo, havia, naquela época, um

debate que levava à demonização do lucro por parte dos jornais e tablóides antigoverno ou, noutro ponto, alguns jornais eram controlados por agrupamentos políticos ou partidos e isso entrega um viés de disputa interna entre stalinistas e trotskistas.

Pouco a pouco, as produções de imprensa alternativa se descaracterizaram ou foram descontinuadas por limitações econômicas ou políticas, mas, sobretudo, por serem alvos da ditadura militar, por terem sido importantes ao ressoar as vozes que lutaram pela redemocratização do Brasil, algo que só aconteceria no ano de 1985 e, mais tarde, com a consolidação da Constituição Federal de 1988.

3.2 A comunicação sindical e a disputa de narrativa

Primeiramente, é fundamental estabelecer uma visualização do que é a entidade sindical para que depois sejam conhecidas suas ambições através da consolidação de suas ideias na comunicação. Ao falar de organização sindical, é preciso destacar que as funções da entidade vão além da defesa dos interesses econômicos profissionais de empregados, similares ou então conectados pela área de atuação, mas tem a ver com a relação política que se propõe entre a classe trabalhadora, a burguesia e o Estado.

A atuação sindical passa a ser reconhecida após institucionalização dos mesmos nos países industrializados, incluindo o Brasil. Assim, é preciso citar que o exercício da organização sindical já existia antes, no entanto não institucionalizada, mas sim como uma forma de associação civil.

Ao final do século XIX, os sindicatos obtiveram reconhecimento institucional nos principais países industrializados. Desde então, têm exercido papel fundamental na organização da classe trabalhadora para a luta por uma sociedade justa e democrática, pressionando pela ampliação dos limites dos direitos individuais e coletivos ainda hoje estreitos em muitos países, entre os quais o Brasil. (DIEESE, 2015, p. 02)

No decorrer da história da luta de classes no Brasil, é perceptível que as entidades sindicais sofreram e sofrem perseguição política e jurídica por justamente terem um contraponto a algumas ações e ideias dos donos dos meios de produção. Essa disposição para o confronto ideológico que está presente na essência dos sindicatos garante momentos entre a resistência aos ataques e de avanços institucionais para a classe trabalhadora quando a conjuntura permite.

Essa contraposição, esse conflito histórico, tende a se agravar negativamente do ponto de vista das entidades sindicais quando o viés autoritário entra em cena na política brasileira. Geralmente, governos centralizadores combatem ou cooptam as organizações que possuem a capacidade de reunir pessoas em volta de ideias, como é o caso dos sindicatos. É importante ressaltar que a institucionalização da trajetória sindical também oferece riscos ao dever do movimento sindical perante à classe trabalhadora.

É essencial compreender que os fatores políticos possuem relação com interferências e intervenções na ação das entidades sindical. A disputa através dos cenário político e jurídico, a depender de como se dê a conjunta, pode tanto fortalecer quanto enfraquecer a luta popular por direitos, garantias e avanços. Assim, encontra-se uma análise em Delgado, que acentua questões presentes na era Vargas, quando o governo se inspirou em ideias fascistas para obter o controle do movimento sindical por meio da institucionalização e do corporativismo, que implicou no arrefecimento da luta trabalhista.

A década de 1930 vê instaurar-se no Brasil, como se conhece, um sistema justabalhista de estrutura e dinâmica autoritárias, sob direto e minucioso controle político e administrativo do Estado, nos moldes corporativistas, embebido do modelo fascista importado da Itália da época. Neste sistema, falar-se em princípio de autonomia sindical é simplesmente um contra-senso, uma vez que o caráter publicista dos sindicatos colocava-os sob a égide do Ministério do Trabalho, com poderes incontrastáveis de criação, extinção e intervenção cotidiana na vida de tais entidades. (DELGADO, 2001, p. 89)

Logo, no desenrolar da história, surge o popularmente conhecido “novo sindicalismo, onde, no seio da Ditadura Militar, também por causa das

transformações evidentes no mundo do trabalho e, consequência, no perfil dos trabalhadores e das trabalhadoras - estilo de vida, consumo e etc. -. Essa época da história do Brasil também é reconhecida como “anos de chumbo”, onde uma série de medidas estatais criou uma enorme insegurança jurídica, onde a justiça do trabalho foi sequestrada pelos interesses do governo e de seus financiadores e apoiadores de grande porte. Diante de tantos desafios, os sindicatos se viram obrigados a ter mais disposição para o combate, garantindo assim, em alguma parte, ao menos na que se sobressaiu perante a história contada, uma atuação de mais independência em relação ao governo.

Não distante da atuação sindical, é preciso correlacionar que os movimentos sociais e as organizações diversas, essas dentro ou não da legalidade, também contribuíram imensamente para que durante os “anos de chumbo” houvesse resistência popular. Ou seja, o movimento sindical não traçou sua caminhada de luta pela classe trabalhadora de maneira isolada, havia uma confluência de ideais políticos e sociais, mesmo que debaixo do terror imposto pelo Estado.

Com a superação do momento ditatorial, formalizado na viabilização e na construção da Constituição Federal de 1988, também conhecida como Constituição Cidadã, marcada por um intenso processo de desvinculação do repertório autoritário da Ditadura Militar, o movimento sindical se destacou no processo de feitura da mesma dado o fato de que algum número de legisladores possuía vínculos políticos diretos ou indiretos com a luta dos trabalhadores e das trabalhadoras.

Ao mesmo tempo que o governo Fernando Henrique no primeiro mandato passou à história como aquele que conseguiu a estabilização econômica e o fim da inflação, deixa nesse período uma outra marca: as mais altas taxas de desemprego que o País já conheceu. Esse processo, no seu conjunto, coloca um paradoxo para ação sindical no Brasil: de um lado, ter uma atitude mais flexível na relação capital/trabalho e, de outro, manter sua identidade. (MARTINS; RODRIGUES, 1999, p.156)

Assim, no raiar da década de 90, diante da flexibilização das formas de trabalho - terceirização e outros modos de contratação - os sindicatos passaram por um momento desafiador no que tange a questão da organização de trabalhadores, que, a partir dessa experiência do neoliberalismo nos anos 1990,

começa a dissolver importantes conquistas de leis e normas para a classe trabalhadora.

