

Universidade Federal do Rio de Janeiro

Luís Henrique do Nascimento Gonçalves

**Comunicação sindical e condição de classe
– expressão da consciência e diálogo
nas redes sociais do Sindicato dos Comerciários
do Rio de Janeiro**

**Mestrado em Psicossociologia de Comunidades
e Ecologia Social**

Rio de Janeiro

2017

Luís Henrique do Nascimento Gonçalves

**Comunicação sindical e condição de classe
– expressão da consciência e diálogo
nas redes sociais do Sindicato dos Comerciários
do Rio de Janeiro**

Dissertação apresentada ao Programa EICOS Universidade Federal do Rio de Janeiro, como parte dos requisitos necessários à obtenção do grau de mestre em Psicossociologia de Comunidades e Ecologia Social, sob a orientação do Professor Carlos Frederico B. Loureiro.

Rio de Janeiro

2017

Comunicação sindical e condição de classe – expressão da consciência e diálogo nas redes sociais do Sindicato dos Comerciantes do Rio de Janeiro

Luís Henrique do Nascimento Gonçalves

Orientador: Carlos Frederico B. Loureiro

Dissertação de Mestrado submetida ao Programa de Pós-Graduação em Psicossociologia de Comunidades e Ecologia Social da Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ, como parte dos requisitos à obtenção do título de Mestre em Teoria Psicanalítica.

Os membros da Banca Examinadora consideraram o candidato _____ .

Banca Examinadora:

Prof. Dr. Carlos Frederico B. Loureiro - Orientador
Programa EICOS – Pós-Graduação em Psicossociologia de Comunidades e Ecologia Social – Departamento de Psicologia Social
Instituto de Psicologia – Universidade Federal do Rio de Janeiro

Prof.^a Dr.^a Ana Maria Marques Santos
Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (UFRRJ)

Prof. Dr. Rodrigo de Azevedo Cruz Lamosa
Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (UFRRJ)

Rio de Janeiro
Abril/2017

CIP - Catalogação na Publicação

G653c GONCALVES, LUIS HENRIQUE DO NASCIMENTO
Comunicação sindical e condição de classe –
expressão da consciência e diálogo nas redes
sociais do Sindicato dos Comerciários do Rio de
Janeiro / LUIS HENRIQUE DO NASCIMENTO GONCALVES. --
Rio de Janeiro, 2017.
177 f.

Orientador: Carlos Frederico B. Loureiro.
Dissertação (mestrado) - Universidade Federal do
Rio de Janeiro, Instituto de Psicologia, Programa
de Pós-Graduação em Psicossociologia de Comunidades e
Ecologia Social, 2017.

1. comerciários. 2. comunicação sindical. 3.
consciência de classe. I. Loureiro, Carlos
Frederico B. , orient. II. Título.

Elaborado pelo Sistema de Geração Automática da UFRJ com os
dados fornecidos pelo(a) autor(a).

*Ata da Reunião da Banca Examinadora do aluno Luis Henrique do Nascimento Gonçalves candidato ao grau de Mestre em Psicossociologia de Comunidades e Ecologia Social. Aos vinte dias do mês de abril de dois mil e dezessete, às nove horas, no Instituto de Psicologia da Universidade Federal do Rio de Janeiro, reuniram-se os membros da Banca Examinadora aprovada pelo conselho de Pós-Graduação do Instituto de Psicologia da Universidade Federal do Rio de Janeiro, para examinar a Dissertação de Mestrado do aluno supracitado, registro nº. 115005147. Fizeram parte da Banca os(as) Professores(as) Doutores(as) Carlos Frederico Bernardo Loureiro (**presidente da banca – EICOS - UFRJ**), CPF nº 971.485.477-68, Rodrigo de Azevedo Cruz Lamosa, CPF nº. 094.656.607-01 e Ana Maria Marques Santos, CPF nº. 770.109.497-00; sendo a primeira sua orientadora. O professor Carlos Frederico Bernardo Loureiro, na qualidade de Presidente da Banca, abriu os trabalhos concedendo ao aluno tempo para exposição oral de sua dissertação intitulada “**Comunicação sindical e condição de classe – expressão da consciência e diálogo nas redes sociais do Sindicato dos Comerciários do Rio de Janeiro**”. Dando prosseguimento, o aluno foi argüido pelos(as) professores(as) examinadores(as). Ato contínuo passou a Banca a proceder à avaliação e julgamento da dissertação, concluindo pela Aprovação. O aluno, portanto, foi declarado APTO a receber o grau de Mestre em Psicossociologia de Comunidades e Ecologia Social, cabendo à Universidade Federal do Rio de Janeiro providenciar a documentação necessária. Nada mais a declarar, eu, Ricardo Fernandes, lavrei e assinei a presente ata, sendo seguida da assinatura dos membros da banca e da aluna. Rio de Janeiro, 20 de abril de dois mil e dezessete.*

Secretário:

Ricardo Fernandes

Banca:

Rodrigo de Azevedo Cruz Lamosa

Aluno:

Luis Henrique do Nascimento Gonçalves

Observações:

LA: "Todos os trabalhadores merece um pouco de respeito por que sem eles o que seria de uma empresa. A empresa não trabalha (...). Não metem a mão para fazer nada. Pelo contrário só ficam vigiando os empregados para ver se estão. Roubando algo da dona dele. E. Não acordam 4 da manhã para ir trabalhar. E. Tb sai a hora que quer. quem dá o sangue e o suor pelas empresas são os trabalhadores. E não tem respeito por isso. Só querem. Lucro e lucro."

AGRADECIMENTOS

A realização desta pesquisa-ação é, em muitas dimensões, um trabalho coletivo e classista. Como tal, carrega a inquietação, a coragem, a criatividade, a tenacidade, o rigor e o projeto político de trabalhadores em luta por uma sociedade mais justa e potente – sejam comerciários que denunciam, sindicalistas que organizam, ou comunicadores e pesquisadores que imortalizam essas histórias.

Por isso, gostaria de agradecer igualmente ao Sindicato dos Comerciários do Rio de Janeiro e à Universidade Federal do Rio de Janeiro, nas figuras do presidente Márcio Ayer e do meu orientador Frederico Loureiro, respectivamente. Ambas – entidades públicas, críticas e abertas – acreditaram e viabilizaram este projeto. Vida longa!

Também agradeço ao conjunto de comunicadores e técnicos que ajudaram a construir de forma decisiva os fatos históricos e políticos aqui analisados. Roberta, Diego, Nathalia, Dara, Wellington, Rafael, Christiano, Manoel, Karina (a assistente de pesquisa que você respeita), Carolina e Henrique dentre tantos outros queridos.

Sou grato à acolhida e as contribuições críticas dos colegas do Laboratório de Investigações em Educação, Ambiente e Sociedade (LIEAS-FE/UFRJ).

Familiares, amigas e amigos e todas as demais pessoas que me despertaram para a pesquisa acadêmica ou me ajudaram de alguma forma, obrigado pela sua paciência e sua crença.

Segue aqui o fruto do nosso trabalho.

RESUMO

GONÇALVES, Luís Henrique do Nascimento. **Comunicação sindical e condição de classe – expressão da consciência e diálogo nas redes sociais do Sindicato dos Comerciários do Rio de Janeiro**. Rio de Janeiro, 2017. Dissertação (Mestrado em Psicossociologia de Comunidades e Ecologia Social) – Programa EICOS, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2017.

A pesquisa buscou observar as dinâmicas de tomada de consciência entre os comerciários cariocas acerca de sua situação de classe, através da análise das interações destes trabalhadores com seu sindicato nas redes sociais durante sua primeira campanha salarial depois de 50 anos, em 2016. A escolha da netnografia como caminho metodológico e da *fanpage* do Sindicato dos Comerciários como *lócus* de pesquisa se deveu tanto ao fato de se tratar de uma das páginas sindicais mais populares do Brasil, como por ter sido uma arena inédita e decisiva de expressão (e pressão) de milhares de trabalhadores. Analisou-se cerca de 5.000 comentários em resposta às postagens do Sindicato durante a campanha. Eles foram agrupados em categorias de estados e tendências diferenciais de consciência e analisadas a partir de uma perspectiva crítica da psicologia social. O estudo ainda considerou o papel do comércio na acumulação e circulação do capital, a história da categoria e o seu atual engajamento sindical. Percebeu-se uma grande indignação da categoria com os modos de exploração do trabalho no comércio. Entretanto, as poucas e iniciais experiências concretas de luta não foram suficientes para o desenvolvimento de uma identificação de classe e da valorização da ação coletiva.

Palavras-chave: comerciários; comunicação sindical; consciência de classe.

ABSTRACT

GONÇALVES, Luís Henrique do Nascimento. **Comunicação sindical e condição de classe – expressão da consciência e diálogo nas redes sociais do Sindicato dos Comerciantes do Rio de Janeiro**. Rio de Janeiro, 2017. Dissertação (Mestrado em Psicossociologia de Comunidades e Ecologia Social) – Programa EICOS, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2017.

This action research was sought to observe, discuss and contribute to the awareness-raising dynamics among Rio de Janeiro roustabout about their class situation, through the interactions of these workers with their labor union in social networks in there first salary campaign after 50 years, in 2016. The choice of netnography as a methodological way and of the labor union's fanpage as a locus of research was due both to the fact that it is one of the most popular labor union pages in Brazil, and because it was an unprecedented and decisive arena of expression (and pressure) of thousands of workers. The research analyzed more than 5,000 comments in response to Union posts during the salary campaign. These statements were grouped into categories of states and differential tendencies of consciousness and analyzed from a critical perspective of social psychology. The study also considered the role of trade in the accumulation and circulation of capital, the history of the category, in addition to its current engagement in conventional union activities. The research emphasizes the importance of both the participation of workers in class conflicts as determining the dynamization of their possible awareness, as well as the deepening of studies on work and subjectivity in a socio-historical perspective. There was a great latency of indignation of the category with the modes of exploration of labor in commerce. However, as few and initial concrete experiences of struggle were not sufficient for the development of class identification and the valorization of collective action.

Key-words: roustabout; labor union communication; class consciousness.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	12
1. O olhar do pesquisador – trajetórias em busca de uma comunicação emancipadora	15
2. Singularidades e potências dos trabalhadores do comércio	23
 CAPÍTULO 1 – METODOLOGIA	 33
1.1 Por quê uma pesquisa-ação?	33
1.2 Netnografia	36
1.3 Estudo de categorias de expressões de estados consciência de classe	42
1.4 Aplicação da pesquisa	54
1.5 Apresentação de resultados	58
1.6 Aspectos éticos da pesquisa	59
 CAPÍTULO 2 – TRABALHO, MERCADORIA E SUBJETIVIDADE – A PSICOLOGIA SOCIAL NUMA COSTURA SÓCIO-HISTÓRICA	 61
2.1 Trabalho, alienação, mercadoria e valor	62
2.2 Trabalho, fetiche e subjetividade	65
2.3 Uma outra Caverna de Platão	77
 CAPÍTULO 3 – OS COMERCIÁRIOS CARIOCAS E O MOVIMENTO SINDICAL	 80
3.1 Quem são os comerciários cariocas?	80
3.2 Comerciários cariocas – lutas, conquistas e tragédias	85
3.3 Contextos da Campanha Salarial 2016 do Sindicato dos Comerciários	103
3.4 A página <i>@comerciariorj</i>	107
3.5 A questão do impulsionamento no Facebook	119
 CAPÍTULO 4 – COMUNICAÇÃO SINDICAL, DIÁLOGO E CONSCIÊNCIA	 122

4.1 Uma análise crítica das falas dos comerciários cariocas	124
CONCLUSÃO	153
1. Um breve resumo da campanha salarial no Facebook	153
2. Participação e comunicação sindical – formas e experiências de reafetivação do trabalho vivo	155
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	158
ANEXOS	168

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Concomitância do uso da Internet no Brasil	40
Figura 2 - Síntese comparativa	48
Figura 3 - Formação das categorias	55
Figura 4 - Postagens marcos da campanha	57
Figura 5 - Modelo de análise das postagens	58
Figura 6 - Caverna de Platão	77
Figura 7 - Remuneração média de dezembro de 2014 por setor	83
Figura 8 - Folder Convocação Assembleia	111
Figura 9 - Jornal do Comerciário Abril 2016	112
Figura 10 - Postagem 11 de maio	114
Figura 11 - Postagem 7 de junho	116
Figura 12 - Envolvimento das principais páginas sindicais	118
Figura 13 - Postagem 29 de fevereiro	125

Figura 14 - Postagem dia 10 de março	128
Figura 15 - Postagem dia 31 de maio	131
Figura 16 - Postagem dia 27 de junho	134
Figura 17 - Postagem dia 29 de junho	139
Figura 18 - Postagem dia 4 de julho	143
Figura 19 - Postagem dia 7 de julho	146
Figura 21 - Postagem dia 19 de julho	149
Figura 22 - Postagem dia 5 de setembro	153

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Gráfico comparativo das categorias dia 20/06	60
Gráfico 2 - Ramos do comércio varejista no número de estabelecimentos no Rio de Janeiro	80
Gráfico 3 - Distribuição dos postos de trabalhos no comércio na cidade do Rio de Janeiro	81
Gráfico 4 - Ramos do comércio atacadista em estabelecimentos no Rio	81
Gráfico 5 - Distribuição dos postos de trabalho no comércio atacadista	82
Gráfico 6 - Gráfico da receita bruta de revenda de mercadoria	84
Gráfico 7 - Contribuições dos setores, subsetores e impostos para o PIB	99
Gráfico 8 - Participação do comércio	100
Gráfico 9 - Gráfico comparativo das categorias dia 29/02	126
Gráfico 10 - Gráfico comparativo das categorias dia 10/03	129
Gráfico 11 - Gráfico comparativo das categorias dia 31/05	131
Gráfico 12 - Gráfico comparativo das categorias dia 27/06	134

Gráfico 13 - Gráfico comparativo das categorias dia 29/06	140
Gráfico 14 - Gráfico comparativo das categorias dia 04/07	143
Gráfico 15 - Gráfico comparativo das categorias dia 07/07	146
Gráfico 16 - Gráfico comparativo das categorias dia 19/07	149
Gráfico 17 - Gráfico comparativo das categorias dia 05/09	153

INTRODUÇÃO

Como e sob que fatores determinantes se desenvolvem as dinâmicas de conscientização entre grupos e classes sociais em relação às questões sociais e ambientais? Como se dão os processos de tomada de consciência (LUKÁCS, 2003; FREIRE, 1986; SAWAIA, 2007), seja entre habitantes tradicionais de uma área de proteção ambiental, ou entre trabalhadores dos setores de serviço e comércio, em relação a seus interesses, potências e às forças que os oprimem e ameaçam? Podem as ações de comunicação sindical e popular, numa perspectiva crítica e emancipadora, dialógica (FREIRE, 1986) e sustentável (LOUREIRO, 2013), incrementar essas dinâmicas?

Sob essa nuvem de questões, à luz da psicologia social crítica (DANTAS, 2015) – e tangendo conceitos-chave como os de ideologia (CHAUÍ, 1980), consciência real e possível (LUKÁCS, 2003; GOLDMANN, 1972), as dimensões subjetivas da realidade (FURTADO, 2011) dentre outros –, se inicia o desenho da presente dissertação.

Essa composição é fundamental para o reconhecimento tanto do percurso teórico e metodológico da pesquisa, como da natureza do olhar do pesquisador, bem como da singularidade e potência do objeto aqui estudado – as dinâmicas de comunicação e consciência entre comerciários da cidade do Rio de Janeiro e seu sindicato¹.

Assim, é preciso iniciar a aproximação aos conceitos de consciência de classe, consciência real (ou contingente) e consciência possível – questões a serem aprofundadas a seguir, no capítulo 1 (metodologia) e no capítulo 3 (teórico). Pela sua complexidade, apesar de suas centralidades nesta pesquisa, não é possível esgotá-los suficientemente numa dissertação. Ainda assim, em síntese, é importante

¹ Como será detalhado no capítulo 1, o Sindicato tem como bases as cidades do Rio de Janeiro, Miguel Pereira e Paty do Alferes. Essas duas últimas representam uma parcela pequena não só em relação à totalidade da base (0,5%), mas também na audiência no Facebook e nos próprios esforços da campanha – ainda que estes não tenham deixado de acontecer de forma pertinente. Com o objetivo de facilitar a leitura e compreensão – e considerando que por essas características essas cidades ficam de fora do recorte –, no decorrer da dissertação nos referiremos apenas a entidade como "Sindicato dos Comerciários do Rio de Janeiro" ou apenas "Sindicato". E a base será sempre nomeada aqui como carioca.

compreender a consciência de classe como num processo dinâmico, não linear e não apriorístico, que se dá na história e por meio da prática refletida pelos trabalhadores. Ela se desenvolve conforme suas experiências de luta desvelam as hierarquias da divisão social do trabalho, dos irremediáveis conflitos de interesses com os detentores dos meios de produção e circulação de riquezas, da contradição entre as forças produtivas e as relações de produção, da percepção tanto da dominação ideológica, como da teoria política capaz de confrontá-la e das atitudes e ações solidárias que podem construir entre si capazes de ameaçar e, por fim, romper com as estruturas de dominação de classes, fluindo de uma consciência da classe em si para a de classe para si (MARX, 1982; LUKÁCS, 1981).

Iasi (1999, p. 37) segue o diálogo sobre este último conceito, importante para nos facilitar o entendimento das demais categorias da consciência aqui apresentadas. Os comerciários cariocas também entram no debate²:

O proletariado, ao assumir-se como classe, afirma a existência do próprio capital. Cobra deste uma parte maior da riqueza produzida por ele mesmo, alegra-se quando consegue um parte uma pouco maior do que recebia antes. A consciência ainda reproduz o mecanismo pelo qual a satisfação do desejo cabe ao outro. Agora ela manifesta o inconformismo e não a submissão, reivindica a solução de um problema ou injustiça, mas quem reivindica ainda reivindica para alguém. Ainda é o outro que pode resolver por nós nossos problemas.

DBOD: “So tenho a agradecer por tudo que vocês estão fazendo, obrigado.” (27/06)

CD: “Não adianta querer rancar tudo das empresas em apenas um acordo, jas que o nome tem que fazer jus benefícios para os dois lados. Se não é acordo, é imposição. (25 curtidas)” (14/07)

Trazendo esses conceitos para um campo mais concreto e histórico, Lenin (1979) percebeu que a consciência de classe pode se iniciar do “elemento espontâneo”, que é a “forma embrionária do consciente” (op. cit., p.20). Em uma dinâmica de acúmulo, essa consciência poderia alcançar características de enfrentamentos de classe regulares, mas ainda “tradeunistas”, atuando a partir de

² Com o intuito de dar visibilidade às falas comerciárias e de ilustrar os contextos históricos, teóricos e metodológicos em que se inscrevem nesta pesquisa, a dissertação citará uma série de comentários aqui analisados. Além de não se apresentarem em ordem cronológica, não necessariamente aparecerão aqui agrupados por estarem na mesma postagem – em geral estarão reunidos para ilustrarem aspectos específicos da dissertação. Por outro lado, quando surgirem com indentações crescentes, significa que se referem a comentários da mesma postagem que interagem entre si, um respondendo a outro.

expectativas e interesses imediatos. Em um novo salto, a consciência de classe poderia, então, colocar esses trabalhadores em condições de articular a compreensão das contradições do capitalismo, com o entendimento do seu papel na resolução desse impasse em combinação com a construção de suas capacidades objetivas para realizar este intento.

MVSDS: "Conseguimos uma vitória nesta etapa. Mas ainda a luta não acabou. Temos que continuar pelos nossos direitos. Parabéns p/ tds !"
(29/06)

Em prosseguimento, a consciência real, a partir de LUKÁCS (2003), pode ser entendida como estágio real e possível de uma consciência fragmentada pela alienação, engolida e manipulada por dispositivos ideológicos que, mesmo não sendo capazes de impedir a percepção de opressão, turvam a compreensão das relações que engendram essa situação, bem como a possibilidade e as formas de sua superação. Por seu turno, Goldmann (1972) pode nos introduzir a descrição da consciência possível como o máximo de consciência que uma classe pode expressar num determinado contexto sócio-histórico.

Em função disso, este autor nos apresenta níveis de análise “para quem deseje intervir na vida social” – em especial no sentido de contribuir com esse tensionamento da consciência real através da comunicação popular. Segundo ele, “uma informação pode não passar por falta de informação prévia”, para em seguida afirmar que “um grupo social particular resiste a certas informações que possam contrariar a estrutura de sua consciência real”. E há ainda “situações em que a aceitação de determinada informação implica no desaparecimento do grupo ou na perda de suas características sociais básicas. Portanto, a informação não pode ir além dos limites da consciência possível do grupo, não pode contrariar os fundamentos de sua existência social”. O autor conclui que

Também o sociólogo, quando estuda um grupo social, deve sempre perguntar se quais são as características intelectuais fundamentais, qual o aspecto específico dos conceitos de espaço, de tempo, de bem, de mal, de história, de causalidade, em que medida essas categorias estão ligadas a sua existência, Quais são os limites do campo de consciência que elas engendram e, enfim, quais são as informações situadas além desses limites

e que não podem mais ser percebidas sem transformação social fundamental." (Goldmann, 1972, p. 11)

Para Paulo Freire (1986, p. 63) questão da decodificação é um ponto central para essa dinamização. Através deste “exercício” ele dá o salto de qualidade gnosiológico – a “decodificação é, assim, um momento dialético, em que as consciências, coitencionadas à codificação desafiadora, re-fazem seu poder reflexivo, na “ad-miração” da “ad-miração” e vai-se tornando uma forma de “re-ad-miração”. Através desta, os camponeses vão-se reconhecendo como seres transformadores do mundo”.

Para Giovanni Alves (2008), torna-se fundamental o desenvolvimento de uma teoria sócio-histórica da subjetividade, quando afirma a tarefa de compreendermos que “o acesso ao simbólico é a condição necessária para a constituição do inconsciente e claro, também do consciente”.

Lukács (2003, p.141) resgata a importância desse “estudo concreto” da consciência. Para ele, ao relacionar as determinações dialéticas e a consciência empírica de classe social com a totalidade do processo histórico, seria possível “descrever o que os homens pensaram, sentiram ou desejaram efetivamente sob determinadas condições históricas, nas determinadas situações de classe”.

Por fim, a importância do debate sobre consciência e luta de classes também pode ser definida por Frederico (2002, p.8) de forma a traduzir claramente a motivação desta dissertação: “o sociólogo não deve restringir-se à consciência real dos indivíduos, mas sim sondar as mudanças suscetíveis de se produzirem em sua consciência.”

1. O olhar do pesquisador – trajetórias em busca de uma comunicação emancipadora

Introduzindo o olhar do pesquisador, esta dissertação se interessa, como problema geral, pela possibilidade de grupos sociais desenvolverem (ou transitarem por) espaços de expressão e interação reais ou virtuais, onde haja identificação, interesse ou pertencimento, seja duradouro ou efêmero, com ou sem o fomento

inicial de sujeitos coletivos, onde sua consciência real pode entrar em dinâmica com acontecimentos e narrativas capazes de criar possibilidades e condições para “a recuperação da memória histórica, a desideologização do sentido comum e da experiência cotidiana, e a potencialização das virtudes populares” (Baró, 2001, p. 11).

Esse questionamento surge das reflexões e práticas multidisciplinares desdobradas pelo pesquisador a partir do campo da comunicação popular. Através de uma experiência de mais de 25 anos junto a governos, empresas, movimentos e organizações sociais brasileiras e internacionais, partidos e sindicatos, o pesquisador pôde vivenciar limites, contradições e possibilidades de processos de comunicação que, sob diferentes motivações, pretenderam gerar dinâmicas de reflexão e práticas que, de uma forma geral, afirmavam buscar a prevenção, superação ou mitigação de desafios sociais e ambientais. Essa experiência garantiu a oportunidade de muitos aprendizados, mas também vivenciou muitos conflitos éticos e equívocos epistemológicos e metodológicos, além da insuficiência de condições de eficácia e efetividade pretendidas em muitas dessas intervenções. A posição crítica do pesquisador enquanto educador e profissional de comunicação, diante desse conjunto de “barreiras” entre a intenção discursiva declarada e seus resultados conduziram-no a inúmeros questionamentos que encontraram na psicologia social crítica o ferramental capaz de observá-los e ressignificá-los.

Dizendo de outra forma, o que liga o pesquisador ao campo da psicologia social e ao objeto aqui estudado é o interesse em compreender como a comunicação popular e sindical podem contribuir, em última instância, com dinâmicas de tomada de consciência coletiva que apontem para transformações sociais superadoras da sociedade de classes.

Para isso, além da busca pela coerência teórica e clareza metodológica, essa escolha procurou o alinhamento ético-político que ligasse as motivações ao compromisso e à capacidade de interferência na realidade. E, de início, as dimensões ética e ontológica desta escolha alertam para os riscos do voluntarismo e da idealização da práxis crítica, onde o apriorismo e a romantização de grupos e

classes populares dissipam essa potência no contato com a realidade. E também observa como a institucionalização e desistorização podem inocular e entorpecer essa potência posta no mundo pelas contradições de classes.

Por um lado, quando uma situação comunicacional potencialmente emancipadora é reduzida à leituras mecanicistas da ideia de “propaganda e agitação”, ou num discurso apenas para “convertidos”, estanca-se o atributo dialético da relação entre teoria e prática, ao se atribuir sobre-poderes à informação “conscientizadora” em relação à prática cognoscente – esta necessariamente baseada na expressão dos sujeitos em conscientização, no diálogo problematizador (FREIRE, 1986). Nessa relação proposta por Freire, “o significado passa a ter a mesma significação para ambos. E isto só se dá na comunicação e intercomunicação dos sujeitos pensantes a propósito do pensado, e nunca através da extensão do pensado de um sujeito até o outro” (FREIRE, 1986, p. 46). Ao contrário da prática extensionista³ criticada pelo autor, a (inter)comunicação conscientizadora é a “prática da liberdade, é tarefa daqueles que sabem que pouco sabem – por isto sabem que sabem algo e podem assim chegar a saber mais – em diálogo com aqueles que, quase sempre, pensam que nada sabem, para que estes, transformando seu pensar que nada sabem em saber que pouco sabem, possam igualmente saber mais” (op. cit., p.15).

Em segundo lugar, e dentro dos interesses desta pesquisa, visões idealizadas do potencial conscientizador da comunicação abrem mão da capacidade do método histórico e dialético de perceber e compreender como vem se dando a revolução da comunicação proporcionada a partir das novas tecnologias. Perde-se também a compreensão do seu *lócus*, “o ciberespaço, um espaço novo, não concreto, mas igualmente real” (RECUERO, 2000, p. 1), com todos os desdobramentos nas e entre estruturas ideológicas e reações contra-hegemônicas.

Portanto, é possível pensar numa comunicação emancipadora que compreende que o “despertar” pode ter uma forte dimensão “individual, uma

³ Nas palavras do autor: “ A expressão “extensão educativa” só tem sentido se se toma a educação como prática da “domesticação”(…), estender algo desde a “sede do saber”, até a “sede da ignorância” para “salvar”, com êste saber, os que habitam nesta.

experiência única de cada indivíduo”, mas “a ação é coletiva, segundo a escolha comum de todos esses indivíduos que se dispõem a atuar” (WERNECK e TORO, 2006); é preciso crer na condição determinante da alteridade e da reciprocidade dessa comunicação, em oposição àquela (independente do referencial de classes) que coisifica o “público-alvo”.