Logo, em uma conjuntura que ao passo que possuía o caráter de desregulamentar as normas e leis que norteavam aquelas relações de trabalho, também houve uma movimentação bastante institucional das entidades sindicais que, para além de construir um forte movimento nacional de contestação ao neoliberalismo, iniciou o processo de participar, junto de uma fração da burguesia, de comissões e conselhos criados pelo governo. É possível perceber, portanto, que a absorção de membros de movimentos sociais e sindicais por parte da esfera da política institucional ganha força a partir da virada do século XXI, quando, no ano de 2003, Luís Inácio Lula da Silva assume a Presidência da República e se alicerça na prática de atrair quadros políticos do mundo sindical para o seu governo.

Neste contexto, propõe-se analisar alguns pontos da Reforma Sindical proposta pelo Governo Lula, pois se compreende que ela sintetiza a relação construída entre o Estado – através do Governo Lula – e os movimentos sociais e políticos dos trabalhadores; e apontar algumas ações de resistência à política do Governo e às suas estratégias de controle e cooptação. (DRUCK, 2006, p. 330)

A virada do século XXI e o início do governo Lula traz consigo contradições bastante evidentes, mas que, nesse movimento de construção de um projeto nacional e de contextualização num mundo onde o neoliberalismo ganhava força, culmina em crises econômicas e sociais em uma série de categorias. No bojo dessa contradição do entrelaçamento entre governo e movimento sindical, surgem grandes mobilizações onde a comunicação sindical avança para debates importantes sobre alcance e formas de se comunicar para milhões, agora, sem o receito histórico de perseguição do governo, dada a relação de Lula como ‘filho’ do novo sindicalismo.

Diante da análise crítica de Vito Giannotti sobre o sindicalismo, é preciso distinguir as diferentes frações de sindicalismo presentes no Brasil, facilitando a compreensão de que a determinação da entidade sindical tem relevante influência no tipo de comunicação que a mesma utiliza, dado o fato de que a finalidade, neste

caso, orienta “os meios”. Assim, o Brasil passa a ser uma releitura com variações dos dois grandes campos que Giannotti classifica.

Pela nossa história sindical mais que secular podemos dividir os sindicatos em dois grandes blocos. Sindicatos que, de uma forma ou de outra, lutam ou querem lutar pelos interesses dos trabalhadores e sindicatos ‘de carimbo’. [...]dois blocos respondem a duas visões básicas sobre a função dos sindicatos. A primeira, no mundo, nasceu no campo das lutas operárias do século XIX e foi fortemente influenciada pelas ideias socialistas que se opunham radicalmente à visão capitalista liberal dominante. (GIANNOTTI, 2014, p. 137)

Esse primeiro bloco, consiste em um movimento sindical que é ligado de maneira teórica ao Marxismo, coadunando, então, com toda ou boa parte da visão de que é preciso construir uma nova sociedade sob outras bases nas relações de trabalho, de opressão e de dominação. Ainda que existisse essa parcela do movimento sindical que possuía fundamentos ao menos socialistas, há, na visão de Giannotti, uma segunda corrente de atuação sindical

Havia outra visão, na Europa capitalista. Sua ideia central era a aceitação da sociedade capitalista, mas com a necessidade de amenizar suas práticas de opressão e exploração. Seus seguidores eram apelidados, pelos ‘vermelhos’, de ‘amarelos’ e costumavam se aliar aos que defendiam um sindicalismo completamente apolítico. Esta foi chamada inicialmente de visão social-democrata. Recentemente ela é apelidada de sócio-liberal, e até liberal, completamente adaptada à sociedade dominante, hoje, nos países capitalistas. (GIANNOTTI, 2014, p. 137)

Feita a principal distinção que influencia na prática da trajetória de cada entidade sindical, que por sua vez modula as condições da comunicação, há uma condição brasileira que cria, diante das condições da década de 1930 e do Varguismo, uma ramificação da corrente sindical dos ‘amarelos’, já que possui intensa ligação entre o Estado e o papel sindical.

No Brasil, há uma componente especial que é o sindicalismo implantado por Getúlio Vargas. Um sindicalismo ‘oficial’, ‘ministerialista’ que se caracteriza pela negação da política e pelo atrelamento burocrático ao Estado Nosso sindicalismo, com este câncer ideológico imposto durante a década de 1930, criou a figura e a realidade de inúmeros sindicatos formais, que existem só como ‘papa-níqueis’ dos trabalhadores e que nada tem a ver com a luta da classe trabalhadora. (GIANNOTTI, 2014, P. 138)

Agora, com a apresentação de mais uma variante brasileira para a atuação sindical, é reafirmada a conclusão de que a comunicação sindical tem íntima relação

com a atuação da entidade. Os objetivos do movimento sindical criam condições muitas vezes diversas para o perfil de sua comunicação. Mas é preciso também diferenciar o consumo da comunicação sindical do consumo da comunicação feita pela Mídia Hegemônica.

É fato que o alvo das produções do sindicato é o trabalhador e é a trabalhadora, mas que pelos eventos, pela formação política e social, podem ser desinteressados numa informação que contenha uma essência de análise de conjuntura ou que vá além da necessidade de se saber a quantas andam as negociações do Acordo Coletivo de Trabalho ou mesmo de algum processo que a categoria possa receber algum dinheiro.

O consumidor daquilo que é veiculado pela mídia hegemônica tem sempre interesse na notícia de certo jornal, na informação da novela, do filme ou coisa que o valha. Assim, a relação entre trabalhador e mídia se dá de maneira mais 'fácil', onde há fluidez da naturalização de uma audiência fiel.

Em tempo, Giannotti se debruça sobre essa relação entre consumo e conteúdo comunicacional de diferentes fontes, com diferentes ideologias, para acusar a necessidade que o movimento sindical tem de se aproximar e de produzir comunicação de maneira mais qualificada, visto que seu principal concorrente, a mídia hegemônica, precisa ser superada.

Este fato determina muita coisa na comunicação sindical. O fato de um jornal comum ser vendido faz uma diferença e tanto. O leitor acostumado a ler seu jornal, acorda e já está ávido para ver as 'novas' do dia. Quer saber o que aconteceu no Parlamento, na sua cidade, na Síria, na Ucrânia, na Venezuela ou na Antártida. Quer saber dos filmes que estão passando, do concurso público a ser aberto. A notícia de quantos a polícia matou na noite anterior. Da situação dos hospitais e, se for do ramo, quer ou precisa saber como vai a bolsa e os leilões de privatizações das estradas, dos portos e aeroportos. E o nosso leitor-destinatário, o nosso trabalhador de base, aguarda ansioso o nosso jornal? Para começo de conversa, nosso leitor-destinatário, em geral, é um não-leitor. Ou seja, não está esperando ansioso pelo nosso jornal para ver as últimas novidades. Não está minimamente pensando que naquele dia vai aparecer um jornal do sindicato na sua frente. (GIANNOTTI, 2014, p. 140)

Se o trabalhador comum, que é interessado e mais ligado à comunicação feita pela burguesia, é o nosso foco, é o destinatário da comunicação sindical, ora,

que a mesma se adeque às necessidades do trabalhador ao passo que também se caracterize utilizando-se de ‘táticas’ que atraiam a sua atenção, que o tornem um ávido interessado pelas ‘novas’ do sindicato.

Segundo Giannotti, há partes na comunicação que não podem ser ignoradas, quando se fala de sua vertente sindical, que são: Pauta, Linguagem, Apresentação e Distribuição. Essas se apresentam, cada qual a sua forma, como itens indispensáveis para a construção de um plano comunicacional que inicie o processo de atração com os trabalhadores e com as trabalhadoras.

Precisamos falar ao coração dos nossos desejados leitores e leitoras. Falar dos assuntos que os/as preocupam, que eles/elas precisam saber. Falar da vida, dos medos das pessoas normais, de suas esperanças, de seus sonhos. (GIANNOTTI, 2014, p. 140)

Inicialmente, a pauta de uma comunicação sindical deve ir além dos assuntos tradicionais da categoria, a dimensão, para os ‘vermelhos’ é muito maior e obriga a comunicação a cumprir a sua função social: pensar o mundo e contribuir para a sua evolução. Assim, criando uma dinâmica de pauta que aborde dos temas laborais às questões que perpassam os debates mais momentâneos da sociedade, a comunicação da entidade sindical percorre os caminhos da disputa de narrativa, contribuindo com uma abordagem sobre, por exemplo, a violência policial, que vai muito mais além da dicotomia entre polícia e bandido.

Noutro ponto, a questão da análise da política local e nacional deve ser uma característica constante do sindicato, pois, por outras formas e com a sutileza da pseudo neutralidade, a mídia burguesa a faz, seguindo seus objetivos, é claro.

Evidentemente esses megatemas não são o centro do nosso jornal sindical. O central, para o trabalhador da base são os temas específicos, os temas da vida do trabalho. Salário, condições de trabalho, saúde, aposentadoria, horários, folgas, férias, participação no lucros, assédio moral, sexual e de todo tipo. (GIANNOTTI, 2014, p. 141)

Colocar na comunicação sindical os temas relevantes para os trabalhadores e para as trabalhadoras, ainda que os assuntos não tenham grande relação com o cotidiano laboral da categoria ou mesmo das ações do sindicato, é uma maneira de

contribuir e/ou enriquecer a consciência de classe de cada um e cada uma. A entidade sindical se disponibiliza a atravessar pautas, a construir e contribuir com análises que partam da história da luta de classes, influenciando, assim, na condição de cada trabalhador e de cada trabalhadora.

Diante disso, é preciso se adentrar nos caminhos da linguagem e de conhecer exatamente para que perfil de consumidor a comunicação é feita. Criar barreiras linguísticas, com palavras difíceis, adornos pomposos numa sopa de letrinhas gigante e intragável, é algo que deve ser evitado.

Escrever algo para um determinado público, ainda mais para a classe trabalhadora, requer um cuidado particular, tanto para não cair na vala comum dos textos da grande mídia, onde nas sublinhas estão expressos os valores sociais que são impostos, quanto para não se alongar e condicionar as ideias do movimento sindical a grandes manifestos que ninguém, além de uns poucos letrados de academia, vai ler.

De nada adianta escrever as mais maravilhosas teses sobre a revolução brasileira ou sobre a participação nos lucros, ou sobre o direito à moradia e a ocupação de terras se o texto não é compreendido por quem o deveria ler. (GIANNOTTI, 2014, p. 173)

Não há uma receita única, ou especial onde se encaixa um padrão perfeito e solução simplista para o problema de encontrar a linguagem correta para determinado público, mas a produção de materiais deve conter o mesmo zelo do método de diálogo e troca de saberes que Paulo Freire deixou como ensinamento.

Além do cuidado de não construir materiais que criem distanciamento com os trabalhadores e com as trabalhadoras, em seus diferentes níveis de escolaridade, deve-se ter cautela para que o que for feito tenha um potencial de atrair a atenção e o interesse.

E o fazer da comunicação sindical deve ser norteado por questões também estéticas, a atração não deve ser somente através do conteúdo, mas também da estética em si. Os materiais devem ser preparados com esmero e com uma técnica que se iguale, ainda que de forma criativa já que o movimento sindical não conta com os mesmos substanciais volumes de recursos que a mídia burguesa, com aquilo que é 'bonito' e é feito pela mídia hegemônica.

É outra questão essencial que toda nossa comunicação, nossos jornais, boletins, sites, blogs e tudo mais tenham um visual muito bonito, isto é,

chamativo, atraente. A diagramação, ou seja, a apresentação dos nossos materiais tem que ser muitíssimo bonita. Mais do que a da outra imprensa, da outra comunicação. Certo, sabemos quanto nociva é a 'outra' mídia, a mídia nossa inimiga. Não precisamos mais falar disso. Mas, há um ponto ainda a frisar a este respeito. Essa mídia inimiga dos trabalhadores, em geral, é muito bonita. Bem feita, simpática, chamativa, convidativa. (GIANNOTTI, 2014, p. 142)

A partir dessa afirmação do zelo estético, observa-se que aquilo que é produzido deve ser pensado, deve estar condizente com o seu tempo histórico. Se antes esculpia-se dizeres em pedras, hoje o *smartphone* se tornou, por meio dos aplicativos, um espaço onde a informação corre, portanto, é onde os sindicatos devem estar. Tocando no assunto *smartphone* e comunicação sindical, também entramos na 'distribuição' dessas informações, dos boletins, *cards*, vídeos e outros, entre nativos ou não do momento digital que vivemos.

Aquilo que é produzido pelo movimento sindical não pode ser vendido, e nem deve, pois nada mais é do que um objeto de atração, de gerar capital político para a luta, e não capital financeiro para a entidade. A profissionalização dessa distribuição é um debate que se alonga desde a presença nos locais de trabalho, nos atos e atividades, mas, sobretudo, hoje em dia, na constante participação nas mídias sociais digitais.

A proposta da distribuição, na tradição secular do movimento sindical, é de atingir milhões, chegar a cada rincão onde há trabalhadores, sejam esses representados ou não, de maneira burocrática, pela organização sindical. A tarefa que se coloca é a de hastear as bandeiras da democratização da informação por meios populares.