Por fim, se partimos da ideia de que “a emancipação dos trabalhadores deve ser obra dos próprios trabalhadores” (MARX e ENGELSs, 2010), é possível afirmar, justamente sem romantismos e idealizações, não fazer sentido uma prática comunicativa pretensamente conscientizante que a desassujeite em última instância. Ao contrário, ela precisa considerar o trabalhador como ser social ativo, e que sua atividade concreta “é determinada por uma objetividade que independe absolutamente de sua vontade, mas um sujeito que transforma o objeto ao agir sobre ele, ao mesmo em que se transforma, em uma relação de mútua determinação” (LIMA, 2014, p. 48).

A partir disso, observando um outro extremo epistemológico, fica mais nítido que em geral ações “empreendedoras” e “cidadãs” não são capazes de (ou intencionados em) lidar com as contradições que constituem os desafios sociais ou ambientais que abordam. O pesquisador participou profissionalmente de inúmeras intervenções de sujeitos coletivos (ONGs, coletivos, pontos de cultura, organizações governamentais e internacionais, redes e empresas dentre outras), em geral a partir do suporte de fomentadores (bancos internacionais de desenvolvimento, fundos, governos nacionais e estrangeiros, fundações, institutos, patrocínios etc.) onde as visões destes determinavam em última instância os limites das ações dos primeiros. Isso pode ser visto, seja no plano macro, por exemplo, através das narrativas relacionadas à ideia de “boa governança” (onde esses fomentadores passam a descrever o que são “boas práticas” de gestão pública), ou na ponta da intervenção, onde o eixo é o empoderamento individualizado e institucionalizado.

Detendo-se brevemente sobre a questão desse plano macro, vale refletir sobre a crítica de Virgínia Fontes (2010) ao papel desempenhado pelo chamado “terceiro setor” e outros atores magnetizados pelo “impulso emanado do Partido dos

Trabalhadores" a partir do fim dos anos 1980. Segundo a autora, as ONGs "integravam um processo complexo de conversão mercantil-filantrópica da militância" (p. 255). Ela também lembra que "a sociedade civil é arena de luta de classes e, portanto, do embate entre aparelhos privados de hegemonia e de contra-hegemonia no sentido do convencimento, da formação, da educação de quadros, de sua organização segundo objetivos e projetos de classe contrapostos" (p. 291). Foi preciso formar, cooptar, integrar intelectuais orgânicos capazes de desenvolver e aplicar práticas psicossociológicas que contribuíram, em última instância, como suporte ideológico para o projeto neoliberal implementado nos últimos 30 anos.

Partindo de narrativas generalistas e ambíguas como cidadania, participação, descentralização, responsabilização e equidade entre os atores, este movimento performa sua legitimidade e pragmatismo colando-se e, então, moldando boa parte das práticas das organizações da sociedade civil nesse período. Em muitos casos, financiador e financiado alinham-se na narrativa de substituição do Estado em frentes onde ele "provou" ser incompetente ou insuficiente. Neste fluxo, passam a ser incorporadas e justificadas muitas outras práticas e "metodologias", como *advocacy*, voluntariado, marketing social, inclusão social, investimento e responsabilidade social, empreendedorismo e empoderamento individual (GOHN, 2011) e a "educação ambiental" promovida pelo agronegócio (LAMOSA e LOUREIRO, 2014), dentre muitos outros. É preciso ressaltar, inclusive, que os governos de que se sucederam no Brasil de 2003 a 2016, por vezes não só seguiram e operaram dentro dessas visões, como criaram suas próprias metodologias neste sentido. Decorrente desse cenário geral, desenvolveu-se no Brasil um mercado de ONGs, consultorias, agências e intermediários que deu sustentação operacional à instrumentalização liberal das questões socioambientais, em geral vivendo *nos* e *dos* conflitos socioambientais, mas sem resolvê-los a tempo e a contento.

Consequentemente, no plano micro, e em especial em diversas intervenções psicossociais ou comunicacionais observadas e vivenciadas na trajetória profissional deste pesquisador, é possível identificar os desdobramentos dessa visão

estandardizada, individualizante e raramente emancipadora. Em essência, essas intervenções comunicacionais se baseiam em geral em estruturas unidirecionais, de fundo sociocognitivista, assimétricas e até ingênuas. Parte-se, muitas vezes, de premissas ideologizadas que, como vimos antes, desconectam a subjetivação da prática e da realidade objetiva. Este tipo de atuação comunicacional (e psicossociológica) pode ser melhor compreendida a partir de Chauí, (1980, p. 12), por caracterizar “a teoria de tal modo que a reduz à simples organização sistemática e hierárquica de ideias, sem jamais fazer da teoria a tentativa de explicação e de interpretação dos fenômenos naturais e humanos a partir de sua origem real”. Consequentemente, a “teoria manda porque possui as ideias e a prática obedece porque é ignorante”, um mero meio de aplicação dos desígnios do pensamento autossuficiente. “Os teóricos comandam e os demais se submetem”, pois a “prática não é ação propriamente dita, pois não inventa, não cria, não introduz situações novas que suscitem o esforço do pensamento para compreendê-las”.

Monopolizada pelos especialistas (comunicadores, psicossociólogos, consultores, governos, financiadores, empresas etc.), a teoria (as boas práticas governamentais, comportamentais e afins) é levada beneplacidamente para “aqueles que pensam que nada sabem” (Freire, 1984, p.15). Em sua crítica à psicologia de comunidades norte americana (base teórica para a prática aqui desconstruída), Prado (2002, p. 206) revela que a mensagem desses especialistas aponta para o ideal de um indivíduo saudável e auto-contido, independente e dependente de si mesmo, capaz de influenciar suas relações sociais baseado numa conduta de “justiça e igualdade”. Nessa visão liberal, as “transformações sociais” se dariam contidas em processos comportamentalistas, com foco nos indivíduos, já que “as proposições gerais de todas as ciências sociais são proposições da psicologia comportamental” (MÉSZÁROS, 2008, p. 26).

A psicologia social norte americana busca, assim, soluções institucionalizadoras para os conflitos sociais, onde “ordenar é o melhor remédio”. Seja na acomodação de imigrantes, nos ciclos de crescimento e declínio produtivo das cidades (SIMMEL, 1967), ou nas assimetrias no acesso a serviços de saúde entre as classes sociais, essa abordagem surge da preocupação em lidar com as

tensões sociais antes que se tornassem problemáticas (sobretudo para o projeto social vigente).

Os aspectos metodológicos dessas ações (da projeção à mensuração de resultados), inclusive refletem uma perspectiva behaviorista quando adaptam do campo médico e científico sua narrativa universalista (PAVÓN-CUÉLLAR, 2015, p. 20), seus grupos de controle, escalas de valor, questionários e demais experimentos e manejamentos de dados – crítica que não pode ser detalhada aqui e que não minimiza a necessidade de rigor metodológico.

Na experiência deste pesquisador, em geral, o desdobramento narrativo e operacional das ações de comunicação em questão se dá de forma pouco ou não dialógica, muitas vezes instrumentalizada e performatizadas. É reforçadora de uma suposta incapacidade arraigada dos "públicos" social e ambientalmente "vulneráveis" em perceber sua condição e elaborar suas alternativas, cuja solução seria, assim, exógena e concedida. E, observando a questão dinamicamente, pouco importa se essa prática se dá de forma bem intencionada, consciente ou não, na medida em que põe a girar processos ideológicos "de institucionalização da ação coletiva" (GOHN, 2011, p. 10), que restringem a reflexão à adoção de comportamentos dentro dos limites da consciência real dos indivíduos e grupos sociais objetos da ação.

Cabe ressaltar que coube a teoria da ação comunicativa uma contribuição direta ou indireta para boa parte do suporte teórico e discursivo a este movimento geral. Citado não raramente como filosofia institucional ou estratégica de "comunicação e mobilização" no "terceiro setor" (PESQUEUX e VASCONCELOS, 2013), o pensamento de Habermas (2012) foi apropriado como um caminho para o diálogo "transparente" e conciliador com "*stakeholders*". Para Goldmann (1972, p. 10), "certos filósofos que examinam os problemas do diálogo, pensam que todos os mal-entendidos vem de tal informação insuficiente o que basta ser honesto e fornecer ao parceiro todos os esclarecimentos necessários" para que a comunicação se fizesse. Sua teoria justificou práticas, que buscavam circunscrever conflitos sociais e ambientais à falta de diálogo e desentendimento com o "outro". Também

disseminou, sobretudo em intervenções comunicacionais e/ou psicossociais, a ideia de que a comunicação em si, como agente "esclarecedor" ou sensibilizador, pode "mudar o mundo". Assim, muitas vezes, essas intervenções giravam em torno das estratégias de IEC (informação, educação e comunicação) – onde as pessoas podem mudar a si através do "esclarecimento" da informação –, ou de CAMS (comunicação, *advocacy* e mobilização social) – onde, as pessoas são "empoderadas" para pressionarem e dialogarem com seus "alvos".

O que fica velado em muitas dessas circunstâncias é que as possibilidades dessas mudanças comportamentais e legais/institucionais já foram formatadas muito antes da chegada (reforçando aqui seu caráter exógeno) dessas intervenções. Em geral, introduz-se comportamentos que não resistem a persistência dos fatores de conflito, e portanto não se tornam costumes. Limitando a “conscientização” à meras “mudanças comportamentais”, essas práticas comunicativas não relacionam (ao menos suficientemente), por exemplo, a promoção da equidade de gêneros, da diversidade sexual, ou dos direitos sexuais e reprodutivos às estruturas patriarcais; nem o combate à doenças negligenciadas às causas de tal negligência; nem a defesa do trabalho e da sociabilidade tradicionais em áreas de conflito ambiental à natureza dos interesses econômicos que os ameaçam; e, tão pouco, avançam além do julgamento moral do racismo, da criminalização da pobreza, só para citarmos algumas “causas”.

Na verdade, o que fica velado – aqui e no "romantismo revolucionário" anteriormente descrito – é que somente o que pode de fato "provocar a história" é a ação refletida das classes, através da luta pelos seus interesses. Ou seja, o papel da comunicação popular não é "instaurar" consciência de classe, mas refleti-la, disseminá-la e realimenta-la.

É possível, assim, e sem perdermos tempo demais nessa crítica, entendermos a origem dessa distorção do papel da comunicação como prática social. Marx e Engels (2008, p. 47) já haviam identificado que “o modo de produção da vida material condiciona o processo de vida social, política e intelectual. Não é a consciência dos homens que determina o seu ser; ao contrário, é o seu 'ser social

que determina sua consciência". Portanto, a comunicação não tem poderes sócio-históricos por si só.

Para concluir essa etapa, é importante situar que a perspectiva mercantil-filantrópica na intervenção psicossocial pode ser hegemônica, mas não é absoluta. A partir do ponto de vista e da experiência do pesquisador, a contribuição, resistência e inventividade de muitas organizações da sociedade civil, sejam feministas, ambientalistas, pelo direito à terra ou à saúde pública – com todas as suas contradições –, precisa ser lembrada e diferenciada neste contexto. Silva (2012), por exemplo, defende uma separação clara entre organizações da sociedade civil (OSCs) e o autodenominado terceiro setor, no sentido apontar para a possibilidade de independência entre determinados tipos de ONGs e as FASFIL (fundações privadas e associações sem fins lucrativos). Da mesma forma, mesmo em muitos sujeitos coletivos implicados neste mercado pôde se testemunhar os conflitos e angústias surgidas das contradições entre a "demanda" encontrada e refletiva nas intervenções e a "oferta" dos fomentadores. Neste cenário, o "plano" pode não sair como pensado. Não foi incomum o pesquisador ter participado de determinadas intervenções psicossociológicas e comunicacionais onde a combinação entre "desafios sociais ou ambientais" e "promoção da participação" gerasse questionamentos e rompimentos com o "script" institucionalizado.

Seja na formação de comunicadores populares na Maré, na contribuição ao fortalecimento de grupos de ajuda mútua de pacientes com hanseníase e tuberculose em Gramacho, ou no suporte ao arco de movimentos, ONGs e governos que conseguiu enfrentar a OMC em Cancún em 2003, o pesquisador esteve inserido tanto em momentos de institucionalização, como nos de tensionamento, de provocação da consciência possível de sujeitos "alvo" dessas intervenções. Dessa forma, é bastante interessante que se faça uma leitura não cristalizada da crítica feita por Fontes (FONTES, op. cit., 2010) às organizações privadas de interesse público. Controlada ou não pelo capital, "a sociedade civil é arena de luta de classes". Certamente o papel fundamental das ONGs não aponta para a superação da sociedade de classes. Mas na sociedade civil sempre haverá a possibilidade histórica de brechas por onde as contradições germinam e podem encontrar suas

antíteses "convertendo, assim, a consciência possível em consciência real" (KOLAKOWSKI, 1983, p. 317-8).

2. Singularidades e potências dos trabalhadores do comércio

Feita a introdução e a contextualização teórica e da trajetória das experiências profissionais do pesquisador a partir do ferramental proporcionado pela psicologia social sócio-histórica, cabe então iniciar a descrição da singularidade e relevância do objeto da presente pesquisa. Afinal, por que estudar as dinâmicas de conscientização de uma categoria profissional sem qualquer tradição de luta sindical como a dos comerciários da cidade do Rio de Janeiro?

2.1. Perfil dos trabalhadores do comércio carioca

O caso guarda características interessantes e desafiadoras. A primeira refere-se ao perfil da categoria no recorte da dissertação. De acordo com o DIEESE (2016) – com o artigo 577 da CLT e da Lei 12.790/13 – trata-se da maior ocupação profissional com carteira assinada na cidade do Rio de Janeiro, com 390.597 trabalhadores. Os comerciários cariocas têm um salário médio de R\$ 2.011,76 e faz jornada de até 56 horas semanais⁴. Distribuída em 26 diferentes ramos, os comerciários têm entre si significativas distinções mercadológicas, funcionais, salariais e simbólicas, que serão analisadas detalhadamente no capítulo 1.

2.2. O comércio e seu papel na acumulação do capital

A segunda característica refere-se a dimensão objetiva do trabalho no comércio dentro do ciclo de acumulação do capital. Marx desvela de forma original esta questão ao analisar a relação entre circulação de mercadorias e mais-valia. Para ele, “quanto mais são ideais as metamorfoses da circulação do capital, isto é, quanto mais se torna o tempo de circulação igual a zero, ou mais aproximada de zero, mais funciona o capital, tanto maiores se tornam sua produtividade e produção de mais-valia” (MARX, 2008b, p. 140-141). Ricardo Antunes, em entrevista (2015, p. 7) a partir deste texto, prossegue ao problematizar que “se a mais-valia é criada na produção, a produção também é consumo, e consumo também é produção porque

⁴ Somatório das 44 horas regulares com o limite de 2 horas extras diárias permitidas na Convenção Coletiva de Trabalho da categoria na cidade do Rio de Janeiro.

existe produção, distribuição, circulação e consumo”. Ou seja, embora o comércio não crie mais-valia, ele existe para sua consecução. Sua burguesia se apropria de parte desse valor socialmente produzido e privadamente apropriado, explorando por sua vez o trabalhador do comércio “para que este tenha uma remuneração que não diminua o lucro que a burguesia comercial obtém a partir da mais-valia que ele puxou da indústria...”. Fica assim reforçada a condição proletária (no sentido caracterizado por Marx) do comerciante, já que, como os demais trabalhadores, ele se insere nessa engrenagem ao vender sua força de trabalho em troca de salário.

Aprofundando-se pelas novas morfologias do trabalho desencadeadas no capitalismo flexível, para Antunes (2015, p. 33) a radicalidade dessas transformações teriam feito com que a classe trabalhadora sofresse sua “mais aguda crise deste século que atingiu não só a sua materialidade, mas teve profundas repercussões na sua subjetividade” afetando sua “forma de ser”. Alves (2010, p.10) também descreve essas novas morfologias como “dinâmicas psicossociais que implicam a dessubjetivação de classe, ‘captura’ da subjetividade do trabalhador assalariado e redução do trabalho vivo a força de trabalho como mercadoria.”

Antunes (2015, p. 39) busca identificar os principais elementos das transformações dos processos de acumulação do capital iniciadas após a recessão instalada a partir de 1973 e que determinam essas novas morfologias. Estes seriam:

- a) Acumulação flexível, através do “confronto direto com a rigidez do fordismo”;
- b) “Flexibilidade dos processos de trabalho, dos mercados de trabalho, dos produtos e padrões de consumo”;
- c) Surgimento de “um vasto movimento no emprego no chamado ‘setor de serviços’”, bem como um adensamento industrial em regiões periféricas (HARVEY, 1992, p. 140), como Brasil, México, China e Índia;

Estes fatores, segundo Antunes, vêm se desdobrando nas relações de trabalho através da desproletarização relativa do trabalho industrial, simultânea à subproletarização do trabalho em outras áreas, sobretudo pela expansão do setor de

serviços e pela massiva incorporação do trabalho feminino com foco nos postos de trabalho mais precários.

Para estes dois últimos autores, entretanto, essa nova etapa de acumulação (flexível) mantém as características essenciais do modo de produção capitalista, como o seu permanente crescimento apoiado na exploração do trabalho, ambas intensificados pela sua “intrínseca dinâmica tecnológica e organizacional” (ANTUNES, 2015, p. 41). Como resultante destes movimentos, o trabalho organizado é solapado através da sua precarização, do desemprego, do retrocesso da ação sindical e do individualismo exacerbado.

Essas forças e movimentos gerais acabam por atingir o setor de comércio de forma determinante. Da concentração do mercado em grandes empresas e redes, ao impacto das novas tecnologias. Da flexibilização, intensificação e ampliação da jornada de trabalho à especialização precária e seletiva e às permanentes violações de direitos trabalhistas, conforme amplamente denunciado pelo Sindicato e pelos comerciários em sua página no Facebook (@comerciariosrj).

BP: "Os supermercados ficam abertos de 7 horas até as 22 horas. Muitas meninas tem filhos (...). Por isso eu gostaria que os supermercados não abrissem mais aos domingos ; para que as mães tenham mais tempo com seus filhos." (31/05)

AQ: "trabalhei muito Natal & Ano Novo agente chega em casa cansado do trabalho, da viagem pra volta pra casa, o cansaço é tanto que comia e ia dormir ☹ não curtia nada. que Vocês possam melhorar essa situação pois é graças a nós que eles ficam Ricos. vocês estão no Caminho certo de melhorar o Comércio para quem faz ele fluir." (09/07)

Outro indicador específico que ajuda a moldar a categoria comerciária é sua altíssima média nacional de 63,9% de rotatividade geral – contra a média geral, de 55,2% (DIEESE/2014). Dentro desta fração de *turnover* é significativo o percentual de 28% de demissões a pedido (CAGED, média 2014 a 2015), ou seja, de trabalhadores que voluntariamente trocam de emprego. Embora este não seja um elemento central da pesquisa, o alto índice de demissões a pedido pode ser vista como uma estratégia "solitária" de busca por melhores condições de trabalho – considerando aí o perfil propositivo (ALVES, 2002) e pouco combativo dos sindicatos desta categoria.

2.3. Conflito de subjetividades

Na decorrência desses fatores, a terceira singularidade observada refere-se às suas características específicas de alienação. Em muitos casos, esses trabalhadores vivem a contradição entre sua objetivação (alienada) da realidade à partir da sua condição proletária aqui já exposta e o seu papel (também alienante e alienador) de ativador da satisfação de necessidades e desejos a partir do consumo – também com consequências na divisão e relações de trabalho e nas valorações socialmente atribuídas à categoria.

Selecionando-se apenas os ramos onde há mais claramente o contato de venda com o consumidor, chegamos ao considerável número de 81,6% da categoria (DIEESE, 2016).

Como vendedor, atendente, gerente, caixa etc. esse trabalhador tem a função de facilitar, encantar, promover e induzir o consumo da mercadoria. Quase sempre em função de uma programação fora do seu controle e compreensão, que equaciona volume e tempo de vendas e outros fatores mercadológicos, como moda, sazonalidades, estoques etc. – todos voltados para a aceleração das “metamorfoses da circulação do capital”. Sua obrigação é, de diferentes formas, convencer o consumidor de que ele oferece o biscoito mais gostoso, a roupa que lhe deixará mais atraente, o carro ou o celular que matará seus amigos de inveja ou a carne de melhor procedência. Enfim, seu papel é intensificar o acúmulo de capital na sua etapa de circulação, se necessário performando a partir do poder ideológico do consumo como recurso socialmente distintivo. Embora a dimensão do consumo como dispositivo ideológico não seja o foco deste estudo, é possível brevemente dimensioná-lo como “uma forma de reconhecimento dos valores dominantes”, direcionando a subjetividade do consumidor para o aspiracional, mantendo-o num permanente estado de “desapossamento da capacidade de formular seus próprios fins (e a imposição correlativa de necessidades artificiais)”, o que torna esse contexto “sem dúvida, a forma mais sutil da alienação” (BOURDIEU, 1976, p. 100).

Para a realização dessa sua tarefa, em geral é necessário que esse comerciário esteja minimamente imerso nessas crenças, não importando

necessariamente se nelas creia, ou que delas precise se utilizar de forma pragmática para a consecução da venda. Ele passa a acessar (e ser acessado) pelas utopias de mercado, valores-fetiche e "vocábulos ou conceitos que falam por nós nas instâncias de produção e reprodução social" (ALVES, 2008, p.95). E é necessário ainda que esse valores se desdobrem em relações de trabalho competitivas, através da concorrência entre vendedores, de metas, bônus e truques como as chamadas técnicas de "marketing de relacionamento" apenas para ficarmos em alguns exemplos. Dessa forma, em muitas de suas atividades, para ser comerciário é preciso "comprar" o sistema valorativo da competição, do hedonismo, do consumismo e da hierarquização social pelo poder de consumo e da distinção social atribuída à mercadoria (num desdobramento do seu valor de uso) – instaurando-se, assim, uma estrutura ideológica particular decorrente da sobreposição intensiva das subjetividades proletária e capitalista no seu fazer e pensar laboral.

PG: "Concordo com Vc MO trabalho na empresa a 4 anos achei desnecessário tudo isso nada a reclamar da empresa e não sou gerente. #orgulhodesermundial" (30/06)

Além desse conflito de subjetividades, muitas vezes, a profissão é comumente marcada pelo senso comum como uma ocupação transitória e/ou de entrada no mercado de trabalho. A profissão pode também ser narrada como a atividade laboral dos setores do proletariado com escolaridade média, mas com qualificação insuficiente para trabalhos de maior valorização. Assim, a profissão comerciária pode, algumas vezes, ser descrita pelo como uma alternativa restante àqueles que não puderam ou não se interessaram pela progressão educacional, para os inaptos para outras atividades que requerem vocação, talento e dedicação, podendo denotá-la como uma atividade contingente e de pouca auto-estima.

2.4. História e contexto sindical dos comerciários cariocas

Completando este quadro, a quarta e última singularidade do objeto de estudo refere-se ao seu contexto sindical – que será introduzido aqui, mas melhor aprofundado no capítulo 1. Fundado em 1908 por cerca de "40 trabalhadores do comércio, dentre balconistas, viajantes, guarda-livros e faxineiros, que buscavam organizar as estratégias da categoria na luta por direitos", o Sindicato dos

Comerciários da Cidade do Rio de Janeiro surgiu inicialmente com o nome de União dos Empregados do Comércio (UEC), funcionando de forma secreta “para evitar represálias dos patrões”. A entidade participou de forma ativa de algumas importantes vitórias da classe trabalhadora na primeira metade do século XX, como a Lei das Férias e a indenização das demissões sem justa causa. Mas a principal delas foi a conquista da chamada Semana Inglesa⁵, obtida em 1932 após uma manifestação de cinco mil trabalhadores em frente ao Palácio do Catete (SECRJ, 2015, p. 22).

Com o golpe empresarial-militar em 1964, o sindicato sofreu uma intervenção que o manteve por 46 anos sob controle de uma mesma família, que se perpetuou graças a um esquema milionário de fraudes e colaboração com o patronato, impedindo qualquer prática de sindicalismo classista. Entretanto, esse histórico dramático, mas típico da realidade sindical brasileira, passou por um revés quando a instituição sofreu, em 2014, uma investigação do Ministério Público do Trabalho, seguida de uma intervenção da Justiça do Trabalho que destituiu a diretoria da família Mata Roma e preparou as eleições sindicais em 2015. Elas resultaram na vitória de uma chapa de comerciários liderados pela Central dos Trabalhadores e Trabalhadoras do Brasil (CTB), num processo violento e rumoroso e com ampla repercussão nas mídias de massa (Fantástico, 15/5/2015).

Por fim, a partir do olhar da psicologia social sócio-histórica sobre este conjunto de fatores, é possível perceber que se trata de um grupo social que, em busca do seu equilíbrio provisório e dinâmico na sociedade de classes (GOLDMANN, 1972), permanentemente adota e recria uma determinada consciência real, uma subjetividade, um tipo de compreensão do seu lugar nas relações de produção e circulação de riquezas em que está inserido (FAIRCLOUGH, 2005). E, deste ponto de partida, percebe-se ainda que esta consciência, sobretudo como processo histórico e coletivo, encontra-se desprovida de qualquer memória – e com isso, de significação e sentido (LEONTIEV, 1978b) – de enfrentamento

⁵ Semana inglesa era como se chamava o regime de trabalho onde o comércio fechava suas portas aos sábados à tarde e não abria nos domingos e feriados. Embora a conquista tivesse passado nas gestões Mata Roma a constar das Convenções Coletivas de Trabalho, foi também nelas que a conquista foi cedida de volta aos patrões.

organizado contra as situações características de opressão em que vive. Dessa forma, o comerciário não saberia, por meio de "experiências objetivadas" (LEONTIEV, 1978b e DUARTE, 2004), que (1) ele se encontra sob um contexto específico de superexploração, com uma crescente valorização do lucro realizado por trabalhador sem ganhar nada em troca; (2) ele não saberia que conta com uma ferramenta coletiva de enfrentamento dessa situação, que é o seu sindicato; e, (3) até o momento anterior a essa pesquisa, não sabia que existiria uma oportunidade de utilização dessa ferramenta para esse enfrentamento – ainda confuso, difuso, “tradeunista” (LENIN, 1979) – que é o período da renegociação anual da sua Convenção Coletiva de Trabalho (conhecido no jargão sindical como campanha salarial). Por fim, não poderia imaginar que, neste processo, estaria exposto, na condição de sujeito social (LUKÁCS, 2013), às possibilidades de objetivação dessa experiência coletiva de conflito organizado que poderiam lhe colocar, de alguma forma, em contato com as contradições da sua consciência real, podendo alterar a forma como essa consciência é retecida subjetiva e socialmente.

2.5. Objetivos da Pesquisa

Assim, a chegada de uma gestão proletária ao Sindicato dos Comerciários do Rio de Janeiro abriu possibilidades de se investigar questões relevantes como (1) as atuais características de conscientização de classe entre os comerciários; e (2) se e como processos estruturados de comunicação crítica, dialógica, permanente e engajadora podem facilitar o desenvolvimento dessa conscientização e do agenciamento deste grupo frente aos seus interesses e obstáculos.