A forma como deve ser distribuída é também algo importante, pois se for priorizada a maneira "olho a olho", portanto presencial, mas com ausência do uso das potências que são as redes sociais digitais, o alcance diminui. Logo, é verdade que a priorização da distribuição na *internet* por si só pode não criar aquele vínculo humano que, com certeza, gera frutos para além do contato pessoal. Por fim, fica óbvio dever de que todas as frentes de distribuição devem ser ocupadas dia a dia pelo movimento sindical.

Há muitas outras especificidades na comunicação sindical e popular. Todas merecem uma atenção especial. Mas, sem uma boa distribuição, personalizada, regular, dinâmica a comunicação sindical fica morta. Sem isso todo o esforço, o desgaste e o gasto em fazer jornais, revistas, boletins, cartazes e cartilhas, páginas, blogs, documentários e programas de rádio será inútil. (GIANNOTTI, 2014, p. 143)

A união da técnica, da consciência de classe e da disposição política rendem ao movimento sindical um protagonismo lastreado no exemplo e na dedicação na luta pela transformação social que a classe trabalhadora merece e precisa.

Um tópico que também se sobressai nesse conjunto de especificidade é a manchete, que pode ser utilizada como um chamariz - é possível fazer uma analogia com algo que apele para a atenção do usuário de alguma mídia social digital - em que se apresenta algo que 'fisgue' o possível consumidor daquela informação.

No entanto, a maioria dos títulos dos jornais sindicais funciona como uma anti-isca, um repelente que afasta qualquer leitor. A maioria dos títulos ao invés de estimular o interesse pelo artigo, provoca o tédio e surte, automaticamente, o efeito mágico de não permitir que uma mensagem importante seja transmitida. (GIANNOTTI, 2014, p. 144)

Essa correção na produção histórica das manchetes ocorre a partir da visualização que Giannotti tem através da experiência com leituras de colunas e outras feitas no seio da comunicação sindical. O que se difere dos artigos e outros produtos que circulam na grande mídia, que, pela necessidade de gerar números, se apropriou dessa 'arte'.

Por isso uma das normas, diria a primeira, para fazer bons títulos e decretar: 'MORTE AOS TÍTULOS VAZIOS'. Título ocos, vazios são aqueles títulos chamados de 'título carimbo'. Um título já usado mil vezes, mais velho do que andar pra frente, tipo: 'A luta continua' ou 'Vamos pra luta', 'A hora é agora', ou 'Nossa mobilização avança', ou o clássico 'Trabalhador unido jamais será vencido'. Ou mais: 'A força da nossa união'. Títulos assim, não dizem nada, não interessam a ninguém. Já foram ouvidos cem vezes. São ótimos para condenar nossa mensagem à lata de lixo, logo de cara. (GIANNOTTI, 2014, p. 145)

Aqui há uma polêmica, já que é comum ver dos citados 'títulos vazios', mas que faz sentido e, numa segunda análise, dá uma sensação arcaica e ultrapassada das mobilizações que são explicitadas por meio da comunicação do movimento

sindical. A dica decorre de uma apropriação e observação da criatividade como arma para ser utilizada em meio à luta de classes.

Importante destacar que bordões, nascidos da verdade da luta, devem ser preservados, pois garante alguma sensação de publicidade, de *marketing*, que pode contribuir com a penetração de determinado assunto em esferas que não sejam próprias de categorias, mas sim da sociedade em geral.

Se o leitor ou ouvinte não se chocar, não se comover, ou simplesmente não se mexer, então nossa manchete não despertou interesse. O leitor ou ouvinte precisa dizer algo dentro de si, em voz baixinha. Precisa exclamar algo: 'Uau!', 'Caramba!', 'Uai!', 'Vixe!', 'Será?', 'É mesmo?' ou 'Caracas!'. E por aí vai. (GIANNOTTI, 2014, p. 145)

Há uma necessidade pujante de que aqui que for irradiado pela entidade sindical tenha a capacidade de, além de transmitir um ideal ou informação extremamente relevante, ganhe dimensões de impacto no leitor ou no ouvinte. Assim, com as possíveis reações frente ao expresso por meio de material sindical, reafirma Giannotti, é o caminho correto da comunicação.

Ainda sob as preocupações sobre o consumo de mídias dos sindicatos, o autor observa a condição dos casos, mas em nível de consumo, de predileção de formato, o que, com o passar do tempo tem sido um debate dinâmico e também uma vivência dinâmica, pois o jornal segue como o samba: agoniza mas não morre, com a televisão em competição, por fatores geracionais, com o plataformas como *Youtube* e *Spotify*, além de que as redes sociais digitais têm cumprindo um papel de disseminadoras de informações, sendo falsas ou não.

O grave é que essa exigência se aplica a dois principais tipos de público. Os que estão acostumados a comprar todos os dias seus jornais nas bancas e acessam as mídias digitais. E os que não estão lá tão acostumados a manusear nem jornais e menos ainda a parafernália do computador, pelo tablet ou pelo celular. Neste caso, a exigência de uma apresentação atraente é mais premente ainda. Estes que não leem jornais e nem estão ligados em sites, blogs e redes sociais, toda noite veem programas televisivos. Programas bem produzidos, com linguagem e imagens atraentes. Aqueles canais de televisão que, infelizmente são bonitos. Um deles até deu origem ao refrão 'padrão Globo de beleza'. (GIANNOTTI, 2014, p. 149)

É exigido, portanto, da comunicação popular, incluindo a comunicação sindical, um nível de aprimoramento e de sensibilidade que profissionalize e capacite os profissionais que a fazem. Pois de nada vale se utilizar de meios esvaziados de consumidores, ainda que o conteúdo tenha grande relevância. Também não se pode exigir de profissionais sem a formação adequada a produção ‘perfeita’ de materiais para, por exemplo, as novas mídias.

A reflexão básica é de que o público tem expectativas com a comunicação em geral, o mesmo espera que essa seja bem feita, atrativa e relevante, assim, há um norte para a produção da comunicação sindical diante das necessidades de um projeto popular para a classe trabalhadora.

4 COMUNICAÇÃO SINDICAL NA ATUALIDADE

Com a série de transformações no mundo do trabalho a partir do desenvolvimento tecnológico e das atualizações das comunicações, em especial com a própria internet e dos equipamentos que o público utiliza para acessar, comando ao comportamento social no que diz respeito à utilização da rede, a comunicação em geral sofre alterações sistêmicas. É necessário ressaltar que essas alterações não são estruturais, mas que causam impactos significativos no modo de vida e na maneira como as pessoas consomem informação.

Até mesmo a mídia tradicional ganha atualizações para “dialogar” com o fenômeno das redes sociais digitais, por onde boa parte das pessoas acompanham conteúdos sobre o mundo em geral. Grandes jornais, por exemplo, já consolidados em sites, na segunda década do século XXI, agora desenvolvem atividades nas redes sociais digitais, onde o público visualiza e também discute na “arena pública” sobre o conteúdo veiculado.

A presença da mídia hegemônica nas plataformas segue a tendência de linha editorial dos modelos mais tradicionais, assim, entidades sindicais iniciam suas páginas ou perfis nas redes sociais digitais e apresentam contrapontos ou, talvez de forma mais ingênua, apenas marcam presença no ambiente. Esse é o momento em

que se iniciam os movimentos organizados por entidades, como é o caso das Brigadas Digitais da Central Única dos Trabalhadores, ao passo que sindicatos iniciam suas trajetória políticas nas redes sociais digitais, o Brasil vive, desde 2016 até o momento, uma conjuntura de disputa que se acirra dia após dia no campo político.

Saídos dos mimeógrafos, do excesso de materiais impressos, forçadas a utilizar as redes sociais digitais por causa das medidas sanitárias de isolamento por causa da pandemia por SARS-CoV-2, sindicatos buscam, apesar dos desafios financeiros, a conexão que era formada a partir da entrega de panfletos para trabalhadores e trabalhadoras, numa época “analógica”. Entre desafios, debates de toda sorte e numa conjuntura que cobra movimentações mais enfáticas e atualizadas, as entidades sindicais, não todas, se lançam às redes e na própria dinâmica da utilização se atualizam à medida do limite de suas estruturas, embates internos e características próprias.

4.1 Internet: aliada ou inimiga da classe trabalhadora?

O cenário da Guerra Fria, disputa político-ideológica travada entre Estados Unidos da América (EUA) e a União das Repúblicas Socialistas Soviéticas (URRS), foi frutífero para a corrida tecnológica nos anos 60. Entre os empreendimentos das duas superpotências, a elaboração de uma rede para a circulação de dados para facilitar a comunicação militar das forças estadunidenses.

Ao longo das décadas de 1960 e 1970 do século XX, a padronização dos protocolos foi um objetivo para o desenvolvimento da rede e, logo, na década de 1980, o sistema de domínio foi criado para garantir e hierarquizar a conexão entre máquinas. Ao final da década de 1980 e começo da década de 1990, a interface da web estava em uso e obrigava o usuário a utilizar um navegador. É relevante destacar que a utilização de um navegador é um marco, pois movimenta economicamente setores que dependem da *internet* e se desenvolvem a partir das necessidades dos usuários da rede.

Durante a década de 1990, a liberalização e a reestruturação da indústria das telecomunicações ao redor mundo estavam na base do projeto *Global Informational Infrastructure* (GII) que deu início a uma nova fase de comercialização e permitiu o surgimento de um grande número de corporações responsáveis pela venda de produtos ligados à infraestrutura de rede e serviços voltados à web. Essa fase terminou logo após o estouro da bolha em 2000, dando início ao período dos grandes oligopólios que formam os mercados da internet. (BOLAÑO; VIEIRA, 2013, p. 13)

Assim, ocorre uma alteração na organização e no uso da *internet*, que ultrapassa a utilização estatal, militar e acadêmica, para o seu segundo momento: o uso a partir das demandas do público, do potencial da utilização em larga escala, visto que o desenvolvimento das relações capitalistas e da posição dos EUA favorecem a popularização da rede, a partir, também, da lógica do oferecimento mercantil, que se considera como a privatização da *internet*.

O capital especulativo encontra no setor oportunidades e grandes investimentos capazes de transformar pequenas empresas criadas por estudantes universitários em grandes corporações, alimentando o mito norte-americano do “self-made man”. Na verdade, os fundadores de empresas como Google, Yahoo! e Facebook, por exemplo, são todos oriundos da Universidade de Stanford, inclusive recebendo apoio da instituição de ensino através da utilização da infraestrutura disposta pela universidade a exemplo dos servidores. Empresas de capital de risco, como a Sequoia Capital, por sua vez, darão o impulso necessário para a expansão dessas pequenas empresas que já nascem num ambiente propício para o desenvolvimento. (BOLAÑO e VIEIRA, 2013, P. 04)

A especulação financeira logo se associou ao grande potencial de arrecadação que representava aquele setor que prestava serviços de comunicação, informação e variedades ainda pouco exploradas. No contexto do capitalismo industrial, ao final do século XX, a comunicação era desenvolvida a partir do *soft power* estadunidense, uma vez que a disseminação de conteúdo nascia a partir de interesses mercantis e geopolíticos. Seja para grupos ou indivíduos, a *internet* disponibiliza, enquanto plataforma, possibilidades de comunicação e interação que superam as limitações vividas anteriormente à sua utilização. Logo, diante da superação das questões geográficas e temporais, a *internet* é indutora e também produto da globalização.

A aplicação da rentabilidade da internet vem através do conceito da produção da mercadoria audiência, da Indústria Cultural, atraindo o interesse do mercado e do Estado, enquanto é comercializado de maneira ampla. Após a criação da *internet*, as

empresas obtêm grandes oportunidades de alavancar suas vendas à medida que reúnem informações dos consumidores, fazendo assim a perfilação e desenvolvendo métodos de atração e outros produtos que possam ser consumidos por determinado público.

A atração e a manutenção do público a partir de produtos e serviços gratuitos (e-mail, serviços de mensagens, jogos, notícias, etc) também cria a relação com, por exemplo, a TV, que oferece conteúdo gratuito aos espectadores. Esse método nada mais é do que a condição de que o que é oferecido sem custos seja vetor para a indução do consumo de serviços ou obtenção de produtos, fazendo com que anunciantes possam arrecadar ao passo que se reafirmam enquanto financiadores da estrutura do mercado da *internet*.

Podemos concluir que não há diferenças essenciais entre a economia política da internet e a das indústrias culturais do século XX. Aplica-se, em ambos os casos, o conceito de duplicidade de mercadorias (BOLAÑO, 2000, p. 06).