O Sindicato dos Comerciários, a partir da intervenção da Justiça do Trabalho, passou a contar com o Setor de Comunicação Integrada – do qual o pesquisador é fundador e coordenador –, tornando-se uma referência nacional de comunicação sindical. A entidade tinha, no período da pesquisa, a página sindical no Facebook com maior envolvimento por postagem no Brasil (ver figura 23, p. 130), com um alcance total no período pesquisado (6 meses) de 5,6 milhões de exibições. Houve 2.000 interações diárias (curtir, compartilhar, comentar, cliques no link e mensagens *inbox*), além de dezenas de diálogos virtuais diários e diretos entre os trabalhadores

e o sindicato (através do Setor) – a maior parte centrada em denúncias e dúvidas sobre direitos trabalhistas. Numa rápida leitura tanto das análises de redes sociais feitas pela entidade, como na leitura livre dessa *fanpage* é possível observar um riquíssimo sortimento de comportamentos, falas e debates feitos pelos próprios comerciários, que se polarizam em muitas direções a cada tema. A página (ou seja, o sindicato) tem um alto grau de dialogicidade com seu público, obtendo, no período pesquisado, 100% de respostas às mensagens diretas (os *inboxes*) em menos de 2 horas. Pela primeira vez, milhares de trabalhadores do comércio puderam se reconhecer em mensagens classistas, puderam expressar a forma como entendem suas situações de classe e debater essas visões entre si.

RJ: "Olha, GS, DE, JS e SM! os patrões querem que a gente trabalhe no dia de natal e ano novo.é o fim mesmo." (20 curtidas) (09/07)

FEFP: "vcs não estão aqui pra defender PT e muito menos Dilma, estão aqui pra defender os interesses dos empregados do comércio, não usem nosso dinheiro pra ficar fazendo propaganda em favor do PT, não admito." (25 curtidas) (14/07)

BW: "Manda essa pergunta no zap deles tb....As vezes demoram a responder..mas respondem....☺" (23/05)

Dessa forma, procurou-se realizar aqui uma pesquisa-ação (TRIPP, 2005) netnográfica (RECUERO et al, 2011; POLIVANOV, 2013) na página do Sindicato, através da análise das falas dos comerciários em seus comentários nas postagens da *@comerciariosrj* relativas à Campanha Salarial 2016. Essas escolhas metodológicas, como detalhadas no capítulo 1, estão em sintonia tanto com os objetivos da pesquisa, como com a natureza do seu objeto. Trata-se de um *lôcus* decisivo e peculiar de luta do Sindicato, dentro de uma nova dimensão do nosso sociometabolismo. E que, por isso, vem sendo alvo de estudo da própria entidade em busca do melhor entendimento possível acerca das metamorfoses do trabalhador e da sua subjetividade. Para isso, buscou-se identificar categorias de falas que pudessem retratar essas dinâmicas de consciência entre os comerciários envolvidos nessas postagens. Outros indicadores quantitativos foram também considerados, como o número de novas sindicalizações e a participação em assembleias. Dessa maneira, se pôde analisar a pesquisa netnográfica em sua relação com dados quantitativos contextualizados. Por fim, o pesquisador esteve em

observações participantes na atividades diretas do sindicato junto à categoria, como panfletagens, assembleias e outras ocorrências de mobilização.

Como será detalhado a seguir, trata-se de uma pesquisa realizada com o apoio institucional do Sindicato (Anexo A) e com sua participação decisiva. Dessa forma, esta pesquisa-ação pretende observar, discutir e contribuir com as dinâmicas de tomada de consciência entre os comerciários cariocas acerca de sua situação de classe, através das interações destes trabalhadores com seu sindicato nas redes sociais durante sua campanha salarial, entre março e setembro de 2016.

Concluindo esta introdução, é preciso afirmar que investigar, a partir da psicologia social crítica, essas dinâmicas de conscientização é relacionar-se com o estudo de “como as diferentes classes sociais representam para si mesmas o seu modo de existência tal como é vivido diretamente por elas” (CHAUÍ, 2014, p. 35). E é, também, se interessar pelo encontro entre as contradições de classe e suas múltiplas antíteses – os rebatimentos, contradições, reedições, dissonâncias, adaptações, inaptações, resistências e cooptações de determinados grupos em determinados momentos e contextos históricos frente a sua condição de desefetivação sob o capitalismo.

CAPÍTULO 1 – METODOLOGIA

1.1 Por quê uma pesquisa-ação?

A escolha pela metodologia de pesquisa-ação se dá pelo alinhamento entre suas características e finalidades possíveis e o contexto e interesses do Sindicato, além da relação deste com o pesquisador. Neste sentido, é importante uma breve revisão dos entendimentos acerca desta metodologia.

Tripp (2005) faz um apanhado das linhas, trajetórias, variações, combinações e diferenciações das metodologias ora autodenominadas como pesquisa-ação, ora com denominações e práticas correlatas. Segundo este autor, a pesquisa-ação seria um termo geral para quatro desenvolvimentos distintos: pesquisa-diagnóstico, pesquisa participante, pesquisa empírica e pesquisa experimental. Mais tarde outras aplicações foram consideradas nesta metodologia: administração, desenvolvimento comunitário, mudança organizacional e ensino, além da mudança política, conscientização e outorga de poder, negócios bancários, saúde e geração de tecnologia dentre outros.

Numa leitura crítica do artigo e de alguns dos autores nele citados, a partir dessas diferentes propostas e motivações de aplicação da metodologia, é possível depreender que a pesquisa-ação contribuiu com determinados objetivos de países capitalistas centrais de aperfeiçoarem suas formas de estabilização e controle de conflitos e desafios comunitários, raciais ou de classe. Para isso, lançou mão de uma pesquisa-ação sociocognitivista, individualizante e institucionalizadora dos conflitos, como já apontado.

Isso não impediu que a metodologia pudesse ser apropriada de forma contra-hegemônica, nos termos como o próprio Tripp classifica como pesquisa-ação política, socialmente crítica ou emancipatória.

Na busca por identificar “modalidades” da pesquisa-ação o autor lembra que, antes de qualquer coisa, o fator em comum nesta metodologia é a participação. Ele disserta sobre as modalidades técnicas e as socialmente críticas dessa participação, onde, em essência, a primeira busca o ajuste de práticas e a segunda, algum tipo de

superação delas ou do contexto em que essas práticas, seus sujeitos e relações estão imbricados. No caso do nosso objeto de estudo, na verdade, esses objetivos se combinam cotidianamente, no sentido do aprimoramento permanente de práticas comunicacionais pretensamente contribuidoras de condições de dinamização da consciência de classe.

Mas o que nos interessa neste raciocínio, a partir da psicologia social crítica⁶, é compreender quais esses potenciais social e historicamente transformadores da metodologia. Como tal, ela se aplica a partir da ideia de que “a sociedade é resultado de um conflito social, em que grupos – representantes de interesses opostos – enfrentam-se para fazer valer seus objetivos” (DANTAS, 2015, p.83). E que “o objeto de estudo da psicologia social crítica é a ação humana, entendida como ideologia” (Op. cit., p. 35.). Através desta abordagem, a psicologia social é chamada a tomar posição e vivenciar uma “perspectiva popular-democrática” com “um núcleo central irreduzível, de uma clara postura ético-política, definida a partir de valores comuns e da práxis histórica, e que se refletem em escolhas teóricas.” (VASCONCELLOS, 2008, p. 150).

Aprofundando essas escolhas, a opção epistemológica e metodológica desta pesquisa (como qualquer outra) também toma consciência de que ela é resultado um olhar parcial da realidade, na medida em que “todos estamos condicionados pelos nossos interesses de classe que parcializam nosso conhecimento, nem todos realizam uma opção ética consciente que assuma uma parcialização coerente com seus próprios valores” Baró (1986, p.10). Soma-se a isso a posição do pesquisador no contexto. A necessidade e oportunidade deste estudo atravessam sua atividade profissional como coordenador de comunicação do Sindicato dos Comerciários. As investigações acerca das melhores abordagens de mobilização e comunicação com os comerciários do Rio de Janeiro – considerando quem são, o que pensam e expressam e como se veem –, já vem sendo feita pela entidade sob a liderança do “pesquisador-coordenador” desde outubro de 2014. Neste ínterim, foram realizados

⁶ Também chamada nesta dissertação como psicologia social sociohistórica.

grupos focais, pesquisas de satisfação e por amostragem e uma permanente análise de redes sociais junto à categoria comerciária.

Neste sentido, além dos objetivos acadêmicos, o conjunto de atividades de pesquisa realizadas para a dissertação (e pela equipe de comunicação do Sindicato) também tinham como intenção o aprimoramento da comunicação sindical da entidade. Como lembram Brown e Dowling (2001, p. 152) a pesquisa-ação pode ser também “um termo que se aplica a projetos em que os práticos buscam efetuar transformações em suas próprias práticas”, fazendo “as coisas acontecerem para ver o que realmente acontece”.

Tripp (2005) propõe também um coerente ciclo metodológico de planejamento, implementação e avaliação de ações práticas e investigativas. No caso da *fanpage* do Sindicato, esse fluxo metodológico construiu-se, na prática, primeira e determinantemente para as demandas e objetivos comunicativos do Sindicato. Por sua vez, esses objetivos eram mediados e operados pela sua equipe de comunicação que cotidianamente percebe, processa, testa, avalia e ajusta essas ações em direta relação com os comerciários e comerciárias que interagem com a página. Dessa forma, ora a dissertação elabora suas próprias questões e as medeia com o Sindicato (diretoria e equipe de comunicação), ora recebe *insights* dos “práticos” e se reelabora a partir deles. Um bom exemplo foram os questionários de perfil e opinião aplicados nas assembleias (Anexo B), cuja pertinência surgiu tanto da pesquisa, quanto da necessidade do Sindicato produzir conhecimento sobre si para tomar suas decisões.

Ao se configurar como pesquisa-ação, este intento pretende fazer, junto e a partir das necessidades do Sindicato, uma pequena contribuição de reflexão e metodologias práticas de mobilização e comunicação, tanto para a entidade em especial, como para o movimento dos trabalhadores e trabalhadoras em geral. Desde o início da participação do pesquisador no Sindicato até o momento da pesquisa, este trabalho já vem sendo demandado e realimentado por outras categorias, movimentos e entidades sindicais, principalmente ligadas a Central dos

Trabalhadores e Trabalhadoras do Brasil (CTB), a qual o Sindicato dos Comerciários é filiado.

Por isso, a pesquisa é também um dos resultados do esforço de trabalhadores e trabalhadoras organizados para inovar e fortalecer os processos de mobilização, de expressão da inquietude e da consciência de suas lutas e do seu papel histórico.

O pesquisador está alerta também para o fato de que a pesquisa não se configura para “provar” a eficiência dos processos de mobilização e comunicação seus ou do Sindicato. Na verdade, não havia nada *a priori* que determinasse que o processo pesquisado seria bem-sucedido de alguma forma. Ao contrário, as condições objetivas, subjetivas e históricas se demonstrariam determinantemente contrárias ao processo.

É justamente o encontro de fatores tão inesperados e conflitivos – ausência de tradição sindical, profundo estado de alienação, exploração e controle ideológico, em choque com a retomada da entidade pelos trabalhadores através de uma diretoria de inspiração classista⁷, disposta a investir numa comunicação massiva, mobilizadora, crítica e dialógica – que desperta o interesse acadêmico sobre suas resultantes igualmente imprevisíveis.

Por fim, apenas para concluir a contextualização da escolha pela pesquisa-ação, Fairclough (2005, p. 325) complementa a compreensão que este trabalho tem acerca da sua própria razão de ser:

A vida acadêmica está organizada como uma rede de práticas distintas, um mercado distinto, e uma análise crítica que permanece dentro de seus limites provavelmente não surtirá muito efeito. (...) Mas continuo achando que devemos repensar a maneira como pesquisamos, onde e como publicamos, e como escrevemos.

⁷ Não cabe a esta pesquisa entrar na polêmica sobre quais centrais sindicais e forças políticas podem ser consideradas classistas. Como se trata de uma pesquisa-ação realizada em conjunto com o Sindicato, por um lado, nos basta a autodeclaração da entidade e da sua central sindical (CTB) como classistas para que esta característica seja reconhecida aqui. Por outro lado, entende-se aqui como classista (em oposição ao chamado sindicalismo de resultados, por exemplo) toda a central sindical que afirme uma identidade de classe que aponte para uma oposição irremediável entre burguesia e proletariado.

1.2 Netnografia

Estudo etnográfico realizado na internet e em aplicativos de mensagens, a netnografia foi a forma de pesquisa utilizada neste trabalho. Segundo Polivanov (2013), no início dessas etnografias surgiram duas correntes de interpretação da internet. Para a primeira, a rede mundial de computadores “representa um lugar, um ciberespaço, onde a cultura é constituída e reconstituída” (Hine, 2000, p. 9), “normalmente compreendida enquanto um espaço distinto do *offline*”.

Uma segunda corrente entende que a internet é mais um artefato cultural. Para Polivanov, essa visão “favorece a percepção da rede como um elemento da cultura e não como uma entidade à parte, em uma perspectiva que se diferencia da anterior (...) pela integração dos âmbitos *online* e *offline*” (POLIVANOV, op. cit, p. 63). E, como elemento cultural, seria preciso entender a internet como “geradora de práticas sociais”. Mas uma terceira corrente volta-se para “a dimensão material na qual o campo é definido durante a pesquisa” (FRAGOSO, RECUERO e AMARAL, 2011, p.44). Este olhar para a materialidade da comunicação, aumenta a complexidade da netnografia.

Seu uso nesta pesquisa-ação, longe de ser uma mera preferência pessoal do pesquisador, é resultante direto do contexto e da natureza do objeto pesquisado. Para que isso se torne claro, é preciso algumas breves imersões em reflexões e dados acerca da internet, das redes sociais e dos seus usos no Brasil.

Embora haja farta produção de dados no mercado e academia sobre as novas formas de sociabilidade surgidas com a disseminação das novas tecnologias, no Brasil ainda poucas produções às refletem de forma crítica, dialética e histórica, principalmente no campo da psicologia social brasileira. Neste sentido, foi de grande valia o estudo da tese de doutorado de Janecleide Moura de Aguiar (2016) desenvolvida no próprio EICOS, sobre o papel das novas tecnologias na luta política popular, a partir do estudo de caso do MST. A pesquisadora faz uma leitura de teorias e dados considerando esses aspectos ideológicos e de classe. Também contribui sensivelmente para esta dissertação e para a produção acadêmica em

geral com a sua apropriação e uso da netnografia para o estudo das práticas e narrativas de movimentos populares na internet.

A partir desta trilha, uma das primeiras reflexões aqui se dá em torno da capacidade da internet estar, de forma permanente e acelerada, se consolidando não apenas como uma das plataformas de comunicação mais usadas, mas também numa das que mais se interpõe com outras plataformas e momentos da vida privada, social e mesmo na produção da história presente. Mais ainda, com a chamada “internet das coisas”, caminhamos para um novo patamar de dissolução dessas novas tecnologias na vida cotidiana e pública (AGUIAR, 2016), nos modos e relações de trabalho (ANTUNES, 2015), nas formas de dominação ideológica e, assim, também na produção cultural. Por isso, esta netnografia não se limita a observar seu objeto apenas como artefato de práticas comunicacionais. Trata-se, como retomaremos adiante, do engendramento de novas outras formas de sociometabolismo e, conseqüentemente, de subjetividade.

Prosseguindo o raciocínio, é interessante observar alguns aspectos dessa dimensão virtual do sociometabolismo, conhecendo um pouco do contexto da internet no Brasil.

A Pesquisa Brasileira de Mídia (PBM) traz mais alguns dados que nos ajudam a dimensionar o peso da internet entre os hábitos e a sociabilidade dos brasileiros. Segundo sua edição 2016, a internet foi apontada por 49% dos brasileiros como meio de comunicação mais utilizado cotidianamente para informação sobre o que acontece no Brasil. Por esses critérios, ela ficaria atrás da televisão (89%) e, ultrapassaria o rádio (30%) (PBM 2016, p.14). Mesmo considerando que uma parcela nada desprezível de brasileiros ainda não acessem a rede (37%), entre os seus usuários o tempo empregado em seu uso ultrapassa as 4 horas diárias (48%).

Igual relevância tem o peso do uso das redes sociais pelos brasileiros conectados. Segundo a pesquisa, “entre as redes sociais e os programas de trocas de mensagens instantâneas mais usadas (1º + 2º + 3º lugares), estão o Facebook (83%), o Whatsapp (58%), o Youtube (17%), o Instagram (12%) e o Google+ (8%). O

Twitter, popular entre as elites políticas e formadores de opinião, foi mencionado apenas por 5% dos entrevistados” (PBM 2015, p. 50).

No quadro abaixo (PBM 2016), outra particularidade que pode ser verificada é o uso da internet em concomitância com outras atividades. Os dados mostram como essa prática social se dá de forma cotidiana, se dissolvendo entre tantas outras.

P31E) E quando está navegando/acessando a internet? Mais alguma?
Alguma outra? (RM)

Base: somente para quem acessa a internet (9307)	
Come alguma coisa	21%
Conversa com outra pessoa	20%
Assiste TV	19%
Troca mensagens instantâneas (WhatsApp/ ICQ)	18%
Usa o celular	15%
Ouve rádio	9%
Faz alguma atividade doméstica	7%
Estuda	5%
Toma banho/se arruma pra sair	2%
Lê/ folheia livro, jornal ou revista	2%
Está no carro dirigindo	1%
Está no carro ou algum meio de transporte como passageiro	1%
Pratica alguma atividade física	1%
Não faz duas atividades ao mesmo tempo	36%
NS/ NR	1%

Figura 1 - Concomitância do uso da Internet no Brasil
 Fonte: Pesquisa Brasileira de Mídia, 2016, p.30.

Mas a escolha da netnografia não é justificável apenas pela relevância da internet e demais novas tecnologias em nosso sociometabolismo. A adoção crítica da metodologia permite ainda perceber que também na internet se reproduz uma desigualdade no acesso e uso dos recursos linguísticos e sociais, e que esta disparidade integra o construto do controle ideológico exercido na sociedade capitalista. "A língua conecta com o social, sendo o domínio primário da ideologia e sendo tanto o interesse principal como o lugar em que têm lugar as lutas de poder" (FAIRCLOUGH, 1989, p. 15), atribuindo assim ao discurso certa materialidade histórica e linguística. É a partir da possibilidade de produção desse tipo de materialidade que a parte “ação” da pesquisa – a comunicação crítica, massiva, dialógica e mobilizadora organizada pelo Sindicato dos Comerciários – buscou

estruturar-se também como um espaço de *expressão* dos trabalhadores e trabalhadoras. Procurando, assim, provocar dinâmicas nessas consciências, favorecendo, na página do Sindicato, os efeitos identitários, relacionais e ideacionais do discurso (FAIRCLOUGH, 2001) e, de modo igualmente importante, do diálogo entre os trabalhadores e entre estes e a entidade.

Neste sentido, Aguiar (2016, p. 6) prossegue esse debate lembrando que no momento presente não há mais como compreender as formas de organização política e de ação direta dos movimentos sociais sem considerar a importância das redes telemáticas em todo esse processo. Por isso, assim como na tese da autora, o foco desta pesquisa é centrado na “interação social” entre organizações populares e suas bases na internet. Mas, aqui, o ângulo da interação a ser observado é o do fluxo de tensões e expressões da consciência real de centenas de comerciários nos rebatimentos entre suas formações discursivas originais (PÊCHEUX, 1995) e as mensagens sindicais classistas. Se na tese de Aguiar (2016) o foco está, de certa forma, na propagação de narrativas fruto da consciência de classe da organização MST, nesta dissertação o objetivo é analisar se e como esse tipo de mensagem interage com a consciência real dos comerciários cariocas dinamizando-a de algum modo. A questão é, nas palavras de Frederico (2002, p. 7), o reconhecimento de que

A consciência humana não é passiva, e nem é moldável pelas mensagens e sua correção através de *feedbacks* do processo comunicacional. A consciência é “opaca a toda uma série de informações que não passam em razão mesmo de sua estrutura” – outras, passam de modo deformado. O eixo da pesquisa, portanto, deve se deslocar para a esfera da recepção, esfera que será marcada pelo descompasso entre a consciência real e a possível.

Outra diferença em relação à netnografia de Aguiar (2016), é que aqui não considerou como seu objeto o website do sindicato. Isto porque, a partir da análise das estatísticas do *website* e da *fanpage*, ficou claro que os comerciários e comerciárias, em sua grande maioria, só usam a primeira para o acesso a serviços (boletos, comprovantes para convênios e principalmente agendamento de homologações). Por outro lado, é na *fanpage* que esses trabalhadores não só acompanham o “noticiário sindical” (apuração de denúncias, explicação de direitos,

negociações com patrões etc.), como passaram a interagir com esses conteúdos através de centenas de comentários semanais.

Assim, o que observamos é um canal sindical de comunicação que, embora seja direcionado e intencionado, torna-se multidirecional, interativo e dialógico, com um alcance muito acima de entidades nacionais congêneres, como será detalhado do capítulo 3. Trata-se, de fato, de uma rede social onde trabalhadores e trabalhadoras, de forma massiva e permanente, a partir de fatos e narrativas sindicais editados sob uma perspectiva de consciência de classe, decidem reagir e interagir com esses conteúdos através da sua própria expressão.

Esse tipo de reflexão entre tal objeto, tal questão e tal pesquisa(ação) ainda é pouco comum tanto na comunicação sindical, como na academia. Por isso, essa netnografia se desdobrou a partir de uma costura teórica e metodológica específica, ao mesmo tempo bastante determinada por características gerais e moldantes do objeto.

Fairclough, com sua Análise Crítica do Discurso (ACD), é a principal referência teórico-metodológica para a análise contextualizada dos comentários recortados nesta pesquisa. Embora o objeto de análise não seja, de forma plena, o discurso – como efeitos de sentidos (ORLANDI, 2009) –, esta pesquisa enriqueceu-se ao reconhecer as três formas de análise propostas por Fairclough (1995): análise de textos, o entendimento das práticas discursivas (processos de produção, distribuição e consumo dos textos) e análise dos eventos discursivos como espaços de práticas socioculturais. Da mesma forma, são relevantes para nosso estudo a questão das cadeias intertextuais – detectáveis nos comentários dos comerciários como um fluxo de diferentes formações discursivas em dinâmica com outros fatores discursivos conflitantes.

ERJ: "Sou a favor de um salário digno, mais odeio essa bandeira vermelha." (6 curtidas) (10/03)

Dessa forma, por um lado, o Sindicato entende que sua ação é limitada por formações discursivas do capital, profundas e pré existentes. Mas também disputa esse mesmo território de significações através da possibilidade de incidir "com

propósitos estratégicos" sobre essas cadeias para torná-las "linhas de tensão e mudança, (...) canais pelos quais os tipos de textos" podem ser "colonizados e investidos, e ao longo dos quais as relações entre tipos de texto" podem ser contestadas. (Fairclough, 2001, p. 169)

Outro elemento estruturante para esta pesquisa-ação netnográfica (vista aqui principalmente como essa tentativa do Sindicato pela possibilidade de disputa de subjetividades) é o conceito de intertextualidade. Ele "aponta para a produtividade dos textos, para como os textos podem transformar textos anteriores e reestruturar as convenções existentes (gêneros, discursos) para gerar novos textos" (FAIRCLOUGH, 2001, p. 135). Da mesma forma, o Sindicato dos Comerciários entende que essa produtividade está "socialmente limitada e restringida e condicional conforme as relações de poder". Por tanto, pretende usar as "relações de poder" de que dispõe (dentre elas a *@comerciariosrj*) para participar dessa disputa. Por isso, a pesquisa-ação corresponde à percepção do Sindicato de que, num contexto ideológico desfavorável, as interpretações contraditórias de fatos e crenças que podem "manifestar-se experiencialmente em um sentido de confusão ou incerteza" podem contribuir com a "problematização das convenções". Pois entende que "essas são as condições em que uma prática consciente e transformadora poderá mais facilmente desenvolver-se" (FAIRCLOUGH, op. cit, p. 121).

Com esse alinhamento de fundo, o percurso de construção da metodologia desta netnografia passa a se defrontar com a questão de como encontrar critérios que possam caracterizar as eventuais dinâmicas de consciência provocadas pelas ações e narrativas sindicais dentro do nosso recorte.

1.3 Estudo de categorias de expressões de estados de consciência de classe

A observação de dinâmicas de consciência de classe em contextos reais e específicos já foi realizada por importantes autores, como Celso Frederico (1978, p. 134), que buscou "compreender a convivência do alheamento político com os intermitentes conflitos travados às cegas no interior da fábrica". Outro trabalho interessante (e que contribuiu significativamente para esta etapa metodológica), foi o

artigo de Fachel e Mariño (1981, p.119), que avalia "os resultados da aplicação de um índice exploratório de consciência a uma amostra de operários metalúrgicos de Porto Alegre". Os autores, embora trabalhem com outras opções ferramentais de metodologia, partem da nossa mesma questão: o interesse pela possibilidade de "detectar e analisar estados e tendências diferenciais de consciência".

Um dos primeiros desafios desse intento é a afirmação da pertinência do uso de categorias de comparação e análise. Há uma crítica recorrente em relação ao marxismo que relaciona determinados exercícios de categorização a atitudes estanques e mecanicistas de congelar e classificar a realidade a partir de critérios pré-moldados. Para superar essa visão, é oportuna a perspectiva ontológica de Lukács (2009, p. 226), na qual "o ser em seu conjunto é visto como um processo histórico" e "as categorias não são tidas como enunciados sobre algo que é ou que se torna, mas sim como formas movente e movida da própria matéria". Por sua vez, Marx (2011c, p. 58) elucida a questão ao afirmar que

As próprias categorias mais abstratas, apesar de sua validade para todas as épocas – justamente por causa de sua abstração –, na determinabilidade dessa própria abstração, são igualmente produtos de relações históricas e têm sua validade só para essas relações e no interior delas.

Lukács (2003, p. 141) volta a fortalecer a crença nessas possibilidades metodológicas quando delimita nosso campo de possibilidades ao afirmar que

Relacionando a consciência com a totalidade da sociedade, é possível inferir os pensamentos e sentimentos que os homens teriam numa determinada situação se fossem capazes de avaliar tanto essa situação como os interesses que dela resultam em seu impacto sobre a ação imediata e sobre a totalidade da estrutura da sociedade. Isto é, seria possível inferir os pensamentos e sentimentos adequados à sua situação objetiva.

Em nosso caso, a busca por caracterizações específicas para o estudo dessas "tendências diferenciais" entre os comerciários cariocas convergiu com a percepção empírica de que muitas de suas falas já carregavam semelhanças entre si. Distintas e recorrentes opiniões e atitudes se formavam em função de determinadas mensagens emitidas pelo Sindicato para a interação com e entre os comerciários, em diferentes conjunturas. E a relação dessas expressões

(estruturadas tanto pelas experiências de vida, como formações discursivas que lhes dão sentido) com determinados estados de consciência de classe também foi percebida aqui como "multidimensional, onde cada indivíduo pode ocupar posições diferentes nas suas várias dimensões" (FACHEL e MARIÑO, 1981. 123).