Contudo, levando em consideração a negação da dicotomia na esteira da história dos povos, a internet também é utilizada como forma de expressão política por figuras de prestígio, pessoas em geral, grupos organizados e entidades da classe trabalhadora. A condição de dilema entre usar ou não as redes sociais digitais e/ou fóruns, por exemplo, é superada pela dureza prática da realidade, onde se avoluma a dependência das pessoas para com a rede. Compreender que o ambiente, ainda que controlado, é passível de ser disputado, em partes, cria a condição para que existam movimentos políticos interessantes que se formam a partir da interação entre usuários através da rede.

O engajamento social por alguma causa coletiva pode ser intensificado pela interação entre pessoas, algo comum nas redes sociais digitais, o que está ajustado na afirmação de que “o cidadão que usa intensamente tecnologias de conexão digital pode estar em estado de latência no que tange à participação e ao engajamento” (GOMES, 2005, p. 39-40). Num sistema político rico de contradições, cabe aos setores organizados da classe trabalhadora, estarem presentes e

disputarem narrativas que surgem ou mesmo que invadam *trending topics* ou o que o valha.

As inovações tecnológicas trazem consigo alterações no cotidiano social e, em alguns casos, na vida política. É inegável, por exemplo, que a prensa de Gutemberg tenha influenciado na maior disseminação e popularização das informações, ao final da Idade Média. Quando a capacidade técnica de produção se desenvolve, as estruturas sociais, políticas, religiosas e culturais são impactadas. É importante frisar o quanto o avanço tecnológico da comunicação, até mesmo em um período tão remoto, teve influência nas revoluções políticas e sociais que induziram o mundo ao período da modernidade. Diante da analogia, a internet e as redes sociais digitais, por consequência, estão à disposição, ainda que com limitações, para uma maior participação social através da divulgação de acontecimentos e da interação dos usuários a partir de tais eventos, criando um ambiente onde há uma disputa entre os discursos e numa possível movimentação ou alteração na prática “A questão aqui não é apenas do debate público, mas de como tornar o sistema e a cultura política liberais mais porosos à esfera civil a ponto de possibilitar a sua interferência na produção da decisão política” (GOMES, 2005).

O acesso à informação é valioso para que as pessoas das camadas populares possam desenvolver suas capacidades intelectuais e cognitivas, para que, assim, desenvolvam teorias ou se organizem, não apenas falando politicamente. Dado esse fato, não é possível se distanciar da prioridade leninista para com os produtos da comunicação em relação às tarefas com a mudança social

O fio condutor para a criação da organização revolucionária era o jornal político, que poderia “fazer progredir sem cessar essa organização em profundidade e em largura, para toda a Rússia (...), fiel aos princípios e abarcando os diversos aspectos da vida. Ao mesmo tempo, um veículo capaz de despertar em todos os elementos um pouco conscientes da população a paixão das revelações políticas (...), levar a cabo a nossa tarefa: concentrar todos os elementos de descontentamento e de protesto políticos para fecundar o movimento revolucionário do proletariado. (Lênin *apud* MORAES, 2018).

Desse modo, em correlação histórica com a possibilidade de mais atuação política por parte da classe trabalhadora, no momento em que há uma inovação tecnológica no setor comunicacional, é possível acrescentar que existe uma espécie

de movimentação política muito típica para a século XXI, sobretudo, em que popularizam-se as ferramentas de acesso à internet, bem como às redes sociais digitais: o ciberativismo.

A grande quantidade de interações sociais em meios virtuais, o que é basilar para a formação do ciberespaço, onde há uma diversidade de sujeitos e assuntos, é ambiente propício para a que as gerações que estão na rede possam se mobilizar por e para temas e pautas gatilhos para ações coletivas. Também é possível considerar que a autonomia, ou o ideal de autonomia, dos usuários do ciberespaço pode ser um outro motivador para ações organizadas tanto no mundo virtual quanto no mundo físico.

Portanto, o ciberativismo possui uma relação umbilical com o próprio desenvolvimento da internet, com o amadurecimento e as inovações intranet, possibilitando que um conjunto de pessoas possam iniciar sua trajetória de participação política em ambiente virtual.

O ciberativismo se confunde com a própria expansão da rede mundial de computadores. Ele influenciou decisivamente grande parte da dinâmica e das definições sobre os principais protocolos de comunicação utilizados na conformação da Internet. (SILVEIRA, 2010, p. 31)

Esse novo modo de atuação social e política necessita de suporte do ciberespaço, da existência da rede e da interação constante dos usuários da internet. Temas são pinçados, viralizam, ganham uma grande visibilidade e podem gerar ações organizadas através do ciberativismo, das discussões e outros eventos que se desenham por meio da conexão técnica e ideológica.

4.2 Instagram e comunicação sindical

A série de inovações e também do desenvolvimento das tecnologias da comunicação e da informação propiciam alterações marcantes no modo de vida da sociedade, que, no momento, se configura de maneira completamente distinta do século passado, por exemplo. Desde os processos de produção e de distribuição de bens e de serviços a forma como a interação humana acontece, em boa parte, essa

relação é mediada por *smartphones* e *softwares* conectados ininterruptamente com a *internet*.

Dessa forma, o atual modo de vida apresenta uma nova configuração cultural, política e social. Assim, os regimes políticos também são afetados pelo ciberespaço, guardam, nas democracias liberais ou burguesas, um estreito laço com as redes sociais digitais ou redes sociais virtuais.

Com o desenvolvimento da Web 2.0, o aperfeiçoamento de softwares contribuiu diretamente para o surgimento dessas redes sociais digitais que, ainda que as mesmas devam ser observadas como empresas e que possuem contradições quanto ao fluxo de informação coletiva e pessoal, constroem laços de relação humana a partir de seus usuários. Usuários esses que participam dos debates e do compartilhamento de conteúdo, de maneira recíproca e colaborativa, trazendo a perspectiva de mais interação. O novo padrão do uso da internet traz consigo o maior envolvimento dos usuários da rede, mas interatividade, trocas de conhecimento e também de informação.

Compreendendo o Instagram como espaço de participação popular, essa rede possui fortes laços com a dinâmica política, visto que o engajamento com determinados assuntos alcança a própria concepção de participação política em relação à democracia.

Entre as redes sociais mais utilizadas do mundo, o Instagram conta com cerca de 1 bilhão de usuários (G1, 2020) e a sua utilização pode ser uma aliada das entidades sindicais, que, pela estrutura muitas vezes ultrapassada, se distanciam da interação correta com os trabalhadores e com as trabalhadoras. Essa ferramenta, se bem utilizada, garante mais interação entre o sindicato e os trabalhadores, as trabalhadoras e a sociedade como um todo, assim como também auxiliam a atualizar as estruturas arcaicas da comunicação sindical.