Por fim, uma outra demarcação importante para o construto metodológico da pesquisa, e determinado pelo objeto de estudo, é a de que as falas analisadas predominantemente referem-se a estágios primários da consciência de classe. Enquanto coletivo, categoria profissional, corporação, que se identificam como tal, os comerciários encontram-se num momento inicial de experiências de conflito organizado de classes potencialmente capazes de construir uma consciência comum sobre a sua condição. Isso precisa ser ressaltado porque a maior parte das referências bibliográficas utilizadas na pesquisa, como veremos, concentram-se em etapas de experiência e consciência coletiva posteriores a esta aqui estudada.

A partir dessas abordagens, prosseguiremos analisando brevemente as fundamentações que permitirão chegarmos a um quadro categórico que busque analisar as falas dos comerciários como expressões dinâmicas de seus estados de consciência.

Marx (1982) fundamenta as bases das categorias de classe em si e classe para si, entendendo como ponto de partida da primeira a situação onde "essa massa já é uma classe contra o capital, entretanto não seja ainda uma classe para si". Ou seja, reagindo de forma coletiva e cada vez mais organizada e permanente, a classe percebe-se como tal. Mas lhe faltaria ainda ter consciência da contradição entre as forças produtivas e as relações de produção resolvendo-a ao "conquistar o poder político, para apresentar seu interesse com interesse geral" (op. cit., 2012). Em seguida, Lenin (1982) lança um olhar que observa a consciência de classe a partir das formas de ação e organização da classe trabalhadora. Para ele, em geral, o primeiro passo é aquele onde surge a "necessidade de (tomada de) uma resistência colectiva" como consequência das experiências que podem se iniciar como "mais uma manifestação de desespero e de vingança que de luta". Por sua vez, Gramsci (2011) observa a consciência de classe a partir de três grandes percepções e

vivências do papel que o trabalhador atribui a si como tal: quando se percebe como parte de uma corporação; quando passa a se ver conectado com os outros segmentos do proletariado – e a noção das suas necessidades e desafios se amplifica; e o momento onde ele desenvolve a "consciência dos próprios interesses de classe no presente e no futuro" e parte para construir as condições para realizá-los. Por sua vez, Touraine (1966) – partindo dessas premissas anteriores e em que pese seus descaminhos teóricos posteriores – fala de momentos de identificação de classe (sociedade estratificada); de oposição de classe, onde há a noção da natureza das relações de produção, da contradição entre as forças e as relações de produção, da dominação ideológica e da possibilidade de se opor a ela e, por fim; a oposição de classe, caracterizada por esse autor como um momento de expressão política da teoria de classe e também de solidariedade dos trabalhadores para a ação.

A partir dessas delimitações é possível incluir criticamente nesse percurso de construção metodológica as reflexões sobre sentimentos e engajamento desenvolvidas por Castells. Refém de uma epistemologia que coloca a ação comunicacional como determinante da ação social, o autor acaba posicionando a resposta emocional como fator não só inicial, mas também determinante do engajamento na ação coletiva. Para ele, "no plano individual, os movimentos sociais são emocionais" e o "*bigbang* de um movimento social começa quando a emoção se transforma em ação". (CASTELLS, 2013, p. 23).

Aqui, entenderemos que os sentimentos são uma das experiências de ligação dos indivíduos com o tipo de ação coletiva que estudamos – assim como as experiências e heurísticas anteriores, o testemunho de influenciadores, dentre tantas outras formas, sempre imersas no sociometabolismo do capital. Os sentimentos não são apenas esse *bigbang*, a chave comportamental na busca do indivíduo por algum tipo de ressignificação através da ação coletiva. Na verdade, os sentimentos são fundamentais e estarão presentes em qualquer salto da consciência de classe. Mas, ao mesmo tempo e principalmente, é a objetivação da experiência de intervenção coletiva na realidade (re-ação, sentimentos, aquisição de consciência, ação etc.),

que giram as engrenagens da mobilização e da conscientização. Seja através da ação nas ruas ou nas redes (estas entendidas como práticas discursivas).

Ainda assim, Castells, a partir do seu debate sobre sentimentos e participação, nos fornece pistas para avançarmos. Principalmente se tirarmos o foco restritivo sobre os sentimentos e, no caso específico desta pesquisa, buscarmos relações dinâmicas entre determinados tipos e qualidades de sentimentos e diferentes momentos da consciência de classe.

Continuando, observando-se a experiência comerciária, é necessário buscarmos mais referências que dissertem sobre aquelas condições anteriores de consciência de classe. Onde até então não haveria experiências, memórias e tradições, formas e instâncias de associação e, decorrentemente, determinadas emoções relacionadas aos conflitos organizados entre classes. É preciso deter-se um pouco mais no entendimento de um contexto em que condições gerais (fragmentação permanente da subjetividade pelos dispositivos ideológicos, pelo estranhamento e pelas relações e modos de produção) se combinam a condições específicas (categoria não produtora de mais-valia, alta rotatividade, 50 anos sem sindicato atuante, sem campanha salarial, sem comunicação classista). Boa parte da fundamentação teórica desta questão será considerada no capítulo 2, em especial nas reflexões acerca da consciência contingente e do estranhamento.

Nesta etapa do debate, Thompson (2001, p. 275) contribui trazendo uma visão desafiante sobre esse estado de consciência:

Se, de fato, esse pobre ou essa plebe se alinham com outros grupos (proprietários de terra, mercadores, Estado) de um ponto de vista classista e se possuem uma consciência correspondente, que não é a de um "proletariado" maduro ou de classe operária, logo o problema histórico começa com a análise e definição desse específico processo de formação de classe.

Chauí também nos ajuda a reconhecer esse estado de consciência quando aborda a relação entre determinados indivíduos e a questão do poder social. Para a autora esse poder "aparece para esses indivíduos não como seu próprio poder unificado, mas como uma força estranha situada fora deles, (...) independente do

querer e do agir dos homens e que, na verdade, dirige esse querer e esse agir” (CHAUI, 1980, p. 27).

Em resumo, o percurso da construção metodológica da pesquisa-ação netnográfica feito até aqui é fruto da compreensão de um objeto, do seu recorte e de uma intenção de pesquisa que nos leva para uma perspectiva sociohistórica da sua aplicação. Essa visão reconhece a internet como mais um elemento do construto sociometabólico e que, por isso, é arena de disputa de narrativas e subjetividades, da qual participa o sujeito coletivo classista que é o Sindicato dos Comerciários. Entretanto, este sujeito sabe que o público interagente com sua comunicação sindical encontra-se num estado inicial de experiências de conflito organizado de classes. Esse fato nos levou a necessidade de uma breve revisão bibliográfica para o cotejamento de categorizações de estados de consciência de classe e de sentimentos ligados à ações coletivas envolvendo o uso da internet. Como já abordado no início da Introdução, esses estados são dinâmicos, não lineares e não apriorísticos. A síntese comparativa e combinatória dessa leitura pode ser vista na tabela abaixo:

Adaptado de Marx (1982) e Thompson (1984)	CLASSE EM SI > CLASSE PARA SI		
Adaptado Lenin (1984)	ESPONTÂNEO	TRADEUNISMO	AÇÃO REVOLUCIONÁRIA
Adaptado Gramsci (2001)	ECONÔMICO-CORPORATIVO	SOLIDARIEDADE DE CLASSE	PROJETO DE CLASSE
Adaptado Touraine (1996)	IDENTIFICAÇÃO DE CLASSE	OPOSIÇÃO DE CLASSE	AÇÃO DE CLASSE
Adaptado Castells (2013)	MEDO	INDIGNAÇÃO	ENTUSIASMO
			AÇÃO COLETIVA

Figura 2 - Síntese Comparativa
Fonte: O autor (2016)

Com este suporte, a pesquisa pôde prosseguir na busca pela caracterização das "tendências diferenciais" de consciência específicas entre os comerciários

cariocas no recorte da pesquisa. Para isso, as determinadas falas comerciais com características semelhantes entre si foram agrupadas a partir do conceito de consciência possível, já trazida aqui por Lukács e desdobrada por Goldmann. Isso porque o interesse da pesquisa-ação é justamente contribuir, de alguma forma, com a movimentação desses estados de consciência até os seus limites possíveis. A natureza dessa categorização, portanto, não é meramente observatória. Dessa forma, essas categorias, ainda que não lineares *a priori*, representam estados de menor ou maior consciência de classe, indo desde uma forma de nulidade – um estado de não identificação de classe (THOMPSON, 1977) –, até um estado elementar de participação, no sentido do envolvimento direto do trabalhador em ações sindicais, em função de um conflito de classes específico e cujo envolvimento poderá expor essa consciência a maiores dimensões das contradições entre classes.

Em função desses "pólos", as falas no nosso recorte poderiam, genericamente, ser divididas em dois grandes grupos: as expressões de não identificação de classe e aquelas em construção de classe. Esses dois campos se desdobrarão nas categorias de expressão de consciência de classe entre os comerciais que aplicaremos em nosso recorte.

a) Expressões de não identificação de classe:

Negação: Alguns comerciais, em diferentes e específicos momentos, negam ou relativizam a oposição entre a categoria e seus patrões. Muito próximo a esse discurso está o que nega ou desqualifica a ação coletiva e de classe. Embora não se trate de uma questão de predominância, há em muitos comentários uma intertextualidade que remete à formações discursivas originadas nas grandes mídias e perfis e sites de massa de direita. Outros exigem eficiência do Sindicato em questões econômico-corporativas, tal como se fosse um prestador de serviços, associando a ação sindical a um mero serviço em contrapartida às contribuições sindicais.

Expressando-se de formas muito distintas esses comerciários manifestam em comum um baixo reconhecimento do seu lugar na sociedade de classes, uma postura individualista, pragmática e, conseqüentemente, apresenta uma atitude oposta ou neutra à ação coletiva.

DA: (...) só visamos os empresário como "pessoas que só querem ganhar", mas não ressaltamos que eles geram empregos, que o que sustenta o Brasil hoje são as instituições privadas (cerca de 70% dos empregos no Brasil) e outras coisas boas que são gerados. Tudo bem que não são só maravilhas, mas temos que levar em conta todas essas estatísticas..." (07/07)

TC: "Pessoal surreal e todos acharem mesmo que o comercio vai parar! Pé no chão ne povo isso aqui e Brasil" (29/06)

VA: "E já vi q perdemos essa guerra! Não existe greve no comércio! Acho melhor caírem na real e aceitarem q quem manda são eles mesmo.....não tem jeito!" (20/06)

TF: "(...) sou a favor de não haver mais descontos sindical em nossos contra cheques (...) O dinheiro do nosso pagamento é retirado de nossas contas, onde passamos o mês todo ralando, muitos têm família, filhos para sustentar, aluguel para pagar... (...). O sindicato para mim só vai mudar quando lutar pela povo por amor e não por dinheiro." (27 curtidas) (27/06)

Esperança: Um outro grupo de comentários refere-se a comerciários que, de variadas formas, expressam o que Bourdieu (1976) já caracterizou aqui como um “desapossamento da capacidade de formular seus próprios fins”.

A categoria de esperança aqui carrega um sentido bastante literal de "ficar esperando". Comte-Sponville (2001, p. 22), afirma que "ninguém espera aquilo de que se sabe capaz", e o que "distingue a esperança da vontade" é que "uma esperança é um desejo cuja satisfação não depende de nós (...) – diferentemente da vontade, a qual, ao contrário, é um desejo cuja satisfação depende de nós". Embora também aqui não haja predominância, dentre muitas sutilezas a serem consideradas na análise, é possível verificar esse tipo de fala quando os verbos da ação são flexionados em diferentes tempos do pretérito. Há, outras vezes, uma ausência das flexões no imperativo, tanto quanto na primeira pessoa do plural. O trabalhador, ao desconhecer sua relação política com o Sindicato, mas reconhecer nele um poder social, por vezes lhe pede ajuda em situações de exploração por ele vividas.

Apesar de poder partir, de um modo geral, de diferentes assuntos (ou seus aspectos) e distintas formações discursivas, as expressões de esperança são familiares às de negação porque em ambas o indivíduo anula a ação coletiva como possibilidade de transformação – muitas vezes na verdade negando a própria possibilidade e necessidade de transformação.

DB: "Se todo mundo fosse unido, isso poderia dar certo." (31/05)

CLA: "Que bom que o sindicato do comerciário vai atuar na melhoria salarial dos funcionários tão escravizados durante muitos anos. Esperança." (6 curtidas) (29/02)

HO: "Eu só acredito no sindicato, se vcs realmente se mobilizarem e fechar o comércio com uma greve geral" (27 curtidas) (21/06)

JB: "Até que enfim tem pessoas no sindicato agora que estão querendo fazer alguma coisa pela nossa classe tenho 30 anos de mercado nunca vi ninguém mexer um dedo por nós" (27/06)

JM: "Parabéns vocês querem nosso melhor, obrigado por tudo. (5 curtidas) (19/07)

SV: "Você tem que ir nas Casas Bahia que também está um absurdo !!!" (30/06)

b) Expressões de classe em construção

Indignação: As expressões de indignação foram uma das que mais se sobressaiu durante a campanha e que teve maior reação mais diretamente provocada pelo Sindicato. Com a possibilidade de uma *fanpage* como um espaço de identificação, interesse e pertencimento, muitos comerciários sentiram-se à vontade para romper o medo através da raiva e da indignação, por vezes de forma ingênua e catártica. Como se verá no capítulo 3, o Sindicato esforçou-se em narrar de forma jocosa a figura do patrão, carregando nas críticas às condições de trabalho no comércio. Essa narrativa, que encontrou o re-conhecimento da categoria, procurou justamente caracterizar as condições comuns de injustiça, contribuindo introdutoriamente com a percepção de identificação de classe. Por ser uma expressão de classe em construção, pode carregar mais de uma intenção, por vezes ambíguas entre si, tanto oscilando para a não identificação de classe, como por vezes surgindo mais complexa e consciente dos conflitos entre as classes. É nas

falas de indignação que mais se vê a auto-referência do trabalho no comércio como de escravidão.

Na expectativa do Sindicato, a provocação da indignação faria surgir "bolsões de insatisfação" que poderiam, através do uso combinado do WhatsApp, criar um mapa por local, empresas e portes, em busca novas lideranças e trajetos de mobilização. Entretanto, mesmo que ele seja uma expressão de classe em construção, o sentimento de indignação nem sempre sairá da catarse e fluirá para atitudes participativas.

AC: "Chega de escravidão porque quem trabalha em supermercados a escravidão continua" (29/02)

CL: "N(...)NOIS QUÊ LABUTAMOS NO COMÉRCIO TEMOS QUÊ TER UM AUMENTO SIGNIFICATIVO,DISSO (...),NÃO INTERESSA SI ELES OS PATRÕES ESTÃO EM CRISE AGORA,PORQUÊ EM ANOS ANTERIORES LUCRARAM MUITOOO (LÍQUIDO) E NOIS TRABALHADORES FICAMOS CHUPANDO DEDO,TEM QUE A VER AUMENTO SIGNIFICATIVO SIMMMM,GREVE FICA COMO ÚLTIMA OPÇÃO!!" (06/06)

LM: "quando não tem crise a desculpa deles são os impostos; ou seja, com crise ou sem crise eles não querem abrir a mão e querem que nós paguemos a crise agora." (27/06)

EA: "Queremos o fim dos domingos e feriados, e que seja determinado um índice de participação nos lucros, chega de escravidão e assédio moral, e apesar das explorações, ainda querem natal e ano novo, chega. (22 curtidas) (09/07)

GL: "Absurdo isso! Enquanto trabalhamos feito escravos, eles estão lá curtindo a família. É o fim da picada! N somos máquinas, somos humanos e temos direitos." (6 curtidas) (09/07)

Entusiasmo: O Sindicato pretendia que os comerciários que expressaram sua indignação se identificassem também tanto com a ideia de união e participação, como com a de sua liderança nesse enfrentamento. Faziam parte dessa provocação as ações de rua e sua comunicação sindical, incluindo o eixo narrativo que expõe as relações causais entre participação e vitória ("patrão só abre a mão na base da pressão"). Nesta categoria não há ainda testemunhos de ações coletivas, participação em assembleias ou qualquer outra prática coletivista significativamente decorrente dessas falas. Entretanto, cria-se uma empatia com o Sindicato – que tenderia a não ser apenas aquela esperançosa. Poderia surgir o "desejo cuja

satisfação depende de nós" definido por Sponville (2001), mas que, nessa expressão de estado de consciência, ainda não se compromete e não se envolve com a ação coletiva efetivamente.

Os comentários aqui categorizados como de entusiasmo são, dessa forma, identificados quando a noção de interesse em jogo é coletivo, quando o trabalhador se vê nesse coletivo (com o uso da primeira pessoa do plural, por exemplo) e quando há a noção do Sindicato como ferramenta de ação contra quem ameaça tais interesses: os patrões.

BL: "O mercado em q eu trabalho prestando servico tercerizado deu aos funcionarios 7% justamente para nao haver paralizacao. Eu como tercerizada apoio totalmente a greve!" (23 curtidas) (27/06)

WG: "Nos trabalhadores do comércio contamos com vocês. Que vocês sejam nossa voz. Se eu não estiver trabalhando estarei la. Juntos samos mais fortes" (12 curtidas) (31/05)

MS: "Finalmente o sindicato tem gente boa a frente que ta correndo junto com os trabalhadores e para os trabalhadores a hora não é de nos separar e sim unirmos e conquistar nossos direitos não peidem não vamus a luta ." (3 curtidas) (21/06)

NA: "Chegou hora!!! Vamos pra cima. Aos que estão com medo. Não tenham medo. Devemos é ter vergonha do nosso salário. Pra cima deles !!!!!!!" (20/06)

RB: "Estou com o sindicato agora sim esse sindicato me representa nunca se viu discussão de salário." (6 curtidas) (07/07)

BGM: Não podemos recuar agora. (7 curtidas) (07/07)

Medo: Por outro lado, a ideia de expressões em construção de classes também define os momentos em que a categoria tem que fazer uma escolha diante de um acirramento do conflito. Esse dilema, que corresponde à possibilidade de assunção de riscos (como demissões por greve), muitas vezes pode provocar a insegurança a respeito desse acirramento, criando um clima de medo e recuo. Rapidamente, em parte desses casos, os indivíduos que já haviam experimentado a indignação e o entusiasmo podem regredir em direção à negação do poder coletivo e à esperança. Nessa instabilidade entre o avanço e recuo, parte do medo pode ser refletido pela insegurança que o Sindicato poderia ter passado ao não ter conseguido organizar a insatisfação e o entusiasmo massivamente durante o estado de greve, como será detalhado no capítulo 3.

LF: "O problema são as represálias que sofremos em função disso. Eu mesma sofri. Não é tao fácil assim estar dentro da empresa e se voltar contra a mesma (...). Vcs do sindicato tem imunidade na empresa. Nós somos míseros mortais..." (...) Eu quero e apoio as mudanças. Mas não podemos fazer muitas coisas as "claras"... (9 curtidas) (13/06)

PCHJH: "O problema dessa greve é que o sindicato não dá nenhuma segurança. Hj faço greve amanhã sou mandado embora. Hj não vou trabalhar final do mês não recebo. Por mais que eu queira participar me sinto inseguro." (20/06)

FPK: "Ninguém deixa filho passar fome pra agradar sindicato nem nada." (27/06)

ECR: "Fui exigir meus direitos e agora tô desempregada, na teoria é fácil" (23/05)

Engajamento: Mas comerciárias e comerciários podem vir a superar ou neutralizar as falas de medo e se expressar pelo enfrentamento direto com os patrões, através de uma greve por exemplo. Estaríamos lidando com um nível de predisposição para participar das ações de decisão, organização e paralisação eventualmente realizadas pelo Sindicato. Entretanto, vamos também entender como engajadas as expressões que, além das atitudes acima, sustentam debates e diálogos nos comentários das postagens do Sindicato, muitas vezes independente da entidade. Trata-se do momento onde os trabalhadores re-conhecem, juntos, os conflitos de interesses e posicionam-se (ainda apenas discursivamente) pela ação coletiva através, por exemplo, da crítica ou convencimento de outros comerciários que negam ou temem as consequências desse tipo de ação. É possível dizer que, na dimensão virtual das relações sociais e de classe, tais debates poderiam se tratar de um gesto (uma prática social e coletiva) de envolvimento, democratização e participação da ação sindical.⁸

Há, ainda, uma prática recorrente, que é a marcação de amigos nos comentários da postagem. Mesmo sendo um gesto cheio de gradações, trata-se de indivíduos participando da tessitura coletiva comerciária. Em comum nessas expressões, há a identificação do indivíduo com um contexto coletivo no qual se insere (a categoria comerciária em campanha salarial). E que vem acompanhado de uma ação de solidariedade com outros indivíduos do seu círculo pessoal e

⁸ Uma possibilidade que pode e deveria suscitar muitos estudos, numa parceria entre movimentos e organizações populares e a academia.

profissional, que por sua vez também são vistos por ele como parte da mesma categoria. Neste sentido, além da citação dos amigos, o compartilhamento do conteúdo do Sindicato por um perfil em sua própria linha do tempo também pode ser considerada como expressão de engajamento, tal como tratada aqui.

JBS: "O sindicato falou que ia ter o reajuste do aumento que estava baixo da infração mais na verdade não aconteceu nada cade o aumento sindicato"

DS: "Enquanto está em negociação não tem aumento filha"

DSM: "Estão negociando um aumento justo , tem q esperar não tem jeito" (04/07)

RJ: "GS, DE e SM, os patrões querem q a gente trabalhe no natal e ano novo.é o fim mesmo." (20 curtidas)

RB: "BVS, Vai mesmo, massa de manobra! (...) não esquece de dizer onde trabalha porque tenho 2 filhos desempregados"

BV: "Não RB é o contrário prefiro ser demitido e ter condições melhores resultados salário e q seus filhos possam ser contratados com um salário melhor por causa da nossa luta do q ficar sentado e ã fazer nd e continuar a ser explorado."

Feita a descrição das categorias de análise propostas para a pesquisa, cabe cotejá-las com as categorias que, no plano teórico, lhes deram forma.



Figura 3 - Formação das categorias
Fonte: O autor (2016)

1.4 Aplicação da pesquisa

Feita a contextualização da construção das categorias de análise prosseguiremos com a descrição do desenvolvimento da pesquisa.

a) Coleta e seleção de postagens

A Campanha Salarial 2016 do Sindicato dos Comerciários teve início com a assembleia que aprovou a pauta de reivindicações da categoria, dia 25 de fevereiro. E encerra-se formalmente na assinatura das CCTs com os sindicatos patronais ligados principalmente à lojas, como será detalhado no capítulo 4. A pesquisa, entretanto, buscou um recorte que, por um lado, considerasse as ações de mobilização e comunicação que de fato iniciaram a Campanha: o período de convocação da assembleia. A postagem que marca esse momento se dá dia 19 de fevereiro. Por outro lado, nosso recorte se encerra na assembleia de aprovação da proposta final patronal, 6 de setembro, considerando que outras subsequentes (como a da assinatura dessas CCTs) não contemplam plenamente os critérios que serão detalhados a seguir.

Nesta etapa, as postagens foram agrupadas cronologicamente, mas considerando a quais momentos-chave (marcos) elas estão associadas, bem como o fato específico a que se referem, qual o alcance (por mil), o percentual de envolvimento, quantos comentários e se houve investimento (impulsioneamento) do Sindicato no incremento desse alcance.

	11/04	11/05	23/05	31/05
MARCO	INCIDÊNCIA POLÍTICA	AÇÕES DE ENTRADA	AÇÃO SINDICAL	ASSEMBLEIA
FATO	ENGAJAMENTO SINDICATO CAMPANHA CONTRA IMPEACHMENT - ocorrência paralela à campanha com grande engajamento NEGATIVO	VÍDEO OFICIAL DA CAMPANHA SALARIAL	EXPLICAÇÃO SOBRE FERIADO (4) - situação paralela à campanha, superpost explicativo de grande engajamento	PROPOSTA DE 8% DOS PATRÕES E CONVOCAÇÃO PARA ASSEMBLEIA E GREVE - Sem ganho real, vai ter greve!
POSTAGEM	SÓ QUEM PERDE É O TRABALHADOR!	APERTE O PLAY	FERIADO: EXIJA SEUS DIREITOS!	SÓ 8% DE AUMENTO É ESCULACHO! 🗣️
EXIBIÇÕES (ALCANCE)	34,4	359,1	267,2	224,6
ENVOLVE	3%	1%	9%	6%
COMENTÁRIOS	162	186	558	416
\$	R\$ 40,00	R\$ 500,00	R\$ 150,00	R\$ 150,00
		alcance > 100k	alcance > 100k	alcance > 100k
	12/4 - negociação Sindromed	negociação Sindilojas		30 - negociação Fecomércio
	18 - negociação Sindilojas	3 - negociação Sindgêneros		
	27 - negociação Sindilojas	4 - negociação Sindilojas		
		5 - divulgação INPC (9,83%)		
		16 - negociação Sindgêneros		

Figura 4 - Postagens marcos da campanha
Fonte: O autor (2016)

Outras anotações foram surgindo no processo, buscando facilitar a visualização de características para a escolha das postagens a serem analisadas, como a magnitude do alcance e do envolvimento e datas das negociações. Junto com uma primeira leitura dos comentários com maior número de curtidas, esse exercício viabilizou o recorte final, partindo de um total de 67 até uma seleção de 23 postagens. Dessa forma, buscou-se um conjunto de critérios de seleção que melhor retratassem os momentos, debates, dinâmicas e expressões mais relevantes. Ainda dentro dessas 23 postagens, foram selecionadas as 9 mais ilustrativas dos marcos da campanha para que pudessem ser debatidas no capítulo 4.

As postagens selecionadas tiveram a íntegra de todos os seus comentários copiados e colados em um programa de planilhas, para a consequente análise, conforme ilustrado abaixo.