Nessa condição de disputar a narrativa, os sindicatos utilizam as redes sociais digitais tem o objetivo de despertar o interesse nas pautas do movimento sindical, em especial na juventude, uma vez que a mão de obra tem se rejuvenescido diante

dos efeitos do ultraliberalismo e a desobrigação de um alto grau de especialização na função, serve para dar continuidade à luta da classe trabalhadora na conquista de uma parcela de sua nova geração, garantindo, ou ao menos tentando garantir, a continuidade da tarefa histórica dos setores organizados da classe.

Para além disso, a proximidade com os sindicalizados, sindicalizadas, filiados e filiadas, pode representar a condição de sobrevivência de sua atuação básica em defesa dos interesses de seus representados e suas representadas, a partir de insumos, uma vez que, desde 2016, no Brasil, uma série de medidas estatais foram tomadas e vêm criando obstáculos para a atuação sindical, como o fim do “imposto sindical”. Para o movimento sindical, então, resta a garantia da disputa de narrativa e a necessidade da conquista de mais filiados e filiadas.

Essa conquista não se dá apenas pelo uso de redes sociais digitais, é claro, mas é complementada pela utilização destas, sendo certo que as mesmas atuam como canais de publicização da atuação, engajando e garantindo a construção de vínculo com a base de trabalhadores e de trabalhadoras a partir da consolidação de uma imagem positiva da entidade sindical perante à opinião pública.

Na discussão sobre a centralidade da comunicação no mundo no século XXI, 'antigamente' usar a internet significava somente ter uma página eletrônica. O mundo da comunicação se restringia ao pobre do Gutemberg: livros, jornais, revistas, boletins, caderninhos e cartazes. Mas os dez anos desta primeira década se passaram rapidamente e o mundo mudou vertiginosamente. As invenções e inovações, em todos os domínios da vida, se sucederam numa velocidade alucinante. (GIANNOTTI, 2014, p. 187)

A revolução digital trouxe consigo ainda mais tarefas para aqueles e aquelas que se aventuram na comunicação sindical, ou mesmo no ciberativismo, que pode ser aliado das entidades sindicais numa época tão colaborativa. Entre *tweets*, *posts* no Facebook e *likes* no Instagram, existe a necessidade de produzir materiais para essas redes que de fato façam sentido para os seus algoritmos, que se encaixem nos padrões de publicidade e *marketing* que diversas entidades utilizam como recurso de ganhar cada vez mais público, mais visibilidade e mais engajamento.

Ainda que as redes sociais digitais, assim como o Instagram, sejam empresas privadas e, portanto, tenham um comportamento típico quando à comercialização de dados e controle dos usuários na plataforma, culminando em alterações do algoritmo, por exemplo, o que pode diminuir o alcance de determinado assunto ou publicação, a ausência das entidades sindicais dessas plataformas seria, de certa forma, ‘abrir mão’ da disputa de narrativa frente às organizações e figuras que representem os interesses da burguesia, que confrontam o que se busca na luta sindical.

O Instagram é um grande amplificador de ideias, de pautas, de eventos e das trocas, que, portanto, acontecem somente por meio das relações sociais. Assim, permitindo que os indivíduos possam expressar e serem vozes individuais e também representativas para coletivos.

No entanto, o Instagram ou qualquer outra rede social digital não deve ser encarado apenas como uma plataforma de comunicação simples - onde se transmitem mensagens e informações, em “diálogos” que não tragam a complexidade da luta de classes. A socialização que ocorre através dos *posts*, *likes*, *reposts* e comentários, não é abstrata, não é superficial à medida que as interações sociais que ocorrem surgem trazendo o sujeito como um ser político, que possui e expressa seus valores e suas ideologias.

Para a filosofia da práxis – afirma -, o ser não pode ser separado do pensar, o homem da natureza, a atividade da matéria, o sujeito do objeto; se se faz esta separação, cai-se numa das muitas formas de religião ou na abstração sem sentido (GRAMSCI, 2004, p. 175)

Para o marxista italiano, o Estado se forma a partir da interação entre dois planos, respeitando a superestrutura, um é a sociedade civil e o outro é a sociedade política, formando assim o Estado integral. Gramsci recorre à ideia hegeliana de que a sociedade civil está contida no Estado e seus sujeitos são educados a partir e para a “vontade coletiva” (LIGUORI, 2017). No entanto, é importante não perder a visão de classe, compreendendo o Estado como uma organização burguesa, onde a sociedade civil é parte do Estado, que é, portanto, a arena da luta de classes. Assim,

Gramsci (2007) entende que a sociedade civil é complexificada a partir das relações ideológicas, culturais e intelectuais, onde, por meio de aparelhos privados de hegemonia, de partidos e de outras organizações, além do Estado, mas que estão contidas nele, que funcionam como ‘correias de transmissão’ para ideologias, a luta política acontece.

Dito isso, o Instagram, uma empresa de tecnologia e comunicação que é identificada como plataforma para trocas sociais, também é utilizada como arena para a luta de classes. É importante ressaltar a centralidade da disputa de narrativa e a necessidade da presença das representações da classe trabalhadora na extensão da arena da luta de classes que é o Instagram ou qualquer outra rede social digital, uma vez que a luta por hegemonia ocorre na dimensão civil do Estado.

As frações de classe, dominantes e dominadas, produzem ideologias, agem atendendo a necessidade de formação político-ideológica e buscam avançar na ideia de uma visão de mundo sendo absorvida por todos e todas, hegemonia. No contexto do Instagram, um campo de luta da sociedade civil, as classes disputam ideias e os indivíduos experienciam práticas que possuem importância na absorção de ideologia. É possível, então, compreender a comunicação como um fenômeno e uma ferramenta da luta política, que, por meio do próprio Instagram, por exemplo, os sujeitos políticos, conscientes ou não de seus papéis, difundem ideias e moldam suas táticas narrativas com a finalidade de criar um consenso.

Se as novas tecnologias da comunicação são amplificadoras do contato entre sujeitos, garantindo uma maior socialização e embates ideológicos, as mesmas ainda cumprem com o conteúdo e a transmissão dos valores morais capitalistas, e aqui está a sua maior contradição, o que pode gerar algum receio das organizações da classe trabalhadora, obedecendo a dinâmica da luta de classes em seu atual tempo histórico.