	23	9	19	13	36	44	422
<<>> ASSEMBLEIA GERAL <<>>	NEGAÇÃO	ESPERANÇA	INDIGNAÇÃO	MEDO	ENTUSIASMO	ENVOLVIMENTO	Nº de curtidas
Rafael Domingues Acho que deveríamos fazer manifestação nas portas das lojas, até o gerente fechar, principalmente nos finais de semana. Trabalho numa loja de calçados em Madureira e final de semana fica tudo lotado.					1		10
Fabio Dutra só não venha pra minha porta perturbar meu trabalho..	1						
Sindicato dos Comerciantes do Rio de Janeiro Fabio Dutra E se sair o aumento, você vai abrir mão?							
Rafael Domingues Sou comissionado, mais se vcs realmente querem fazer greve, ajudem os funcionários a fechar as lojas. Pois os gerentes com medo de demissão com certeza não vão querer fechar né.				1	1		1
Sindicato dos Comerciantes do Rio de Janeiro Rafael Domingues Estamos cientes. Existem várias formas de greve, só que a gente não entrega o ouro postando no Facebook. Mande um Zap pra gente (21-96697-5260), entre em contato direto com a diretoria, dê suas sugestões e participe dos próximos passos...Ver mais							1
Rafael Domingues Com toda a nossa união, conseguimos conquistar nossos direitos.					1		1
Luiz E Aurení Paiva Eles estão pagando pra ver. Com essa crise acham que não teremos coragem para fazer uma greve, com medo de demissões. Mas temos que unir forças e mostrar a eles que temos valor.					1		19
Sindicato dos Comerciantes do Rio de Janeiro Exatamente Isso! O poder de mudança só está nas nossas mãos!							3
João Lopes tem que fechar a saída dos depósitos deles sem mercadorias eles não tem como trabalhar					1		7
Sindicato dos Comerciantes do Rio de Janeiro É isso aí! Venha à Assembleia ajudar a decidir e organizar nosso movimento. Sem participação não tem conquista!							3
Maurício Shaka Eu nem sei se é outra presidência no sindicato. Se for vcs tão de parabéns		1					1

Figura 5 - Modelo de análise das postagens
Fonte: O autor (2016)

b) Validação de comentários

Concluído o recorte das postagens, foram criados critérios para o descarte de comentários fora do escopo da pesquisa. Assim, não foram analisados os comentários:

- De perfis de não comerciantes e/ou residentes fora da região metropolitana do Rio de Janeiro;
- Relacionados a atendimentos, como dúvidas trabalhistas;
- De diretores e funcionários do Sindicato – ainda que estejam sejam considerados no contexto dos diálogos, não foram categorizados
- Muito curtos, ou interjeições, onde não é possível identificar a intenção (ex.: "muito bom")

Por outro lado, foram considerados válidos os comentários de comerciantes aposentados e desempregados. Em ambos os casos, mesmo ocupando dinamicamente diferentes estados de consciência, muitas dessas falas expressavam

ora o sentido identitário corporativo, ora também o sentido mais classista. Muitas vezes, performavam no sentido do "entusiasmo" e da resiliência na luta.

c) Análise dos comentários

Como mostrado na imagem anterior, cada comentário válido foi lido e analisado em seu contexto, buscando encontrar nessas falas os indícios das expressões de estado de consciência dos comerciários que interagiam com a postagem. Cada comentário, independente do grau de sua coerência como sentença, pode conter expressões de mais de uma categoria. Isso pode se dar tanto pela amplitude do comentário, como pela forma (aparentemente) contraditória com que possa se expressar.

PO: "[Só deram pq faríamos greve e aí deixariam de vender]^A. [Até quando vão deixar de valorizar seus funcionários. Isso sim é vergonha. O que conseguimos é obrigação deles nos dar por tudo que fazemos por eles]^B. [Obrigado sindicato por lutar por nós]^C" (18 curtidas) (29/06)

Neste exemplo, a sentença "A" expressa o "entusiasmo"⁹ pela pressão que os comerciários fizeram sobre os patrões (evidenciada, pelo uso da primeira pessoa do plural). Já na sentença "B", a trabalhadora demonstra sua "indignação" com a desvalorização da categoria. Por fim, na sentença "C", ela agradece ao Sindicato, caracterizando aí uma expressão de "esperança", tal como definida anteriormente.

NA: "[Chegou hora!!! Vamos pra cima. Aos que estão com medo. Não tenham medo]^A. [Devemos é ter vergonha do nosso salário]^B. Pra cima deles !!!!!!" (20/06)

Neste caso, o comerciário elabora uma linha de argumentação para convencer os trabalhadores vacilantes, começando de uma fala de "entusiasmo" (A) e concluindo com outra de "indignação".

Na planilha, à medida em que a categoria de expressão é identificada num comentário (linha), o número "1" é contabilizado em sua respectiva coluna. Ao fim da análise, se obtém os totais das vezes em que cada expressão esteve presente

⁹ Cada expressão categórica a partir daqui dissertada será apresentada entre aspas. Isso facilitará a diferenciação entre o uso dessas palavras textualmente e quando estiver sendo utilizada como categoria.

naquela postagem. Esse resultado é sintetizado num gráfico comparativo entre as categorias, como no exemplo abaixo, do dia 20 de junho.

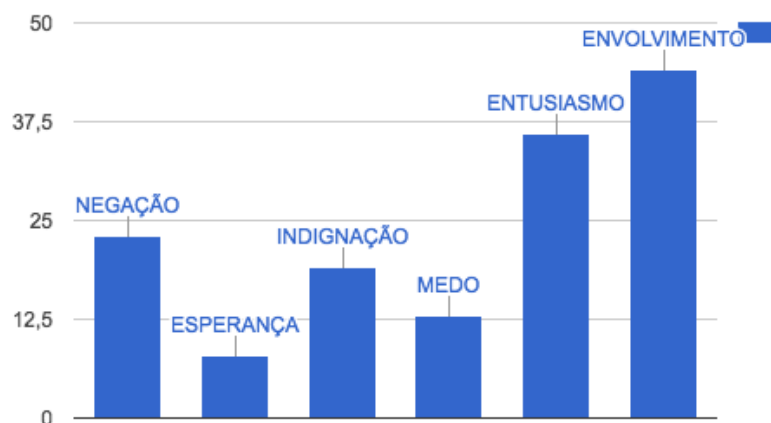


Gráfico 1 - Gráfico comparativo das categorias dia 20/06
Fonte: O autor (2016)

Além disso, (como indicado na imagem anterior) é contabilizado o número de curtidas que cada comentário obteve entre os próprios comerciários. Esse dado, embora não participe diretamente da análise proposta, contribuiu com o entendimento desses comentários como expressão de uma consciência coletiva (ainda que diversa), na medida em que essas curtidas denotam a concordância e a identificação de outros trabalhadores com suas afirmações.

1.5 Apresentação de resultados

Concluída a análise das 23 postagens, os resultados podem ser observados em três momentos da dissertação:

Capítulo 4: Análise de comentários de 9 postagens representativas dos respectivos marcos da campanha (descritos naquele capítulo), incluindo:

- resumo do contexto do marco;
- tabela com dados de alcance e envolvimento da postagem;
- gráficos das análises de cada postagem;
- comentários sobre as expressões determinantes na postagem

Conclusão: Síntese analítica do conjunto dos marcos da campanha salarial e das dinâmicas dos estados de consciência dos comerciários nesse período. Além

disso, essas conclusões se darão em cotejamento com outros dados relativos à participação efetiva dos trabalhadores no processo, como evolução do quadro de sócios e presença em assembleias.

Anexos: Planilha com as 23 postagens analisadas, incluindo links, datas, marcos, alcances, percentual de engajamento, impulsionamento, número de comentários e eventos correlatos.

1.6 Aspectos éticos da pesquisa

De forma teórica, os elementos éticos centrais já foram desenhados na Introdução. De forma prática, os aspectos éticos são menos desafiadores, mas permanentemente dinâmicos. Os dados serão obtidos a partir das interações públicas dos trabalhadores na linha do tempo da *fanpage* do Sindicato, sem a identificação e exposição de identidades, e, conseqüentemente, sem a necessidade de consentimento prévio dos mesmos. A situação de interseção do pesquisador nos seus interesses acadêmicos e institucionais também tem sido observada e administrada com clareza junto ao Sindicato dos Comerciários, inclusive pela pesquisa ter sido formalmente acolhida pela diretoria da entidade (Anexo A) e pela equipe de comunicadores. Dessa forma, a devolutiva que o pesquisador tem compromisso de fazer junto à entidade e seus comunicadores se dá em dois momentos: no cotidiano do trabalho prático, onde pesquisa acadêmica, pesquisa empírica e experimentações se combinam e se realimentam; e, ao fim da pesquisa acadêmica, quando a dissertação será apresentada ao Sindicato para um debate geral. Além disso, há o interesse mútuo de desdobramento dessas reflexões na formação de dirigentes e comunicadores sindicais do campo da CTB.

CAPÍTULO 2 – TRABALHO, MERCADORIA E SUBJETIVIDADE – A PSICOLOGIA SOCIAL NUMA COSTURA SÓCIO-HISTÓRICA

Esta pesquisa fez uma trajetória de leituras que tanto lidou com aspectos contemporâneos e específicos do capitalismo, como refez também uma necessária passagem por categorias marxistas estruturantes para a melhor compreensão daqueles recortes. Assim, a partir das leituras de O Capital (MARX, 1988), é possível

reforçar e esclarecer os atributos sócio-históricos da mercadoria e do trabalho humano. Na imbricação dessas duas categorias em interação com a subjetividade humana é possível compreender que a forma-mercadoria é "apenas a relação social determinada entre os próprios homens que toma aqui para eles a forma fantasmagórica de uma relação de coisas".

Neste capítulo também buscaremos, para além da questão em si (central) do trabalho e da mercadoria, identificar aí um tipo de internalização de relações sociais que passam a ser assimiladas e tornadas "reais" apoiadas por mediações simbólicas. Um "rebatimento dialético e permanente" que Furtado (2011, p.113) chama de "dimensão subjetiva da realidade" e que "configurado dentro de um período histórico da realidade objetiva percebida através do campo dos sentidos e nossa subjetividade" interpreta "esta realidade através dos significados, muitas vezes herdados – ao mesmo tempo que também os modifica e cria".

2.1 Trabalho, alienação, mercadoria e valor

No *Capital*, Marx afirma que essa "relação de coisas" que se inicia com a propriedade privada, a "cisão do produto de trabalho em coisa útil e em coisa-valor". Mas que "só se afirma, praticamente, quando a troca adquiriu já suficiente extensão e importância para que as coisas úteis sejam produzidas para a troca e, portanto, o carácter de *valor* das *coisas* seja tido em consideração logo durante a sua própria produção". A partir daí, correspondendo a uma determinada forma de divisão do trabalho e de modo de produção, o produto do trabalho interverte-se como forma-mercadoria, "a forma mais geral e menos desenvolvida da produção burguesa", que expressa agora um valor de troca e deixa de ser produzido por causa do seu valor de uso para seu produtor (MARX, 1996. p. 199).

Essa mudança afirma-se e salta de nível, a partir das relações de produção capitalistas, que alienam o produto de seu produtor ao definir, como já dito, essa produção apenas voltada para a troca. Marx nos desvela então as mercadorias como o produto do trabalho que, nestas circunstâncias de metabolização social, tornam-se "coisas sensivelmente sobre-sensíveis ou sociais" ao incorporarem

(soterrando o valor de uso) valores de troca capazes de transformar "cada produto de trabalho num hieróglifo social".

FB: "Porra em outubro ainda??? 😞😞😞 (...) Quero pra (o aumento salarial) esse mês!!! (...) Setembrooooo

NA: "Miga pensa no retroativo"

SO: "😞😞😞e quase 5 meses que vem o retroativo□□

MM: "Eu quero é dinheiro não importa quando ."

NA: "Vamos sair do perrengue amigas kkkkk quero calçasssssssss kkkk"

FB: "Eu só quero terminar de pagar meu cel.. kkkkkkkk □

NA: "E eu quero um novo. Mereço kkkkkkkkkkkkkk" (05/09)

Essa "convenção" (a forma-mercadoria) é, assim, a expressão social do valor de troca dos produtos, viabilizada correntemente na forma-dinheiro, para que seja possível equivalê-las em suas quantidades para a consecução de suas trocas.

Como se pode ver, todo esse processo codifica e encobre o conjunto das relações de produção na sociedade capitalista. O valor, pela sua função generalizadora, oculta suas relações constituintes, em especial o seu caráter social e histórico, coisificando-as ao descolar-se – na percepção individual e social – da sua origem.

Essa desconexão econômica, social, cultural, jurídica, histórica e subjetiva entre o trabalho e seu produto, surge com a alienação, toma a forma mercadoria e se objetiva entre os homens sob a forma do que Marx chama de "fetichismo, que se cola aos produtos de trabalho logo que eles são produzidos como mercadorias e que, por isso, é inseparável da produção de mercadorias" (MARX, 2013, p. 206-7), a partir do texto em questão, reforça afirmando que "o mundo burguês é um mundo de objetos, objetos que se tornaram coisas, isto é, coisas-mercadorias que são fetiches, fetiches que são representações imagéticas que se impõem como coerção exterior às individualidades de classe". Assim, quando o objeto (o fruto do trabalho social) se torna "coisa" para o ser social, significa que a alienação está dada, pois a coisa é um

objeto-fetichê. E um objeto-fetichê é aquele objeto que surge para o homem como sem uma história (real) sua e que tem poderes e propósitos próprios.

Esse olhar reificado e fragmentado diante da totalidade, é viabilizado e se nutre num sociometabolismo cujas "visões de mundo, de concepções sobre a sociedade e sobre a natureza, não veem nesta construção a expressão de condições sociais e históricas muito determinadas" (NETTO, 2016, 52"12'). Nessa forma específica de expressão da práxis – a Ideologia –, imagina-se "que essa construção é resultado da elaboração de uma razão inteiramente livre, e que o produto desta relação, ao invés de resultar da vida social passa a modelar a vida social" (idem). Nessa linha, Chauí (1980, p. 23) identifica na alienação, reificação e no fetichismo "esse processo fantástico no qual as atividades humanas começam a se realizar como se fossem autônomas ou independentes dos homens e passam a dirigir e comandar a vida dos homens, sem que estes possam controlá-las. São ameaçados e perseguidos por elas". Com este momento, essa objetivação alienada não apenas se viabiliza, mas passa, então, a constituir e nutrir essa visão de mundo, essa "forma *suigeneris* de consciência social" (MÉSZÁROS. 2008, p. 57), esse sistema de instituições e significações de dominação que é a Ideologia.

Tais perspectivas reforçam a compreensão de que o marxismo não se restringe a uma visão meramente economicista. Ao contrário, nele, a mercadoria é dissecada ao ponto de ser reconhecida como uma generalização dada na "relação social".

Mészáros (2008) reforça essa desmistificação das determinações entre o econômico, o social e o individual quando afirma que "as várias manifestações institucionais e intelectuais da vida humana não são simplesmente 'construídas sobre' uma base econômica mas também estruturam ativamente essa base econômica através de uma estrutura própria imensamente intrincada e relativamente autônoma". Como "determinantes determinados", a "oferta e procura", a "produção e consumo" são categorias objetivamente econômicas que se relacionam complexamente com a categoria "necessidades humanas" que contém aspectos subjetivos historicamente mutáveis (p. 57 a 59).

Quando, a partir disso, Mészáros aponta que "o papel da consciência se torna cada vez maior com o desenvolvimento das forças produtivas" (op. cit. p. 58), o debate pode se expandir – através da psicologia social sócio-histórica – em direção a um estudo crítico da subjetividade e dos processos de objetivação.

Mas antes de seguirmos investigando essas relações sócio-históricas com a subjetividade, é preciso ainda esgotar um outro aspecto da forma-mercadoria que se relaciona diretamente com esta pesquisa. Retornando ao O Capital, está claro que, no capitalismo, o produto do trabalho (alienado do seu produtor) passa a ser realizado com a finalidade de troca por outros produtos de equivalente valor, e que esse processo ocorre tanto primeiramente pela sua transversão em mercadoria, como, decorrentemente, por um mecanismo que universaliza essas trocas, que é a forma-dinheiro. Entretanto, para que o valor se realize é preciso que a mercadoria seja levada a um mercado para que se execute a troca pelo seu dono – o capitalista, aquele que expropria privadamente o fruto do trabalho social pagando ao seu produtor um salário e quitando para si a mais-valia. É nesse espaço que se constitui o comércio. E, sem essa tentativa de aproximação da totalidade das relações de produção e mercantilização desveladas pelo marxismo, não é possível contextualizar e dar sentido crítico a pesquisa sobre as dinâmicas de consciência entre comerciários pretendidas pela dissertação.

2.2 Trabalho, fetiche e subjetividade

Para seguir mais profundamente a busca por esses entendimentos acerca das relações entre trabalho e subjetividade, será útil fazermos uma digressão sobre as origens dessas relações. A primeira referência, breve e introdutória, é dada por Leontiev (1978, p. 14), ao nos falar sobre certos aspectos da natureza das necessidades humanas. "Compreende-se que o sujeito, enquanto indivíduo, nasce com uma porção de necessidades" que, "enquanto força interna, só podem ser realizadas na atividade". No início desse desenvolvimento a necessidade ainda é apenas uma condição "em si mesma", uma privação específica. Mas com a frequência do imperativo da atividade como solução das necessidades incessantes, essas relações se transformam substancialmente. Diferente dos animais, cuja

atividade visa satisfazer diretamente suas necessidades, o homem passa a agir para criar as condições da satisfação de suas necessidades. "Quanto mais prossegue o desenvolvimento da atividade, mais esse pré-requisito é convertido em seu resultado".

Seguindo esse raciocínio, em seu livro Trabalho e Solidariedade (2011), Furtado faz uma investigação crítica dos processos nos quais o trabalho foi se construindo historicamente em sociedade. Baseando-se em Lukács (1976) e Vigotsky (2004) dentre outros, o autor busca compreender (1) a relação entre trabalho e sociedade desde as cavernas, com as divisões mais elementares do trabalho e o desenvolvimento de ferramentas e metodologias e; (2) como esse desenvolvimento foi ressignificando nossa relação com a natureza, tanto nas suas dimensões objetivas, como, decorrentemente, subjetivas.

Numa relação histórica e dialética entre as dimensões sociais, técnicas, experimentais e analíticas do trabalho, os fatores e atividades de sobrevivência do indivíduo e do grupo vão se tornando permanentes e se complexificam. Por um lado, (1) os homens vão aumentando seu poder e compreensão sobre a natureza – seus ciclos (por exemplo, para a agricultura), o comportamento dos animais (domesticáveis ou selvagens), bem como outras atividades dessa sobrevivência, como a relação entre fogo, chuvas, segurança etc. Por outro lado, essa longa relação entre trabalho e natureza nos demandou (2) o uso e aperfeiçoamento das ferramentas de trabalho, o que "significou o seu reconhecimento e sua conceituação (consciência)", fazendo-a com isso ganhar condição simbólica. Aprendendo que o uso de ferramentas "otimiza" a vida, o homem passa a lançar olhares para novos desafios, já ciente da sua capacidade de resolvê-los com a ajuda de suas técnicas. Nessa relação dialética, "a consciência é moldada pelo instrumento", conforme Furtado. Nas palavras de Lukács (1979, p. 16) o homem "utiliza as propriedades mecânicas, físicas e químicas das coisas, a fim de fazê-las atuar como meios para poder exercer seu poder sobre outras coisas, de acordo com a sua finalidade". "A cada conquista, uma nova condição de produção, a cada nova produção, mais

conhecimento e habilidades", mais possibilidades teleológicas compartilhadas entre os homens através do trabalho, da linguagem e da sociabilidade.

Ainda segundo Furtado (2011), neste progressivo domínio dos meios de satisfação das necessidades humanas, conseqüentemente "a possibilidade de uma interpretação diferenciada do evento natural exigirá um acordo pré determinado que levará o nome de cultura" (op. cit., p. 65). Passamos, então, a produzir também as relações sociais necessárias à reprodução desses meios (DUARTE, 2004). Junto, surge a linguagem e com ela se reforça a capacidade de representação. A apropriação da produção e seus modos é coletiva, pois se dá "pela transmissão de experiência social" e pelos "traços essenciais da atividade acumulada no objeto" (LEONTIEV, 1978b, p. 268). A dinâmica entre ferramenta, relação social e linguagem ganha uma existência objetiva, processo que Marx caracterizou como objetivação.

Entretanto, esse desenvolvimento do pôr teleológico, fruto da divisão do trabalho e das formas de produção, vai tensionando e forçando seu descolamento perceptual, gnosiológico e cultural dos vínculos inerentes e objetivos entre o trabalho, a natureza e a condição humana. Partindo de Marx e Engels em A Ideologia Alemã, Furtado (2010) afirma que, desde um determinado estágio sócio-histórico, a maioria das atividades humanas encontra-se profunda e crescentemente mediada pelas ferramentas de trabalho (como matéria, conceito e possibilidade) e pela linguagem (signos e semânticas para a expressão do conhecimento, sociabilidade e das emoções) na suas relações com a natureza.

Para Marx (1982, p.18) a divisão social do trabalho torna-se completa quando o trabalho material e o espiritual se desconectam. Somente com essa divisão "consciência pode supor-se algo mais do que a consciência da prática existente, que representa de fato qualquer coisa sem representar algo de real. E igualmente a partir deste instante ela encontra-se em condições de se emancipar do mundo e de passar à formação da teoria "pura", teologia, filosofia, moral, etc."

Como bem define Furtado (2010, p.100):

O processo de construção e justificação desse cotidiano complexo se descola de sua base material de forma bastante intensa. Trata-se de processo simbólico mediado pela linguagem e produtor de sentido e

significado que induz os processos de alienação e as formas de consciência fragmentada (Furtado e Svartman, 2009). Esse descolamento exige uma justificação do tipo de vida que levamos e serve para garantir como fenômeno natural a separação entre produto e trabalho, estabelecendo um emprego como forma de trabalho *par excellence*, a naturalização da pobreza, da iniquidade, as diferenças de raça, gênero etc. Serve para justificar a vida em uma sociedade de classes, encobrindo a razão que a determina explicando como acaso, competência, sucesso (ou o seu inverso), os acertos e dos indivíduos e sua presença em determinado segmento social. Descolados das bases materiais que nos determinam, vivemos voltados para os problemas cotidianos e para nossos sentidos pessoais que nos definem como pessoas autônomas e responsáveis por si.

Assim, paradoxalmente, a partir do momento em que o homem controla ferramentas e linguagens, ampliando seu repertório de domínio sobre a natureza, criou uma subjetividade que se descola desses fatores objetivos. Tal é nosso estágio de desenvolvimento que a “produção espiritual acaba produzindo representações a partir de outras representações, descolando ou se distanciando (...) das suas bases materiais objetivas de produção”. Assim surge o pensamento transcendente: “a relação entre o ser humano e a natureza passará a ser mediada pela crença e valores produzidos pela sua interpretação do mundo” (FURTADO, 2011, p. 78, 80).

Dantas (2015, p.80) prossegue com a construção deste entendimento nos descrevendo elementos da sedimentação desse tipo de consciência. Ela assinala que, como “a aquisição de crenças” passa a prescindir “da formulação de uma argumentação racional”, ela depende “apenas da repetição da ação e do ritual de maneira a incorporá-los, tornando-os um costume. Desse modo, o indivíduo passa a crer sem perceber e sem saber exatamente porque está crendo. As proposições racionais, portanto, servem tão somente para confirmar crenças que o sujeito já possui e não para fazê-lo crer em algo”. A autora arremata: “as atitudes designam a interiorização dos esquemas sociais de significação e interpretação, (...) e são absorvidos pelos sujeitos no decorrer do processo de socialização. Um esquema atitudinal é a expressão individual de ideologias sociais que canalizam e legitimam as demandas, exigências e intenções dos grupos dominantes” (Dantas, 2010, p. 86).

Jacoby (1977) afirma que na forma de expressão ideologizada da práxis “o que cria no indivíduo sua segunda natureza é apenas (...) uma história entorpecida,

por ter sido tão prolongadamente não-liberada e uniformemente opressiva. A segunda natureza (...) é a história cristalizada que se afigura como natureza". Uma "segunda natureza" (a condição social do ser humano), alienada e reificada, que depende, portanto, da negação da memória e do passado histórico. Ou, segundo Mészáros (2016), trata-se de "mediações de segunda ordem", que introduzem no metabolismo social elementos fetichizadores e alienantes de controle social, a subordinação das necessidades humanas à reprodução do valor de troca (...) e a divisão hierárquica do trabalho".

Também Paulo Freire (1985, p. 20) contribui com esse quadro ao falar dos desdobramentos da práxis ideologizada, que, "seja no domínio da pura 'doxa', seja no domínio do pensar mágico", nos coloca de frente com "formas ingênuas de captação da realidade objetiva; (...) e desarmadas de conhecimento pré-científico".

Este breve recorte teórico começa a se completar com o entendimento de que "a divisão social do trabalho e a propriedade privada produziram historicamente uma determinada forma de estruturação da consciência humana (...) caracterizada pela dissociação entre o significado e o sentido da ação" (DUARTE, 2004, p. 56). Esse tipo de estruturação passa a determinar, continuamente, o trabalho como algo externo e estranho à personalidade do indivíduo. E esse momento da desidentificação entre indivíduo e o gênero humano, o estranhamento, é um fenômeno da produção, mas também é subjetivo e histórico. Com isso, pode ser entendido como "a existência de barreiras sociais que se opõem ao desenvolvimento da individualidade em direção à omnilateralidade humana" (ANTUNES, 2008, p. 113).

Mas a história segue, e com ela o acirramento de suas contradições. Por isso, é preciso considerar a subjetividade como território de disputa de hegemonia social e, conseqüentemente, uma tarefa que significa a psicologia social sócio-histórica. Uma tarefa que apresenta uma série de desafios no campo do entendimento e da ação. Neste sentido, duas "pistas" devem ser consideradas nesta "guerra de posições". Por um lado, Alves (2008, p. 13) nos alerta que:

Ao dizermos "subjetividade", ocultamos, no plano discursivo, uma verdade essencial: a subjetividade é intrinsecamente intersubjetiva. O homem é acima de tudo, uma individualidade social. Portanto, o discurso da "subjetividade" em si, tende a ocultar uma dimensão profunda desta "captura". Isto é, ela não é apenas controle/manipulação das instâncias psíquicas do sujeito burguês, do homem que trabalha, apreendido como uma mônoda social, mas a corrosão/inversão/perversão do ser genérico do homem como ser social. Não podemos conceber o sujeito humano sem as teias de relações sociais nas quais ele está inserido.

Por outro lado, como "antídoto" para a reefetivação humana, Odair Furtado (2011) defende que é preciso "recuperar no indivíduo o que lhe é próprio: o trabalho". Assim, vamos começar desde os aspectos estruturantes até os mais contemporâneos.

Exploração capitalista e subjetividade na era do espírito do toyotismo

O prosseguimento desse fluxo reflexivo vai se aprofundando com outras vozes e fatores. Agora buscando manter a perspectiva sócio-histórica sobre os atributos e condições da subjetividade no sociometabolismo do capitalismo tardio.

Segundo Alves (2008), a crise da reprodução e acumulação do capital nos anos 1970 criou a necessidade e a oportunidade de uma "recomposição da forma de subsunção real do trabalho ao capital" tendo o toyotismo como elemento determinante. Uma recomposição que garantisse "uma nova hegemonia capaz de articular coerção capitalista e consentimento do trabalhador" visando realizar o novo regime de acumulação flexível (Op. Cit. 2008, p. 106). Em linhas gerais, segundo Antunes (2015, p. 39), essa recomposição "se apoia na flexibilidade dos processos de trabalho, dos mercados de trabalho, dos produtos e padrões de consumo", em contraposição à homogeneização, centralização e massificação da produção fordista-taylorista. Surgido no Japão após a 2ª Guerra com a reformulação das linhas de montagem da Toyota pelas mãos do engenheiro Taiichi Ohno, suas principais dimensões são as inovações tecnológicas, organizacionais e as sociometabólicas.