De outra maneira, toda a dinâmica que acontece por meio das interações desse microssistema social, no que diz respeito às disputas de narrativa, não pode ser distanciada de todo aparato do macrossistema tecnológico da reprodução

capitalista. Portanto, levando em consideração o pensamento gramsciano, é de se considerar que a comunicação é superestrutura ao passo que também é estrutura.

Contudo, a participação consciente e política das entidades sindicais no Instagram, diluída no ciberativismo de Esquerda, pode também demonstrar grande capacidade de ser um mobilizador social, alcançando rapidamente, considerando a velocidade de em que a informação pode circular, um grande número de sujeitos em torno de uma ideia. Fomentando assim a necessidade de atuação histórica em qualquer que seja o campo da disputa das ideias, pois não há ‘vácuo’ na luta política, uma vez que os espaços são sempre ocupados por emissores de ideologias que buscam criar hegemonia.

Diferente da mídia burguesa, o Instagram, ainda que com ressalvas, concede algum espaço livre em sua “programação”, em analogia à grade televisiva, e isso pode garantir a potencialização das narrativas da classe trabalhadora, aumentando as possibilidades de conteúdos a serem dispersos e consumidos na plataforma.

Assim, com a utilização das redes sociais, portanto também do Instagram, por parte das entidades sindicais, há uma tentativa de combater a narrativa burguesa, que, noutro momento, reinava soberana na mídia tradicional.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir do que foi apresentado, o Instagram pode ser considerado como uma inovação tecnológica e comunicacional a serviço do capital, visto que seus mecanismos e funcionamento podem ser alterados, não sem a percepção dos usuários, conforme as necessidades da burguesia. É perceptível que a classe dominante detém o poder das plataformas de redes sociais digitais, o que nos leva a internet como um ‘ambiente’ onde não há plena autonomia para o pensamento revolucionário ou mesmo para a liberdade que é necessária para a atividade política e social da classe trabalhadora.

No entanto, a atuação política das entidades de esquerda, sobretudo dos sindicatos, se dá um terreno controlado pela burguesia, semelhante até com a atuação sindical a partir da regulação do Estado brasileiro, mas que de forma alguma essas organizações de trabalhadores e de trabalhadoras podem se abster da presença, uma vez que a batalha ideológica deve ser travada, ainda que dentro e também em desacordo com os limites impostos pela classe dominante, que impõe a reprodução capitalista na terreno das redes digitais sociais.

Em pleno século XXI, as entidades sindicais avançam, com a necessidade de profissionalizar a sua atuação, nas disputas de narrativa que ocorrem no ambiente *online* com a burguesia. Toda a dinâmica do Instagram ocorre por meio de compartilhamento de conhecimentos, informações e conteúdos, e esse movimento produz reflexões sobre a realidade nos sujeitos.

A justificativa da presença das entidades sindicais no Instagram, bem como em outras redes sociais, destaca que as estruturas social e econômica, no terreno da *web* ou não, vem a partir das relações materiais e dos conflitos ideológicos que são expressados no mundo social.

Ainda que no Instagram se reproduzam os monopólios digitais, o imenso controle de informação e mercantilização de dados e do próprio ambiente *online*, a força das organizações da classe trabalhadora não devem abandonar a disputa, uma vez que é possível extrair uma série de contradições que servem para essas

entidades como impulsos para construção das táticas que permitem explorar debates como, por exemplo, o controle da burguesia sobre a vida social e sua extensão digital. O Instagram pode servir com trincheira para a luta política, através da ocupação por parte das entidades sindicais e outras organizações da classe trabalhadora, fomentando assim a resistência da classe, fortalecendo a luta pelas antigas ou novas exigências, dinamizando a disputa de narrativa - uma vez que ainda nas décadas de 1980 ou mesmo 1990 do século XX a mídia tradicional fosse o único espaço midiático com amplitude - e garantindo maior engajamento na batalha das ideias, onde essas são, por extensão da luta de classes, o motor para se alterar a história.

REFERÊNCIAS

BOLAÑO, César. Indústria Cultural, informação e capitalismo. São Paulo: Hucitec/Polis, 2000

BOLAÑO, César Ricardo Siqueira; VIEIRA, Eloy Santos. Economia Política da Internet: sites de redes sociais e luta de classes. *In*. XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação Manaus - AM, (Intercom) Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2013/resumos/R8-0126-1.pdf>>. Acesso em: 19 de abr de 2021.

CAPURRO, Rafael; HJORLAND, Birger. O conceito da informação. Perspectivas em Ciência da Informação. 2007.

DELGADO, Gabriela Neves, e NUNES, Raquel Portugal. Dignidade humana e inclusão social: caminhos para a efetividade do direito do trabalho no Brasil. São Paulo: LTr, 2010.

ENGELS; MARX. O Manifesto do Partido Comunista. São Paulo. Expressão Popular. 2008

FONSECA, Francisco. Mídia e poder: elementos conceituais e empíricos para o desenvolvimento da democracia brasileira. Brasília: Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada, 2010.

GIANNOTTI, Vito. Comunicação dos trabalhadores e hegemonia. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2014.

GRAMSCI, Antonio. Cadernos do Cárcere. Vol. 1, Rio de Janeiro: Ed.Civilização Brasileira, 2004.

GOMES, Wilson. (2005). A democracia digital e o problema da participação civil na decisão política. Revista Fronteiras, São Leopoldo, v. VIII, n. 3, p. 214-222.

IASI, Mauro Luís. O dilema de Hamlet. O ser e o não ser da consciência. São Paulo, Viramundo, 2002.

KELLNER, Douglas. A cultura da mídia. Bauru, EDUSC, 2001.

MARTINS, Ana Luiza; LUCA, Tania Regina. História da imprensa no Brasil. São Paulo: Contexto, 2013

MORAES, Dênis de. Lênin e a imprensa revolucionária. Blog da Boitempo, 2018 Disponível em: <<https://blogdaboitempo.com.br/2018/11/29/lenin-e-a-imprensa-revolucionaria/>>. Acesso em 15 de jan de 2022.

LIGUORI, Guido; VOZA, Pasquale. Dicionário Gramsciano (1926-1937). São Paulo: Boitempo Editorial, 2017.

MARX, Karl. A ideologia alemã. 9º ed. São Paulo: Hucitec, 1993

_____. Manuscritos econômico-filosóficos. Coleção obra prima de cada autor. São Paulo: Ed. Martin Claret, 2006.

SANTOS, Milton. Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal. Rio de Janeiro. Record, 2003.