O toyotismo é, então, introdutoriamente descrito por Alves (2008) como "mais um elemento compositivo do longo processo de racionalização do trabalho vivo que teve origem com o fordismo-taylorismo". Mas também como "a 'ideologia orgânica' do novo complexo de reestruturação produtiva do capital que encontra nas novas

tecnologias da informação e comunicação e no sócio-metabolismo da barbárie, a materialidade sócio-técnica (e psicossocial) adequada à nova produção de mercadorias". E fecha identificando o "engajamento estimulado" do trabalho como o elemento dinamizador das inovações sócio-metabólicas toyotistas nesta etapa flexível da acumulação do capital (idem, p.28).

Para obter esse engajamento – em essência, um envolvimento cooptado, um consentimento espúrio da força de trabalho –, o capital introduz uma série de inovações. Iniciando-se na fábrica, posteriormente passou a permear inúmeras dimensões da sociedade e da subjetividade – o chamado "espírito do toyotismo". Essas inovações podem se iniciar no incremento de novos preceitos e metodologias "participativas" e "flexíveis" de produção – desde o *kanban*, até suas tentativas "de dar novas significações a uma corporalidade impossível" (ALVES, 2008, p. 171). Mas se expandem também através de uma série de mecanismos de precarização de direitos como, por exemplo, pelo esvaziamento das ideias de valorização, defesa e conquista de direitos coletivos em detrimento das perspectivas de "benefícios", participação em lucros e outros estímulos competitivos e valores-fetiche.

Trabalho (fábrica, comércio, escola, subemprego etc.), sociedade (participação social configurada pelas lógicas do "terceiro setor") e indivíduos (formação tecnicista e precarizada, darwinismo social, "homem-mercadoria") são inundados pelos léxicos desses valores-fetiche e outras utopias de mercado. Relacionando protagonismo, empreendedorismo e um "autonomismo cooperativo" como filosofias de vida, "a produção é posta como totalidade social, uma totalidade social que 'agrega' valor". Nesse roldão, naturalmente o papel político do proletariado e a própria centralidade do trabalho sofrem renovadas desqualificações (Antunes, 2005). Inclusive através de uma intelectualidade orgânica – "nativa" ou "integrada" – que desistoriza, fragmenta, deforma e busca cooptar os "sujeitos políticos renovados pluridimensionalmente". Bem como suas formas organizativas que justamente surgem como necessidades e possibilidades de resposta aos novos conteúdos e as novas formas de dominação e exploração capitalista (MONTAÑO, 2010).

São narrativas que se articulam massivamente, promovidas desde publicações de auto-ajuda, treinamentos profissionais, até a formação universitária e a propaganda radicalizadora do fetiche da mercadoria. Esses sistemas simbólicos entram em composição com outras inovações, como o *learn production* e a "emulação pelo medo" – do desemprego, da precarização e da substituição pela "inviabilidade produtiva". Seu desdobramento é constituir um lastro psicossocial de corrosão da luta de classe, capaz de emular o engajamento estranhado do trabalho vivo (MÉSZÁROS, 2002; ALVES, 2008). O sócio-metabolismo da barbárie impõe tal comprometimento através dos "seus afetos (...)" numa "estrutura 'totalizadora' de controle à qual tudo o mais, inclusive seres humanos, deve se ajustar" (Mészáros, 2002, p. 96).

SLT: "O aumento e benefícios é um direito que me assisti, porém, (...) Do jeito que anda a crise tem fila na porta da empresa querendo minha vaga, meu salário, meu va vt... Façam a greve sejam heróis (...). Tá ruim pra todo mundo, até para as empresas, eu não vou dar mole e perder meu emprego, mesmo que sem esse aumento. Estou bem até aqui com meus 4.300,00 de salário não vou querer perder assim de bobeira. O pessoal do sindicato que levante a bunda da cadeira e faça o seu papel, para isso sou descontentado, contra a minha vontade"

CSR: "TEMOS QUE ENTENDER QUE NOSSOS COLEGAS TEM MEDO DE PERDER SEU EMPREGO POIS E A ARMA QUE O PATRAO TEM NA MAO PARA AMEAÇAR >>>AFINAL ENTENDEMOS POIS TEM FAMILIA A SUSTENTAR,,,MAS ESSE MEDO TEM QUE SER SUPERADO POIS SENAO FICAREMOS A DERIVA POIS E UMA COVARDIA O QUE FAZEM COM A CLASSEtemos que ficar unidos" (13/06)

Essas inovações sócio-metabólicas, aqui muito brevemente resumidas, resultam numa classe trabalhadora cada vez mais heterogênea, complexa e fragmentada (ANTUNES, 2008). Elas "sedimentam a sociabilidade da predação e a cultura do medo que constitui um ambiente social (e emocional) propício" a essa nova hegemonia social, surgida das relações de mercado (dentro e fora da fábrica) e da criação de novos nexos psicofísicos necessários às mudanças organizacionais e tecnológicas (ALVES, 2008, p. 107 e 108). Para isso, necessitam operar sob um novo e mais intenso patamar de "densidade manipulatória". O autor aponta que se trata da apropriação "da participação ativa da inteligência, da fantasia, da iniciativa do cão com a lógica da valorização.

Entretanto, essas inovações "tendem a ser mais cruciais, acirrando as contradições entre os requisitos da produção de valor e o núcleo humano da personalidade". Torna-se necessário, assim, "um duplo movimento hegemônico – incorporar valores da vida do trabalho na produção do capital (é a ideia de que *business* é vida) e estender valores-fetiches da produção do capital na instância da reprodução social (a ideia de que vida é *business*)". São também extraídas do trabalhador "habilidades afetivo-comunicacionais" capazes dar vida às "redes informacionais que constituem as equipes de trabalho e o trabalho em rede" no toyotismo (idem, p.120-122). E, na medida em que essas redes proveem uma integração subsumida – e agora mais “orgânica” – do trabalho ao capital, maior é a desefetivação da subjetividade e a “fragmentação sistêmica” da identidade e consciência da classe trabalhadora e das suas redes de direitos.

Fica visível, a partir desse quadro, que não se trata (apenas) da produção do consentimento e do engajamento através das promessas dos valores-fetice, da produção do medo e de outras frentes dessa densidade manipulatória. Com essa “crise no universo da consciência da subjetividade do trabalho e suas formas de representação” (ANTUNES, 2008, p, 54), o capital obtém seu almejado salto produtivo: "a unidade orgânica entre o núcleo humano, matriz da inteligência, da fantasia, da iniciativa do trabalho como atividade significativa, e a relação-capital que preserva a dimensão do trabalho estranhado e os mecanismos de controle do trabalho vivo" (ALVES, 2008. p. 124). Não sem provocar, por um lado, ainda segundo este autor, o sofrimento e o dilaceramento físico e psíquico ampliado no toyotismo pela unidade forçada do núcleo humano e o trabalho estranhado. E, por outro, por ser uma ação que não se desenvolve de modo perene, consequentemente encontra resistências e lutas cotidianas. Se Marx (2004) aponta que para o trabalhador “a sua atividade vital não é mais do que um meio para poder existir, (...) o trabalho não é uma parte de sua vida, é antes um sacrifício da sua vida. É uma mercadoria que os outros utilizarão”, como os trabalhadores do comércio argumento:

CS: "Eu sou comerciante, não presidiário já basta o domingo que trabalhamos de graça, somos mau pago os empresários mandam a gente embora e fala assim corre atrás dos seus direitos, isso tem que acabar, e muita covardia com o trabalhador" (09/07)

BM: "Greve simmmm... Gente o sindicato precisa da gente para mover a greve se a gente não se mover realmente não veremos nada.. GREVE JÁ VAMOS PARA O COMERCIO PARA NOSSO BENEFÍCIOS.." (9 curtidas) (20/06)

Feitas essas resumidas descrições dos contextos das inovações sócio-metabólicas do capitalismo tardio, Alves atravessa esse fenômeno psicossocial em direção à compreensão dos processos de desefetivação da subjetividade. Para o autor, está claro que "a lógica manipulatória do toyotismo sob o lastro das inovações sócio-metabólicas atinge as dimensões do psiquismo humano". Por isso, é fundamental uma discussão que contribua com construção de um teoria marxista da subjetividade – sobretudo quando percebe que "o acesso ao simbólico é a condição necessária para a constituição do inconsciente e claro, também do consciente" (ALVES, 2008, p. 140 e 155). Sem ela, não é possível compreender mais densamente os processos instituidores da captura da subjetividade do trabalhador, muito menos poderemos resistir e, mais ainda, produzir nossos próprios caminhos para a disputa dessa subjetividade.

Para isso, dentre outras reflexões, Alves revê criticamente categorias freudianas como a consciência, pré-consciência e inconsciente. E o faz com toda a cautela, ao considerar que é a "psicanálise a ciência da subjetividade burguesa", mas que "as categorias freudianas não deixaram de ser reconhecidas como de inestimável valor heurístico para desvendar as contradições do metabolismo social da civilização burguesa". É preciso reconhecer que o autor dá aqui um passo ousado e necessário que é o da entrada e saída exploratória e crítica em teorias burguesas. É preciso, por vezes, discernir o que elas descobriram do que elas inventaram. Dizendo de outra forma, os exercícios heurísticos do campo do pensamento teórico histórico, de cunho ideológico, não necessariamente deixam de perceber os fenômenos sócio-históricos com alguma eficiência. Este tem sido, inclusive, o exercício que este pesquisador fez nos seus anos de estudos e práticas relacionados ao marketing e a propaganda.

Reforçando esse exercício crítico, Iasi (1999, p. 17) também examina e supera as categorias freudianas ao caracterizar a consciência como "o processo de

representação mental (subjetiva) de uma realidade concreta e externa (objetiva), formada neste momento, através de seu vínculo de inserção imediata (percepção). Dito de outra maneira, uma realidade externa que se interioriza".

Prosseguindo, Alves (op. cit., p. 155) faz uma série de relações e postulados inquietantes. Ao buscar reposicionar as categorias freudianas acerca da mente humana, o autor afirma que o inconsciente torna-se o lugar onde se depositam, onde se constroem e por onde fluem nossas elaborações sobre o "resto" da totalidade que não conhecemos e/ou não interrelacionamos. O inconsciente não seria um universo com conteúdo próprio ou a parte do mundo. Seria "apenas" uma operação diferenciada, um modo de elaboração que se distingue da pré-consciência e da consciência, mas "que se forma por efeito de um mesmo ato". Freud, embora estructure seu pensamento na determinação do individual em relação ao social na subjetividade, também admite que as barreiras internas do recalçamento são uma resposta histórica de barreiras externas. Seriam, desse modo, a internalização das resistências a elas. Por isso, Alves postula que o inconsciente contém e elabora um conteúdo radicalmente histórico, sobretudo na perspectiva da hostil luta do homem pela sua sobrevivência, desde sua condição de selvagem até a de assalariado.

Ainda segundo o autor, ao desconhecer a totalidade do mundo em que vive, o homem tem sua subjetividade dicotomizada entre seu pequeno espaço de compreensão e a imensidão do que desconhece (e, muitas vezes, lhe afeta). Por outro lado, ele não pode se deter e é impelido pela sua necessidade de sobrevivência a seguir em frente, esquematizando em sua subjetividade aquilo que ele, de alguma forma, compreende, decide e manipula (consciência); aquilo que desconhece, e/ou não relaciona/compreende (inconsciência) e; aquilo que fica nesse entre-fluxo, ora significando/arquivando como memória afetiva, ora como um material proto-utópico.

Alves ainda afirma, entretanto, que na sociedade do capital "o 'desconhecido' se interverte naquilo que se é levado a 'ignorar'". Deste modo, pode-se dizer que "é o inconsciente que constitui, no plano da subjetivação, as formas-fetiches". Ao passo que para a psicanálise a "representação inconsciente é a representação da coisa"

através do imagético, para o marxismo trata-se da representação da coisa-objeto que, no capitalismo tardio, intensifica-se em coisa-fetice. E este caldo engrossa com o inconsciente (segundo a psicanálise) desempenhando uma "regulação exclusiva pelo princípio de desprazer-prazer".

Assim, o inconsciente tornaria-se o espaço do estranhamento, das formas-fetice e da reificação. E, no atual estágio do desenvolvimento capitalista, torna-se um espaço estendido e em permanente adensamento e alargamento. Faz-se, desse modo, emergir e permear na vida social, imprimindo, metabolizando e se conectando com as formas fetice da mercadoria e das suas formas de relações sociais, carregando "livremente o desejo, assumido ao nível da consciência". Trataria-se, como diz Furtado (2009), de um fenômeno relativo às dimensões subjetivas da realidade: onde "o social se subjetiva para converter-se em algo relevante para o desenvolvimento do indivíduo, o subjetivo permanentemente se objetiva ao converter-se em parte da realidade social".

Esse conjunto de determinantes molda o inconsciente nessa condição de estranhamento, ignorância e subsunção do trabalho vivo ao capital, com maior ou menor resistência. Neste sentido, nesta atual etapa do capitalismo, não é mais, ou não tão somente, a relação objetiva com a mercadoria-fetice que faz girar seu sociometabolismo. Trataria-se, agora, da "paixão pelo código" (Baudrillard, 2007), pelo apego introjetado a esse mecanismo – o incessante fluxo desejo/mercadoria-fetice; a transformação do desconhecido em ignorado através da sua resignificação de forma reificada, fetichizada e pulsional.

Nesse mecanismo de "radicalização do fetice", a imagem torna-se a forma final da reificação da mercadoria. A saturação da imagem, da marca, do modelo e dos valores-fetice são os condutores e moldadores dessa subjetividade burguesa e dos seus tráficos intrapsíquicos.

2.3 Uma outra Caverna de Platão

Para abordarmos os aspectos mais teóricos da hipótese, uma breve recuperação a ser feita aqui é o conjunto de reflexões colocadas por Giovanni Alves consideradas nesta pesquisa (2001, 2008, 2010, 2013). Elas podem ser vistas, de uma forma geral, apontando para a "necessidade de constituir uma teoria marxista da subjetividade tendo em vista que o nexos essencial da ideologia orgânica da produção do capital tornou-se a 'captura' da subjetividade do trabalho" (2008. p. 140). O autor (dentre outros até aqui citados) busca nos descrever um conjunto de fatores que concorrem para este quadro de redução do campo possível para a atividade consciente (FAIRCLOUGH, 2001), da perda da memória histórica e dos acordos espúrios a que estariam restritos os trabalhadores, enredados em um emaranhado de utopias de mercado.



Figura 6 - Caverna de Platão
Fonte: ESDC

A partir do conjunto de embasamentos apresentados no capítulo 2 e dos *insights* deles decorrentes, esta pesquisa-ação dialoga com os outros significados que podemos apropriar no conhecido mito da Caverna de Platão. Na versão original (Figura 6), escravos que nasceram e cresceram na escuridão de uma caverna trabalham acorrentados de tal forma que ficam de costas para sua entrada e sem poderem ver a si e aos demais. Uma fogueira projeta sombras a partir de objetos manipulados pelos escravizadores, representando assim para os escravos o mundo dos "homens e outras coisas viventes". Dessa forma, os senhores criam um campo

de percepções, narrativas e representações que mantém os escravos naquela condição. Em nossa releitura, a subjetividade dos trabalhadores estaria capturada, deturpada, limitada por formas grosseiras e manipuladoras de representação do mundo e das relações sociais. Estaria esmagada e enredada num determinado tipo repertório, de tal modo que, por vezes, se tornaria de difícil compreensão e interesse para os editores da comunicação popular e sindical. Assim, parecemos-nos com aquele escravo do mito que se libertou dos grilhões, saiu ao mundo, passou a compreendê-lo, mas é dado como louco pelos cativos quando ele retorna e tenta "esclarecê-los" acerca da sua condição de dominação. A história dos movimentos sociais tem sido insistente em nos mostrar que esse retorno dos "esclarecidos" ao seu grupo, dominado pelos grilhões e pelas representações fantasmagóricas projetadas na caverna, não os têm despertado. As narrativas das organizações classistas, estas sim, podem lhes parecer por vezes incompreensíveis e tenebrosas. E, como no mito, ao contrário do esperado, o confuso episódio pode reforçar o engajamento dos escravos em suas crenças, afastando o grupo dos limites da sua consciência possível num movimento de defesa e manutenção do seu equilíbrio provisório e dinâmico (GOLDMANN, 1972).

Além desse desafio, que outras possibilidades essa releitura poderia nos apresentar? Reconhecer esse impasse seria apenas parte da busca pela superação da questão. O que poderia ser necessário é avançar pela compreensão de que, se a arena da comunicação popular e sindical é a subjetividade dos trabalhadores tal como aqui descrita, então é dentro e sob essa subjetividade, essa consciência real, que devemos atuar, gostemos ou não. Não são as intenções e idealizações das organizações e movimentos classistas que configuram e determinam o território de combate. Se a forma como tem se dado a objetivação da realidade pelos trabalhadores, por força da dominação de classes, são as sombras projetadas na parede, seriam, nessa hipótese, elas que nos restariam como ponto de partida para a provocação da interação e do interesse entre essa subjetividade e as organizações classistas. Em palestra (2012, 20'), Alves nos convoca a essa "intervenção cultural", reconhecendo que vivemos numa sociedade da forma-imagem, onde seu campo crítico precisará também "articular, produzir, construir imagens, para que as pessoas,

através dessas formas imagéticas, (...) possam ressignificar sua posição no mundo". Assim, a tarefa seria a presença, latência e alimentação da inquietação, da memória histórica e da solidariedade através de representações que dialoguem com experiências reais nesses sentidos.

Por fim, essa releitura do mito de Platão em combinação com nosso percurso teórico pode, nesse conjunto de hipóteses da pesquisa, nos indicar que uma "estratégia" possível seria a codificação das narrativas das experiências e do projeto classista segundo a topografia e a dinâmica desse território. Uma subjetividade manipulada, mas que elabora com relativa autonomia um fluxo dinâmico entre consciência – a interiorização de uma realidade externa (Iasi, 1999) –, a pré-consciência – local da produção do “sonhar para a frente”, do “algo futuro” (Bloch, 2005) – e o inconsciente – conteúdo radicalmente histórico que se interverte na instância mental do estranhamento (Alves, 2008).

Como nos lembra Furtado (2011, p. 71), "embora haja uma determinação histórica e econômica o ser humano é capaz de refletir sob e sobre essas condições e tomar decisões e buscar interferir no mundo a partir delas projetando no mundo a sua subjetividade". Ou seja, seria possível imaginar (e averiguar, como a pesquisa faz aqui) uma estratégia que parta do repertório, dos interesses imediatos e da capacidade de objetivação da consciência real, sem ignorar sua capacidade criativa. Uma hipótese que considere "a vida cotidiana – espaço-tempo da espontaneidade de classe em seu movimento pré-contingente, contingente e necessário", tornando-a "ponto de partida para apreendermos os sinais (ou campos de possibilidades concretas) da autotranscendência positiva dos sujeitos proletários alienados" (Alves, 2013, p. 61). Uma estratégia que também considere a ficção, o enredo, a alegoria e a fantasia como plataforma de contato com esses sujeitos. E uma estratégia que reconheça a necessidade de expressão e do diálogo entre e com essa consciência e o projeto de classe.

CAPÍTULO 3 – OS COMERCIÁRIOS CARIOCAS E O MOVIMENTO SINDICAL

3.1 Quem são os comerciários cariocas?

Como já abordado inicialmente na Introdução, apesar do seu tamanho (quase 400.000 trabalhadoras e trabalhadores) a categoria comerciária é fragmentada em 26 diferentes ramos distribuídos entre atacado e varejo, além de marcantes divisões hierárquicas em cada uma delas. Temos assim uma categoria cuja sua heterogeneidade contribui significativamente para a sedimentação de diferentes estados de consciência entre si, tanto no recorte da pesquisa, como, na verdade, no surgimento e na história da profissão no Brasil.

Na sequência do agrupamento dos gráficos de varejo (1 e 2, com 81,6% dos postos de trabalho) e de atacado (2 e 3, com 18,4%) percebe-se, por um lado, uma concentração de trabalhadores dos ramos alimentícios em menos locais de trabalho do que nos dos demais. Por outro lado, há uma pulverização dos empregos em setores lojistas. Tomando o varejo como exemplo, enquanto que nos supermercados a média é de 21 empregos por estabelecimento, entre as lojas de rua a média é de 7 postos de trabalho. Como veremos mais adiante, os contextos de concentração e pulverização de empregos desdobram diferentes formas de intensificação das jornadas de trabalho que, mesmo com em suas particularidades, ensejam o mesmo tipo de narrativa de "indignação" na categoria – a do trabalho no comércio como "escravidão".

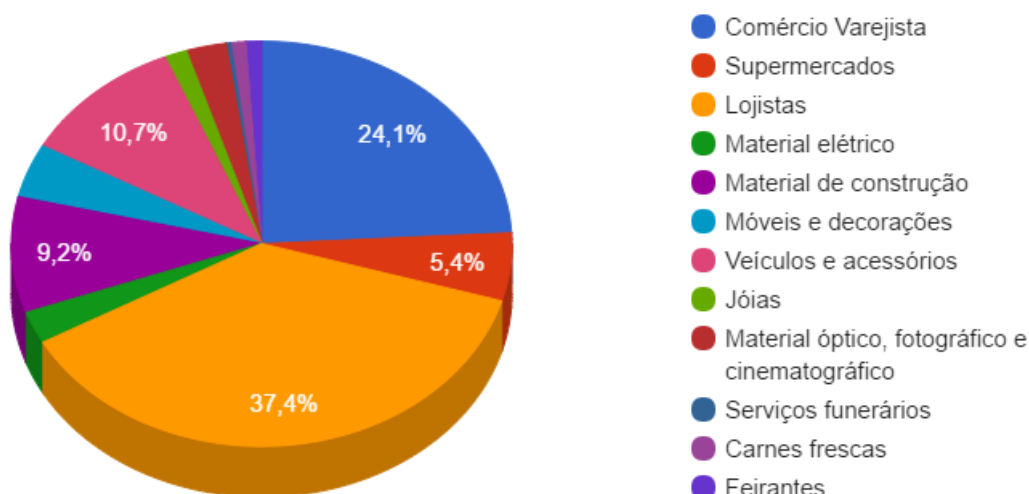


Gráfico 2 - Ramos do comércio varejista no número de estabelecimentos no Rio de Janeiro

Fonte: DIEESE, 2016.

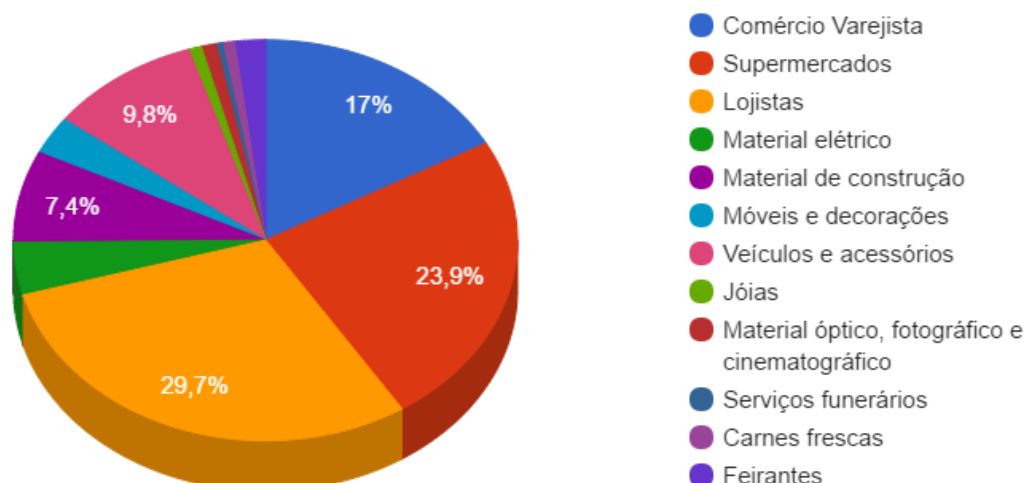


Gráfico 3 - Distribuição dos postos de trabalhos no comércio na cidade do Rio de Janeiro.
Fonte: DIEESE, 2016.

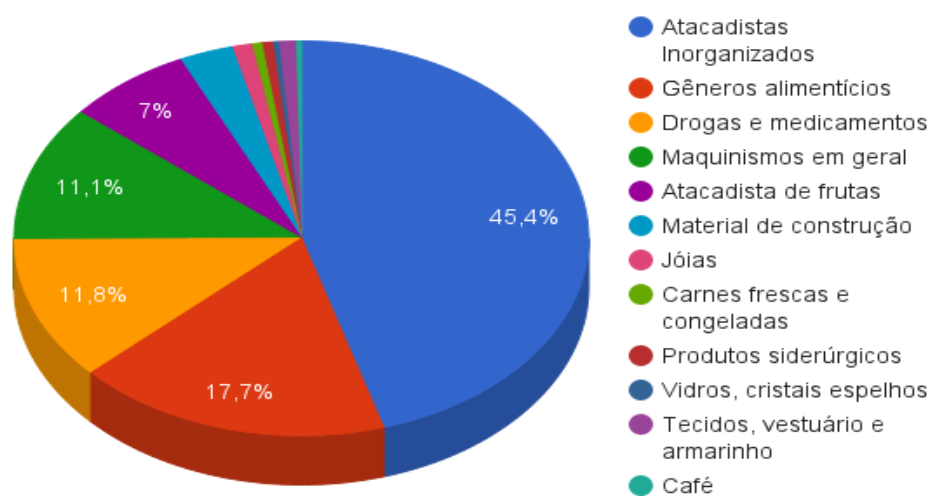


Gráfico 4 - Ramos do comércio atacadista nos estabelecimentos no Rio de Janeiro
Fonte: DIEESE, 20016.

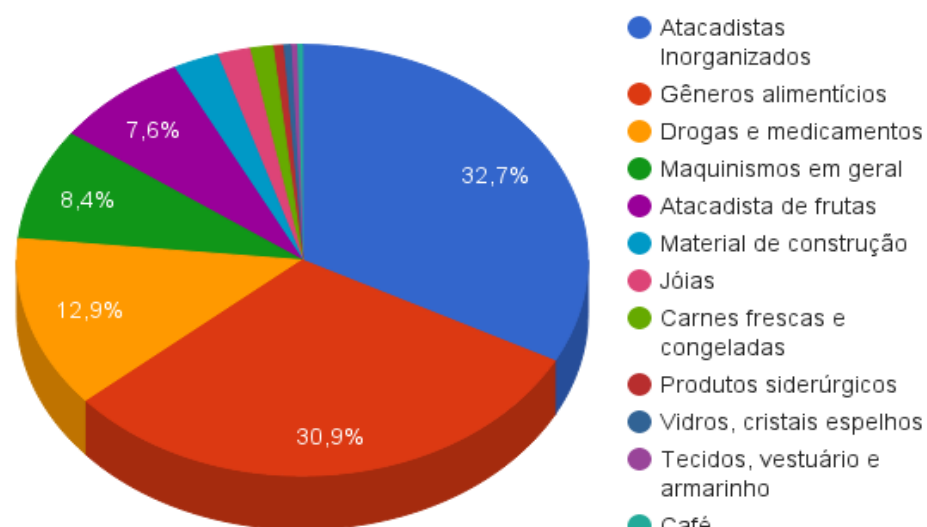


Gráfico 5- Distribuição dos postos de trabalho no comércio atacadista.

Fonte: DIEESE, 2016.

A heterogeneidade da categoria pode ser percebida ainda de outras maneiras. Por exemplo, segundo pesquisa por amostragem feita pelo Sindicato dos Comerciários (SECRJ) em 2015, os trabalhadores mais velhos (37%) e do setor atacadista (78%) se diziam satisfeitos com a profissão e sua remuneração. Já os trabalhadores de supermercados (39%), iniciantes (26%) e mais jovens (23%) as consideram insatisfatória e escolheram a profissão por ser uma área que emprega com frequência. Essas perspectivas diversas também estão expressas nas opiniões dos próprios comerciários nos debates pesquisados na página do Sindicato no Facebook:

"Ninguém é obrigado a nada, se o funcionário não está satisfeito com seu trabalho simplesmente peça demissão, duvido q alguém trabalhe no dia de Natal sem receber um extra."

ES: "A questão em si não é está satisfeito e pedir demissão.O problema é os domingos e feriados que abre e realmente não é justo.Muitas vezes nenhum dinheiro paga seu descanso."

Ainda segundo essa pesquisa, a ideia comum daquele comerciário jovem, que trabalha no shopping para completar a renda familiar e/ou financiar seu estudo ou consumo, embora presente nesse mosaico, está longe de ser maioria. Em média,

esse trabalhador está na atividade há mais de seis anos, tem 36 anos e vive em união estável (54%) com filhos (50%).

Por fim, uma comparação do salário médio dos comerciários com outros trabalhadores brasileiros fecha esse quadro que caracteriza uma categoria cada vez mais proletarizada:

Brasil - Remuneração Média de Dezembro por Setor e Subsetor, em Reais, a Preços de Dez/2014(*)			
Setor/Subsetor de Atividade Econômica	2013	2014	Variação Relativa (%)
Extrativa Mineral	5.790,47	5.838,45	0,83
Indústria de Transformação	2.416,13	2.439,64	0,97
Prod. Mineral Não Metálico	1.859,15	1.927,28	3,66
Indústria Metalúrgica	2.611,63	2.646,75	1,34
Indústria Mecânica	3.175,34	3.155,11	-0,64
Elétrico e Comunic	2.785,48	2.872,93	3,14
Material de Transporte	4.029,86	4.055,70	0,64
Madeira e Mobiliário	1.637,86	1.680,41	2,60
Papel e Gráf	2.719,42	2.753,17	1,24
Borracha, Fumo, Couros	2.343,40	2.396,13	2,25
Indústria Química	3.607,99	3.648,77	1,13
Indústria Têxtil	1.469,77	1.507,78	2,59
Indústria Calçados	1.293,34	1.330,52	2,87
Alimentos e Bebidas	1.843,88	1.867,63	1,29
Serviço Utilidade Pública	3.985,91	4.052,42	1,67
Construção Civil	2.045,56	2.055,00	0,46
Comércio	1.627,84	1.645,92	1,11
Comércio Varejista	1.479,14	1.495,01	1,07
Comércio Atacadista	2.372,10	2.389,76	0,74
Serviços	2.350,42	2.402,67	2,22
Instituição Financeira	5.448,72	5.574,51	2,31
Adm Técnica Profissional	2.169,91	2.215,13	2,08
Transporte e Comunicações	2.339,64	2.380,71	1,76
Aloj e Comunicação	1.559,05	1.572,37	0,85
Médicos Odontológicos Vet	2.265,29	2.313,48	2,13
Ensino	3.321,49	3.456,25	4,06
Administração Pública	3.393,07	3.481,25	2,60
Agricultura	1.451,89	1.465,96	0,97
Total	2.406,83	2.449,11	1,76

Fonte: RAIS - CGET/ DES/SPPE/MTE . (*) Deflator INPC

Figura 7 - Remuneração média de dezembro de 2014 por setor.
Fonte: MTE, 2015.

Isso nos leva a considerar outros dados e referências que nos permitem inferir que o perfil da categoria vem mudando significativamente desde os anos 1970 a partir do desenvolvimento da produção e da acumulação flexíveis. Como será detalhado adiante, essas transformações puxaram a expansão da oferta de empregos no chamado "setor de serviços". Da mesma forma, novos conjuntos

industriais surgiram em países até então subdesenvolvidos. No caso do Brasil, por exemplo, mesmo em plena crise econômica mundial, presenciou-se uma forte expansão da atividade comercial, como pode ser visto na Pesquisa Anual do Comércio do IBGE (2015):

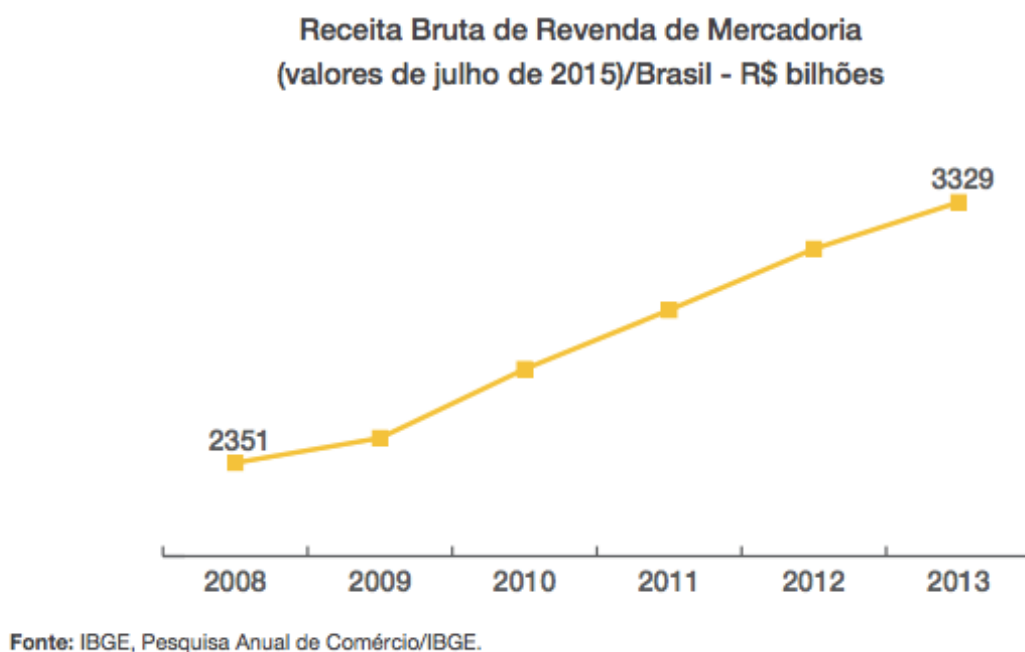


Gráfico 6 - Gráfico da receita bruta de revenda de mercadoria.
Fonte: IBGE, 2015.

Neste sentido, a Federação do Comércio do Estado do Rio de Janeiro (Fecomercio-RJ), em seu Mapa Estratégico do Comércio do Rio de Janeiro (2016), aponta que os setores de comércio, serviços e turismo tornaram-se responsáveis em 2014 por 61% (5 milhões) dos estabelecimentos e por 38% (18,8 milhões) dos vínculos empregatícios formais no país. Só a taxa de crescimento dos postos de trabalho na sequência dos cinco anos anteriores foi de 5,5%.

Nesse conjunto de transformações, novas metamorfoses foram se operando nas moldagens do trabalho no comércio, como a crescente concentração do mercado em poucas e grandes empresas brasileiras e transnacionais (IPEA, 2011; FRANÇA, 2009). Para Fecomercio (2014, p. 36), "com cadeias de valor cada vez mais complexas e globais, a capacidade de otimizar continuamente oferece oportunidade para mais uma camada de redução de custos e tempo". E, sem meias palavras, reconhece que este tipo de ambiente favorece "o domínio das grandes

redes varejistas, com processos de produção e distribuição mais conectados, e ganhos de escala que acabam funcionando como barreiras à entrada de pequenos *players*".

Por fim, essas formas ainda mais intensivas de organização do trabalho e a aplicação de tecnologias voltadas para a expansão do setor terciário encontraram-se no Brasil das últimas décadas com uma mão de obra em estado excedente (sem ofertas massivas nos demais setores), com pouca escolaridade (SECRJ, 2015), e com práticas sindicais no mínimo duvidosas (FRANÇA, 2009). Assim, aquele comerciário surgido no período da fundação do SECRJ, na virada dos séculos XIX e XX, trabalhando em pequenas lojas, em proximidade cotidiana e direta com o patrão, que por vezes se percebe diferenciado – como que pertencente a um ofício – (POPINIGIS, 1999; MACIEL, 2008; MATTOS, 2008; TRÓPIA, 2014), vai cedendo espaço a novos perfis, cada vez mais populares.

3.2 Comerciários cariocas – lutas, conquistas e tragédias

É muito comum termos narrativas históricas das lutas sindicais e populares brasileiras que se concentrem em determinados embates, categorias profissionais, bandeiras e períodos específicos. Esta "edição" da memória de lutas é compreensível e útil, pois nos coloca em contato com situações exemplares de derrotas, vitórias e aprendizados. Entretanto, como camadas do solo que se sedimentam com o tempo, determinadas memórias ficam mais acessíveis do que outras. E isso pode nos embotar a compreensão de que, dentre as muitas dimensões da luta de classes no Brasil, estamos conectados historicamente a uma sucessão de acontecimentos e construções que, vistas na sua totalidade, podem nos situar dentro de uma tradição e de limites, digamos, menos entusiasmantes. Crer que essa "edição" representa a totalidade de nossa história pode nos levar a entendimentos igualmente limitados ou, até mesmo, nos remeter a refúgios que nos ajudem a crer naquilo que nos agrada.

Com esse espírito realizou-se a pesquisa dos caminhos históricos das formas de organização da categoria comerciária carioca em seus cruzamentos, conflitos e ausências nos movimentos laborais e populares brasileiros.

Penetrar nessas camadas mais profundas não é tarefa fácil. Mas a atitude apontada no primeiro parágrafo deste capítulo é, na verdade, inspirada e suportada por pesquisadores que já iniciaram, há muito tempo, essa empreitada. Assim, o texto a seguir não seria possível sem o criterioso trabalho de Marcelo Mattos (2008 e 2009), Fabiane Popinigis (1999 e 2007), Laura Antunes Maciel (2008), Patrícia Trópia (2010) e Vito Giannotti (2007) dentre outros que irão se apresentando – além do acervo documental disponibilizado pelo Sindicato para a pesquisa.

a) Comércio e trabalho escravo

Para uma jornada que permita nos mantermos focados no objeto da pesquisa, ao mesmo tempo que nos mantenha conectados com o quadro geral, nosso "texto-base" será o livro "Escravidão e livres – experiências comuns da formação da classe trabalhadora carioca" (2008), de Marcelo Mattos. Nessa obra, o autor começa "escavando" as camadas históricas em busca das primeiras reações coletivas de resistência contra a exploração do trabalho no Brasil. Embora não possamos, infelizmente, nos deter na análise de muitos dados relevantes da época, nos chama atenção alguns desses primeiros movimentos, em especial os que rondaram o trabalho no comércio e a escravidão.

Citando documentos históricos e pesquisas, Mattos(2008, p. 149) fala sobre o que pode ter sido uma das primeiras ações coletivas de trabalhadores (escravos) que tenha relação com o comércio carioca (considerando-se aqui estabelecimentos de "indústria e comércio"). Em abril de 1833, na Rua da Alfândega, houve uma "insubordinação de escravos que trabalhavam na loja de caldeireiro". Cerca de catorze escravos "se recusaram a cumprir ordens do administrador, resistiram às tropas chamadas para prendê-los" e teriam usado suas ferramentas de trabalho como armas.

Certamente as revoltas, insubordinações e fugas de escravos no decorrer no século XIX se inter-relacionam com muitos interesses e mobilizações pelo fim da escravidão no Brasil. Essa pressão vinha desde os novos arranjos do capitalismo internacional, bem como da sociedade civil brasileira (liderada por abolicionistas brancos e negros libertos). Mas, como se pode ver rapidamente aqui – e

extensamente na bibliografia pesquisada – a libertação vinha também sendo conquistada, palmo a palmo, pelos seus principais interessados.

Um caso muito ilustrativo, em Salvador, se deu em 1857. A chamada Greve Negra foi o movimento de ganhadores¹⁰ (livres e escravos) que durante duas semanas paralisou esse serviço reivindicando o fim da taxa de matrícula e a obrigatoriedade do uso de uma placa de identificação no pescoço. Com medo de prejuízos, a própria associação comercial da cidade teria se oposto às exigências impostas pela província. Mas, dentre muitas singularidades deste episódio, o que o liga à presente pesquisa é sua relação com o comércio. Segundo Costa (1991, p. 20), a Salvador da segunda metade do século XIX "se caracterizou como cidade comercial-escravista. O comércio local, além de ocupar muitos negros livres, representava "um mercado de trabalho para os escravos de ganho". Segundo a autora, "praticamente todos os serviços urbanos estavam na dependência do trabalho escravo, e o setor que mais concentrava esta mão-de-obra era o transporte de pessoas e mercadorias" (op. cit, p. 22). A freguesia da Conceição, por exemplo, "possuía maior concentração de 'cantos'¹¹". Não por acaso, "esta freguesia abrigava a maior parte do comércio, estando aí instalados os grandes armazéns em grosso, como também pequenas lojas (...), além do comércio ambulante que enchia as ruas".

Segundo Machado (2003, p. 5), em 1884 outro movimento de efeito "devastador sobre os senhores" escravocratas era chamado de "a limpeza das ruas, que consistia em pressionar proprietários de escravos de algumas ruas do centro,

¹⁰ Segundo Ana de Lourdes da Costa (1991, p. 19), "no sistema do ganho, o escravo trabalhava para fora da casa do seu senhor, exercendo principalmente atividades relacionadas com o transporte de pessoas e mercadorias (...) Esse sistema caracterizava-se por ser o escravo obrigado a pagar ao seu senhor, por dia ou por semana, uma quantia pré-estabelecida, podendo se apropriar de qualquer excedente. Esse acordo se estabelecia de forma verbal entre o escravo e seu dono, e era geralmente respeitado, apesar de não existirem garantias legais.

¹¹ Nas palavras de Costa (1991, p.22), os "cantos" "eram ajuntamentos de ganhadores, tanto escravos quanto libertos, geralmente pertencentes à mesma nação, onde os fregueses podiam requerer os seus serviços". Eles "se espalhavam por locais específicos da cidade, ocupando geralmente um ângulo ou um cruzamento de ruas e recebendo o nome da localidade onde se instalavam, como por exemplo: canto da Calçada, canto do Portão de São Bento, canto da Mangueira, etc."

escolhidas previamente, para libertarem os seus cativos, sob ameaça de publicação de seus nomes nos jornais". A limpeza passou exitosamente por tradicionais centros de comércio, como a Rua do Ouvidor, Uruguiana e o Largo de São Francisco.

Farias (2008, p. 1) fala da paralisação com piquetes e enfrentamentos entre o governo e pequenos comerciantes, lavradores e trabalhadores do comércio em 1885 no Rio de Janeiro. O movimento, que durou quase uma semana, paralisou um dos principais centros de compra e venda de gêneros alimentícios da Corte, a Praça das Marinhas. Os "pequenos lavradores e negras quitandeiras não aceitavam pagar a diária de 400 réis cobrada pelos empresários do consórcio que arrendara o terreno à Câmara e construía as barraquinhas".

Por fim, Mattos (2009, p. 113), relata que, em 1883, "entre as associações que se fundiram para criar a Confederação (Abolicionista) estavam uma entidade criada pelos comerciários e outra fundada pelos tipógrafos".

Esses casos nos fazem indagar sobre o papel do trabalho escravo na formação da atividade comerciária no Brasil, tanto objetiva como simbolicamente. Schettini e Popinigis (2007, p. 65) revelam que "menções à escravidão foram úteis para que, nos primeiros anos do século XX, os empregados no comércio expressassem o sentimento de perda de um passado melhor". Numa denúncia enviada a um diário carioca em 1911, por exemplo, um comerciário – então chamados de caixeiros – "acusava certos patrões de fazer "do empregado um escravo, como os de 50 anos atrás". Citando o jornal "Do Brasil Proletário" de 1906, a combatividade dos comerciários na campanha para regulamentar o horário de trabalho, foi saudada por um anarquista, que comentou: "Houve energia digna de quem se sente escravo e sente necessidade de liberdade, de quem está resolvido a sacudir o jugo (...)". Como também poderemos ver na análise dos comentários dos comerciários cariocas na *@comerciariosrj*, é impressionante que a palavra "escravidão" ainda seja justamente uma das mais usadas para definir suas condições de trabalho 129 anos depois da sua abolição.

DA: "E quem disse que a escravidão acabou? Somos escravos sim, só que recebemos salário. Chega de tanta exploração. (37 comentários, com 70 curtidas subsequentes) (09/07)

MO: "Eles estão pensando que agente e escravo a escravidão acabou s muito tempo agente rala eles q ficando cada dia mais ricos" (38 curtidas) (09/07)

Essas indagações e possibilidades de comparações podem parecer menos retóricas ou catárticas quando ampliamos o quadro em análise. O primeiro elemento formatador dos limites do trabalho no comércio já nos foi dado por Marx em passagem citada na Introdução. É central para o capital que o tempo entre a transformação do produto em sua forma-mercadoria, e desta em forma-dinheiro efetivando o lucro, ocorra no tempo o mais próximo de zero. Desde a sua chegada ao atacado até a caixa registradora (e eventualmente a entrega, montagem e assistências), são muitas as atividades laborais implicadas na mecânica da troca da mercadoria pela forma-dinheiro que podem ser consideradas comerciárias.

Dessa forma, é possível acreditar que, no período pesquisado, em geral apenas as atividades de controle de caixa (o guarda-livros) e atendimento direto de venda ao público (o caixeiro de balcão) prescindiriam do trabalho escravo – fato aqui possivelmente atribuído às questões (persistentes no tempo) da "boa imagem" e da qualificação da mão de obra. Por outro lado, a tabela também revela que aos escravos de ontem eram delegadas em especial aquelas funções análogas às atuais atividades do atacado, logística e estoque, além daquelas relacionadas ao chamado trabalho improdutivo (MARX, 1987) – lembrando que faxineiros ajudaram a fundar a UEC em 1908.

b) Mutualismo, sindicatos e confrontos – o início das organizações de trabalhadores do comércio no Brasil

Segundo Mattos (2009), Giannotti (2007) e outros autores, as primeiras formas de organização de trabalhadores no Brasil surgiram em meados do século XIX e se deram em diversos formatos. Os autores indicam também que muito da tipologia dessas organizações e suas metamorfoses no tempo espelham, de certa forma, o quadro geral das experiências dos trabalhadores da Europa. Essa influência se deu, pelo menos de início, com a vinda de imigrantes europeus na virada dos séculos XIX e XX, a partir dos seus novos arranjos produtivos pós escravatura.

A partir da pesquisa bibliográfica para este capítulo, foi possível perceber que, ainda que muitas dessas associações tivessem perfis dinâmicos e híbridos (que aprofundaremos a seguir), elas poderiam ser, grosso modo, agrupadas em dois campos (ou momentos). Essa classificação se daria em função do tipo de vantagem (individual e coletiva) que se buscava, bem como das relações sociais pretensamente capazes de alcançá-las através dessas respectivas associações e suas propostas.

As organizações que aqui chamaremos de beneficentes podem genericamente ser caracterizadas pela "livre associação de filiados que, em geral, pagavam uma 'jóia' para ingressar e contribuir com uma mensalidade para ter direito a recorrer ao caixa da mutualidade em função de determinadas necessidades" (Mattos, 2009. p. 91). Essas necessidades variavam enormemente em função dos recortes profissional, religioso, por local de moradia, da condição de liberdade ou não do trabalhador dentre outros fatores. Promoviam o despertar e o aperfeiçoamento técnico e cultural, a valorização do ofício, assistiam o associado em caso de morte, doenças, invalidez, viuvez, pensões, empréstimos, fiança e afins. Também podiam concentrar-se mais na caridade e acolhimento. Segundo o autor (op. cit., p. 94), "na ausência de qualquer política pública previdenciária e diante da realidade de baixos salários e alto custo de vida, a constituição de caixas por contribuição solidária poderia ser decisiva para amenizar a dureza das condições de sobrevivência". Assim, o que fundamentalmente, sob o olhar deste pesquisador, pode ser descrito dinamicamente como uma atitude associativista beneficente é o fato de que, em geral, o mutualismo pretendia melhorias e proteção limitada a seus associados contornando – ou não reconhecendo claramente – as possibilidades de ganhos através de confrontos coletivos organizados legais/institucionais ou mais diretamente entre classes.

Os caixeiros criaram e usufruíram de muitas dessas modalidades de organizações. Segundo Martinho e Gorenstein (1992, p. 47), "já em 1826, os caixeiros apresentaram um requerimento pedindo a permissão para o estabelecimento de uma sociedade comercial (...) Está sociedade, que deveria chamar-se Comercial Sociedade Caixeiral, dispunha-se a ser uma sociedade

comercial e de beneficência". Muitas outras se seguiram com perfil semelhante (ou híbrido) de organização, como a Associação dos Empregados do Comércio (1880), a Associação Protetora dos Empregados no Comércio (1902), a União dos Caixeiros – Protetora e instrutiva (1902), a União dos Empregados no Comércio (1908) e a Phênix Caixeiral (1911).

Mas essas "estratégias de contorno", como insistido aqui, precisam ser vistas dialeticamente. Marcada "pela escravidão, pela imigração e outras variáveis que geravam grande heterogeneidade da população urbana" (MATTOS, 2009, p. 93), a classe trabalhadora e suas formas de organização seguiram se transformando a partir de suas experiências e desses encontros. Do ponto de vista sócio-histórico, esse "espírito associativo", não pode ser visto apenas como "um mecanismo compensatório para suprir carências e permitir a ascensão e o reconhecimento social de seus membros, mas também embrião de um modelo menos desigual de organização social" (op. cit., p. 97).

Por isso, há um outro perfil de organização que, aqui genericamente, poderia ser pré-definido como reivindicatório por melhores condições de trabalho e vida junto ao Estado e aos patrões. Ao mesmo tempo em que as comerciárias e comerciários recorriam à soluções assistenciais, em 1866 (Mattos, 2009; Farias, 2008) surge o primeiro registro de mobilização coletiva na categoria contra a abertura do comércio aos domingos. Logo em seguida, em 1869 foi criada a Associação dos Guarda-Livros. Segundo Maciel (2008, p. 102), cabia a estes trabalhadores a "administração das contas das casas comerciais e encarregados de organizar o trabalho dos outros caixeiros" (...). Eles também "trabalhavam mais próximos dos seus patrões do que dos demais empregados do comércio". Popinigis (1999, p.1) avança no entendimento do perfil do guarda-livros ao citar texto da Revista da Associação dos Guarda-Livros, que realiza sua auto-propaganda ao afirmar que a organização atingiu "proporções de um júri de suficiência na sua especialidade", não se devendo duvidar que o guarda-livro "venha a constituir a corporação mais respeitável, no segredo dos algarismos, até hoje conhecida". Sobre esse perfil, voltaremos ainda algumas vezes. Onze anos depois, foi a vez da fundação da Associação dos Empregados do Comércio – organização com relevantes

contradições que trataremos também mais a frente. O surgimento dessas organizações demarcam a luta pelo descanso aos domingos ainda que, novamente, sobre diferentes perspectivas de classe entre os caixeiros.

Algumas autoras realizaram uma série de análises documentais que confirmam o caráter ambíguo de consciência e comportamento de classe entre os caixeiros. Cobrindo o período das últimas décadas do século XIX e as primeiras do século XX, essa pesquisa acompanhou as facetas de uma categoria que se orgulhava da proximidade com o patrão, mas que foi se vendo em contínua proletarização, em parte relacionada ao crescente número de caixeiros na cidade (Maciel, 2008). Essa variação dependia principalmente da posição do caixeiro na divisão do trabalho e do tipo e escala do estabelecimento. O comerciário ora performava sua mimetização e aspiração aos valores patronais, ora "não negavam a origem" participando das patuscadas e demais manifestações culturais populares, ora "perdiam a esperança de mudar sua condição social através do trabalho, e de um dia serem patrões" (POPINIGIS, 1999, p. 116).

Esse tensionamento da consciência dos caixeiros, como dito, foi gerando diferentes "estratégias" para a conquista da Semana Inglesa (folga aos domingos), que novamente desenham suas heterogeneidades. A versão mais difundida dessa conquista a relaciona à criação de uma auto-imagem ordeira, republicana, dócil e cooperativa. "Utilizando o léxico dos dominantes, procuravam não garantir, mas produzir direitos para si" (POPINIGIS, 1999, p. 134). Com este perfil, os comerciários passaram a ganhar o apoio da imprensa e da "opinião pública", conseguindo se sobrepôr às pressões patronais, polarizando a seu favor os poderes municipais, resultando na regulamentação da Semana Inglesa em 1911. "As reivindicações eram tratadas como 'pedidos' e a atuação do governo nessa área transformava-se em 'concessões'". "Concessões" ligadas a uma contrapartida: "o indivíduo só seria digno delas se se ajustasse aos moldes de um 'trabalhador laborioso'". Dessa forma, "o caminho da luta política institucional poderia parecer plausível" principalmente para "aqueles que trabalhavam em grandes magazines e lojas", visto que "a 'fidelidade' e

a dedicação não lhes valeria mais nenhum degrau na hierarquia comercial" (op. cit., p. 115 e 117).

Mas, no pico das mobilizações (e acirramentos) dessa luta, em 1906, o quadro se demonstraria mais complexo. Segundo a opinião de um correspondente carioca do jornal operário A Terra Livre citada por Popinigis (op. cit, p. 139), embora os patrões fossem cedendo aos poucos ao cerramento das portas aos domingos, “não fecharam sem a isso se verem obrigados pelos atos de energia praticados por um numeroso grupo de rapazes decididos”. Segundo a autora, “tal interpretação dos fatos transforma os acontecimentos, atribuindo-lhes outro significado: o de revolta, autonomia e organização”. Essas experiências de luta, como consequência da sua proletarização, foi, na verdade, “o momento de conscientização a respeito da sua própria situação como grupo social e de sua força como coletividade”. Com isso, “esses trabalhadores começariam a organizar-se em entidades de classe com objetivos políticos e estratégias de ação mais agressivas” (SCHETTINI e POPINIGIS, 2009, p. 111).

Esses momentos de ebulição de insatisfações e lutas de comerciários no início do século XX, mesmo que possivelmente de modo pouco relacionado, não se deram isolados das mobilizações e novas formas de organização tocadas por outras categorias e camadas populares.

A realização do I Congresso Operário Brasileiro, em 1906, marca o início da fase do chamado “sindicalismo revolucionário”, com forte influência anarquista e que contou com a participação da Associação dos Trabalhadores em Trapiche e Café – espécie de comércio atacadista da época. Segundo Mattos (2009), no Congresso de 1913 foi a vez da associação mutualista Phênix Caixeiral. Segundo Silva (2010, p. 78), esse tipo de envolvimento de caixeiros com movimentos mais “radicais” poderia ser explicado pelo fato do anarquismo ter conseguido atingir “os setores profissionais nos quais os estrangeiros se faziam muito presentes, com realce para o comércio e para o setor oficial”.

Nesse período, outras formas de organização de trabalhadores coexistiram ainda por algum tempo. Como observa esse autor, o quarto “Congresso do

Movimento Operário" foi realizado em 1912 sob a liderança de Mário Hermes, militar e filho do então Presidente Hermes da Fonseca. Tinha como objetivos o "melhoramento contínuo intenso, rápido e indefinido das condições econômicas sociais e intelectuais e morais do operariado". Segundo seus críticos o congresso marca um momento de unificação do chamado "sindicalismo amarelo", não classista e de conciliação com o Estado e empresários. Embora esse tipo de rótulo fosse direcionado a uma corrente por outra adversária, o que poderia tornar essa classificação como relativa ou tendenciosa, para Mattos fica claro uma genérica divisão entre um movimento de trabalhadores revolucionários (socialistas e anarquistas) e os colaboracionistas ("amarelos" dentre outros). E que, ainda que podendo estarem próximos em alguns episódios do sindicalismo de inspiração revolucionária, desde o início as organizações comerciais eram, em geral, classificadas como moderadas pelas correntes mais radicais.

O maior exemplo carioca dessas contradições é a Associação dos Empregados do Comércio (AEC). De caráter interclassista, foi fundada por trabalhadores e patrões em 1881, criando com o passar dos anos uma ampla máquina assistencialista. Mas, ao mesmo tempo, foi gerando crescentes desconfianças e insatisfações, como entre os comerciantes de grande lojas, que não tinham sequer a possibilidade de aspirar a ascensão social pretendida pelos "casacas" – como eram chamados seus dirigentes, em geral comerciantes de topo de hierarquia (Popinigis, 1999).

Talvez por isso, ainda no início do século XX a categoria contasse com pelo menos quatro diferentes associações (já citadas na página 67). Todas, de diferentes formas, disputavam a representatividade dos comerciantes, tendo participado da regulamentação das 12 horas diárias e do fim do trabalho aos domingos, em 1911.

c) Sindicato dos Comerciantes, de Getúlio a Mata Roma

À época, a organização que tinha um perfil mais proletário era a União dos Empregados do Comércio. De linha mais combativa, a UEC foi criada em 1908, contrapondo-se ao pluriclassismo e detinha cerca de um terço de seus membros eram estrangeiros. Organizaram também comícios, greves e discursos públicos,

táticas que a AEC desaprovava (POPINIGIS, 2007). Foi a organização que liderou as principais ações diretas pelo fechamento das lojas aos domingos e que mais criticou a AEC nesse processo.

Nas décadas seguintes, com a impossibilidade de dissolução das contradições interclassistas da AEC e a progressiva assimilação das caixas mutuais e sistemas previdenciários corporativos pelo Estado (esvaziando o papel das organizações assistenciais), a UEC foi hegemonizando a representação da categoria. Outro fator determinante, porém, foi a estrutura sindical montada por Getúlio Vargas na década de 1930, que favoreceu e moldou significativamente o perfil sindical da organização comerciária. As novas legislações trabalhistas e sindicais permitiram que o Sindicato desenvolvesse sua estrutura própria de mobilização e assistencialismo, mantendo a "boa reputação" de instituição "ordeira". Em 1934, o sistema dos Institutos de Aposentadorias e Pensões (IAPs) permitiu que o Sindicato criasse seu IAPC, abrindo o Hospital de Ipanema, em 1934 e o da Lagoa, adquirido em 1962.

Esse alinhamento da UEC com a estrutura varguista contribuiu para que ele liderasse novamente a categoria para novas lutas e vitórias. A principal delas foi a redução da jornada de 12 para 8 horas diárias, conquistada com outras categorias em 1932. A forma como se deu essa conquista, entretanto, causa alguma curiosidade. Segundo os relatos do próprio Sindicato e alguns autores pesquisados, no dia 29 de outubro, caixeiros do centro da cidade se uniram a ferroviários, eletricitários, bancários, professores e jornalistas no Largo da Carioca marchando dali até o Palácio do Governo Federal, no Catete. Chegaram ao Palácio cerca de 5.000 trabalhadores, onde o presidente Getúlio Vargas os recebeu na sacada para um discurso e a assinatura do Decreto nº 4.042 que reduzia a carga horária de trabalho. Denota-se aí que a construção que resultou nesse avanço já estava dada (pelas lutas, mas também pelos arranjos oriundos do atrelamento sindical ao Estado Novo). Coube às lideranças sindicais a mobilização de suas bases para o que pareceu ser uma "jogada ensaiada" para criar um marco histórico e simbólico que fortalecesse tanto essas direções sindicais, como o governo. Por conta da data dessa vitória, tornou-se o 30 de outubro como o Dia do Comerciário. No mesmo ano

um novo decreto (nº 21.417-A), regulamenta "o trabalho feminino na indústria e no comércio, determinando a igualdade salarial entre os sexos, proibindo o trabalho noturno e em locais insalubres e criando medidas concernentes à proteção da maternidade" (GOMES, 2007). Em 1933 foi sancionada a Lei de Férias.

Esse papel de "civilizado" permitiu que o Sindicato atravessasse o Estado Novo e demais governos com razoável credibilidade entre trabalhadores e opinião pública. Entre os anos 1940 e 1950, por exemplo, foi significativa a atuação da instituição na derrota do projeto de governador Carlos Lacerda de criar uma avenida que cortaria e diminuiria os espaços comerciais da região entorno das ruas da Alfândega, Senhor dos Passos e Buenos Aires. Outro exemplo de "prestígio" do Sindicato foi a inauguração da Sede da Rua André Cavalcanti, no final da década de 1940, com a presença do presidente da República (SECRJ, 2015).

Entretanto, com o golpe empresarial-militar de 1964 a situação dos sindicatos em geral, e dos comerciários cariocas em especial, muda drasticamente. Segundo Nagasava (2015), somente em 1964, 409 sindicatos e 43 federações sofreram intervenção do Ministério do Trabalho. Nos 6 anos seguintes, mais 536 intervenções sindicais foram realizadas. A entidade não escapa dessas intervenções e tem sua diretoria cassada e seu presidente Jayme da Silva Correia condenado a nove meses de prisão por subversão (BNV, 1988).

Com isso, Luizant Mata Roma é escolhido pelo Ministro do Trabalho Pirachi Barcelos como novo presidente do Sindicato, cargo que ocupou por quarenta anos, até sua morte em 2006. Sua gestão foi marcada pela ampliação da rede assistencialista da entidade, ao mesmo tempo em que tais benefícios ficaram restritos a um número cada vez mais reduzido de sócios que lhe garantiam sucessivas reeleições¹². A "parceria" entre Mata Roma, a ditadura e os empresários teria garantido algumas "conquistas" importantes que realimentavam as narrativas da "Gestão Restauradora Roma", como o Decreto 377 do então Ministro do Trabalho Negrão de Lima regulamentando a Semana Inglesa. Embora não tenha sido possível

¹² As investigações do MPT e da Justiça do Trabalho apontam para o desestímulo e burocratização da sindicalização, presença de sócios não comerciários, matrícula de alunos nas escolas da entidade condicionada a assinatura de atas de presença em assembleias fantasmas, dentre outras fraudes.

verificar a veracidade dessas informações, a "Gestão Restauradora" alega ter sido a primeira conseguir 44 horas semanais, o acréscimo de um terço de férias, a licença maternidade e férias 30 dias (SECRJ, 2015). Mata Roma construiu também a sede de Madureira e a Colônia de Férias Vila Rica em 1972. Lançou restaurantes para a categoria no Largo de São Francisco, Madureira, na sede do Centro, no Shopping Rio Sul, Norte Shopping e Barra Shopping. Em regime de mutirão, edificou os prédios "Roma" I, II e III para comerciários a ele mais fiéis, além de creches e asilo para aposentados. Por motivos obscuros, sem fontes fidedignas de confirmação da motivação, em sua gestão o Sindicato incorporou as bases de Miguel Pereira e Paty do Alferes (município onde se localiza Vila Rica).

Luizant Mata Roma construiu com isso uma narrativa em torno de si como um sindicalista realizador, "zeloso" e benfeitor da categoria. Apesar de manter os trabalhadores afastados das decisões do Sindicato por meio da burocratização da sindicalização e de assembleias fantasmas, Roma se apresentava como combativo no "enfrentamento" com os patrões. Segundo ele, "o Sindicato, como representante de classe, tratou de acirrar o combate à exploração e, vez por outra, convocava a categoria para greves ou paralisações" (SECRJ, 2008, p. 74).

Mata Roma sufocou qualquer tipo de oposição ao seu domínio. Em 1987 acusou a CUT e o MUC (Movimento de União dos Comerciários) de depredação da sede de Campo Grande, impedindo-os, com o auxílio da polícia, de participar de assembleia¹³. Através de fraudes eleitorais, expulsão de sócios e até do fechamento do restaurante de Madureira (um dos focos do MUC), Roma pôde construir para si, sua família e seus diretores uma vida bastante diferente da levada pelos seus representados, como veremos logo a seguir.

Com a morte do patriarca em 2006, seu filho Otton Mata Roma (que jamais foi comerciário) assume a presidência de um Sindicato deformado pela ditadura, mas que sobreviveu dessa forma mesmo após o surgimento do chamado "Novo Sindicalismo" e dos governos petistas. Otton seguiu, com muito menos habilidade, os passos intersindicais do pai, tornando-se diretor de relações internacionais da

¹³ Carta do Presidente Luisant Mata Roma ao Comandante do 3º Batalhão da Polícia Militar do Rio de Janeiro. OF.SG.214/987. Retirado dos arquivos do SECRJ.

União Geral dos Trabalhadores (UGT), tendo, inclusive, representado o Brasil em congresso da OIT em 2013¹⁴. Entretanto, diferente de Luizant, Otton e sua diretoria optaram por dilapidar o Sindicato de forma acintosa. Nos anos seguintes, o Sindicato fechou as delegacias sindicais da Tijuca, Méier, Madureira e Largo de São Francisco e os restaurantes destas duas últimas, bem como o do Barra Shopping. O serviço médico reduziu-se drasticamente.

Enquanto o Sindicato seguia abandonando a categoria e agora seus poucos sócios, as evidências de desvios de recursos, principalmente através do setor de arrecadação de contribuições sindicais, passaram a chamar a atenção do Ministério Público (MPT), já em 2006 após denúncias anônimas. Mesmo com um primeiro arquivamento naquele ano, em 2014 novas investigações levaram a Justiça do Trabalho a intervir no Sindicato em 15 de outubro de 2014. Otton e sua diretoria foram destituídos por falta de legitimidade – nenhum de seus membros era de fato comerciário – e vários tiveram seus bens bloqueados, além de serem impedidos de se candidatar nas últimas eleições da entidade.

A Intervenção Judicial reuniu indícios de desvios, falhas de gestão e impostos não pagos que causaram um rombo de R\$ 99 milhões nas contas do Sindicato, apenas nos cinco anos anteriores. E em 17 de junho de 2015, a Intervenção realizou as primeiras eleições livres em 50 anos, mesmo após a invasão da entidade um dia antes do pleito por 200 capangas trazidos de São Paulo pela UGT e Força Sindical¹⁵. Com 82,4% dos votos, foi eleita a Chapa 1 “A hora da mudança”, liderada pelo comerciário Márcio Ayer, de apenas 30 anos, e ligada à Central dos Trabalhadores e Trabalhadoras do Brasil (CTB).

¹⁴ Matéria retirada do site do Sindicato dos Comerciários de São Paulo. Disponível em: <<http://www.comerciarios.org.br/index.php/post/624-Otto-Mata-Roma-representa-a-UGT-e-os-trabalhadores-brasileiros-na-OIT>>. Acesso em: 7 mar. 2017.

¹⁵ Para mais informações sobre a grande repercussão na mídia, ver matéria no Fantástico sobre as investigações contra os Roma (14/06/2015) e sobre a invasão no Jornal Nacional (17/06/2015).

d) "A Hora da Mudança"? – contextos, perspectivas e alguns desafios do sindicalismo classista no capitalismo flexível

Apesar das proporções dos escândalos e desvios da Era Mata Roma, o caso guarda certas características (em comum com outros sindicatos da categoria no Brasil) que se interrelacionam tanto com aspectos macroeconômicos, como especificamente com a questão sindical, como vamos brevemente destacar.

Como demonstrado neste capítulo e nos dois gráficos abaixo, os setores de comércio e serviço viveram uma forte expansão no Brasil nas últimas décadas. Ao compreendermos esse movimento conjugado com o declínio da participação da indústria tanto no PIB, como nos empregos, podemos relacioná-lo também com os novos arranjos globais de produção e distribuição decorrentes da etapa flexível de acumulação do capital.

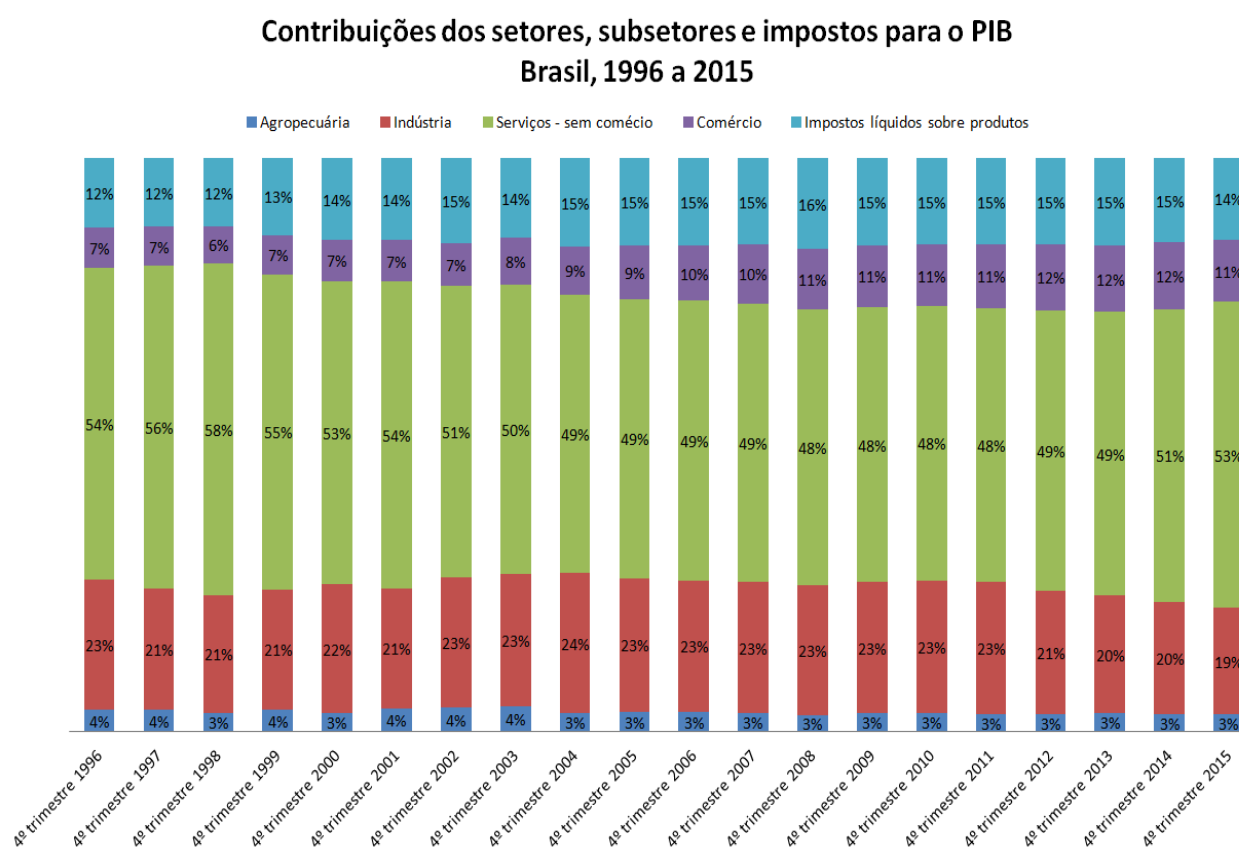


Gráfico 7- Contribuições dos setores, subsectores e impostos para o PIB
Fonte: DIEESE, 2016

Participação do comércio

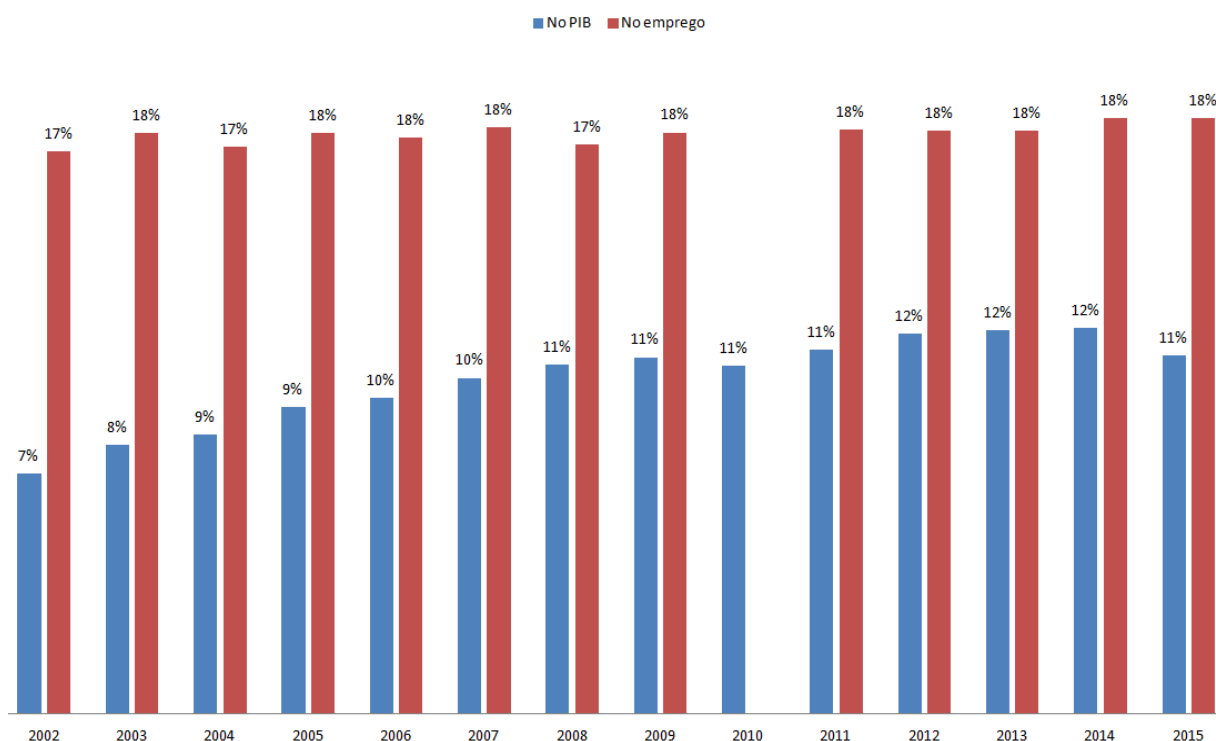


Gráfico 8 - Participação do comércio
Fonte: DIEESE, 2016

Esses arranjos reforçam o papel de países capitalistas periféricos como o Brasil principalmente para exportação de matéria-prima e importação (e comércio) de produtos industrializados. A etapa atual da crise mundial, que aponta para o fortalecimento político dos discursos protecionistas, tenderia a agravar esse quadro. Dessa forma, temos uma contínua e revigorada tendência que se desdobra na expansão dos empregos voltados para o setor terciário no país.

Este quadro macro se interpõe com outros aspectos determinantes e interrelacionados, que são as transformações nas formas e relações de produção e circulação de riquezas intrínsecas a esses rearranjos no mercado mundial. Como veremos mais detalhadamente no próximo capítulo, “foram tão intensas (essas) modificações que se pode mesmo afirmar que a classe que vive do trabalho teve sua forma ser alterada de forma aguda, em sua materialidade e subjetividade” (ANTUNES, 2015, p. 33). A associação entre revolução tecnológica e novas formas de organização do trabalho comprometeram dramaticamente a capacidade de desenvolvimento da consciência de classe do trabalhador. Decorrentemente, houve o enfraquecimento dos sindicatos e partidos como formas tradicionais de

organização de classe. "Os primeiros se viram numa regressão do seu papel de classe, (...) reduzido a defesa de posições contingentes defensivas e por fim sitiados em sua última trincheira que é a defesa do direito ao trabalho, ao emprego" (Op. cit, p.198).

Por sua vez, essas modificações e rearranjos inescapavelmente produzem também suas metamorfoses na classe trabalhadora brasileira, reforçando seu perfil terciário. Um setor vivendo de uma forma geral em prolongada situação de subemprego, emprego precarizado e com poucos vínculos com o local de trabalho. Percebe-se, com isso, a importância e o desafio de o movimento sindical conseguir dialogar e organizar esses trabalhadores. E isso não só no Brasil. Para Antunes (op. cit., p. 199) "incapaz de aprender a amplitude e a dimensão da crise do capitalismo", o sindicalismo mundial "é postado numa situação desfavorável que obsta a possibilidade de visualizar e agir para além do capital". Isso porque trata-se um tipo de trabalhador muito diferente daquele operário formado na mesma fábrica com muitos anos de trabalho e sindicalização. E significativa parte desse proletariado brasileiro superexplorado, fragmentado e desorganizado trabalha no comércio na Cidade do Rio de Janeiro.

É possível reconhecer desdobramentos desses aspectos no sindicalismo comerciário no país, com a hegemonia do chamado sindicalismo de resultados (DIESSE, 2009). Nas palavras do presidente do Sindicato dos Comerciários do Rio de Janeiro, "não é de hoje que a nossa categoria sofre um processo de desorganização por causa das relações de trabalho". Ao mesmo tempo, "o peso do comércio na economia das cidades" acabou "criando imensas e 'lucrativas' bases sindicais comerciárias. Isso é um prato cheio para centrais pelegas, que encontram sindicatos com grandes receitas e baixa participação dos trabalhadores"¹⁶. Trópia (1994, p. 50), ainda que influenciada pela correlação de forças do período da sua pesquisa, é dura ao sentenciar que os sindicatos brasileiros dessa categoria apresentariam "um perfil de direita quanto à filiação intersindical na medida em que predominam sindicatos que rejeitam a luta política".

¹⁶ Entrevista concedida ao setor de comunicação durante a posse da nova diretoria, junho de 2015.

A hegemonia das centrais colaboracionistas entre os comerciários, segundo Trópia (1994, 2000 e 2014) estaria ligada basicamente a fatores que, em comum, reforçariam um perfil (mais ou menos real, mais ou menos simbólico e aspiracional) pretensamente de classe média da categoria. A remuneração comissionada estimularia a percepção de que a melhoria de renda depende do indivíduo, em especial do seu sobre-esforço, e não da ação coletiva. Da mesma forma, como sindicatos fracos não trazem conquistas coletivas significativas, esses trabalhadores poderiam estar utilizando "a seu favor" a alta rotatividade/empregabilidade do setor como forma de busca de melhores condições de trabalho "pulando" de empresa em empresa (como no caso das demissões a pedido). Isso deprime a possibilidade de vínculos duradouros e solidários entre os comerciários nos locais de trabalho. A questão de o comércio não ser uma atividade produtora de mais-valia também é considerada pela autora e faz parte de uma longa discussão sindical e teórica que não cabe nesta dissertação. Mas, seria importante considerar que no caso dos trabalhadores de serviços e comércio,

Dependendo das variáveis que envolvem o trabalho destes assalariados – tamanho das empresas, maior ou menor “autonomia” e poder de decisão no trabalho, grau de escolaridade, forma de remuneração, maior ou menor estabilidade no emprego, burocratização do trabalho ou predomínio de relações pessoais, etc. – o seu comportamento sindical assume formas diferenciadas. (Trópia, 2000, p. 108)

A autora conclui, afirmando que há (principalmente entre lojistas) "uma espécie de deslocamento nas relações de trabalho dominantes no comércio: o patrão é visto como aliado, o cliente como patrão e o colega como rival." (op. cit, p. 109)

No caso do Rio de Janeiro, essa tradição foi duramente interrompida em 2015, com a desfiliação do Sindicato dos Comerciários da UGT e filiação à CTB, de característica classista. Essa mudança, entretanto, apenas desatou as amarras que impediam um sindicalismo classista na entidade, fazendo-se iniciar um longo caminho para a reconstrução do Sindicato e das suas relações com a base.

Assim, a nova gestão classista do sindicato dos comerciários cariocas têm o desafio e a oportunidade explorar esta nova topografia dos conflitos organizados entre classes. Com pouco mais de 2/5 de gestão já transcorridos até o fechamento

desta pesquisa, "A Hora da Mudança", além da campanha salarial de 2016 (que será estudada no capítulo 4), já teve vários embates com as empresas e seus sindicatos. Impediu metade das 6.000 demissões em massa planejadas pelo Supermercado Guanabara, que por sua vez ganhou na justiça ação que obrigou o Sindicato apagar dezenas de postagens e milhares de comentários de trabalhadores na *@comerciariorj*, dentre muitos exemplos de conflitos que podem ser conhecidos através da navegação na página. Por fim, e em relacionamento com as reflexões acima, cabe ao Sindicato a tarefa de se tornar significativo – como semiose e como interesse de classe – para sua base, aumentando significativamente seu quadro de sócios, hoje com apenas cerca de 2% da categoria.

3.3 Contextos da Campanha Salarial 2016 do Sindicato dos Comerciários

Como resultante de seu processo histórico apresentado no capítulo 1, a maioria dos comerciários brasileiros – em especial os cariocas – não chegaram aos governos petistas contando com sindicatos fortes e atuantes. Embora os comerciários, como as demais categorias de menores salários, tivessem ganhos salariais numa velocidade maior que os demais trabalhadores, por causa da valorização do salário mínimo no período, deixaram de obter muitas melhorias nas condições de trabalho. Os comerciários do Rio de Janeiro não "comeram o seu pedaço do bolo" desse período, como fizeram outras categorias que se mobilizaram para isso.

A gestão cetebista herda um sindicato endividado, com uma estrutura anacrônica e com cerca de apenas 1% da base filiada. Engessada por um estatuto ainda dos Mata Roma, conta com apenas 30 inexperientes diretores para representar e organizar 400 mil trabalhadores.

Do outro lado da mesa de negociações, 26 sindicatos patronais liderados pelo Sindigêneros (atacado e varejo de gêneros alimentícios), Sindilojas (principalmente lojistas de rua), Fecomércio (principalmente shoppings) e Simerj (redes de eletroeletrônicos). Ainda que pudessem contar com negociadores nacionais (caso do Sindigêneros), para eles também seria a primeira vez em gerações que haveria uma

negociação mais dura na cidade. Segundo a atual gestão, nos anos Mata Roma, a renovação das Convenções Coletivas de Trabalho (CCTs) eram feitas a revelia da categoria, sem assembleias legítimas. As cláusulas em geral não sofriam alterações por anos e os pisos só aumentavam pressionados pelo salário mínimo.

Assessorado pelo DIEESE e pela CTB, o Sindicato formulou propostas centradas em:

- 15% de aumento (ganho real);
- Piso único de R\$ 1.265,00;
- Auxílio-refeição e/ou auxílio alimentação no valor de R\$ 25,00 por dia de trabalho;
- Isonomia salarial;
- Auxílio-creche para cada filho em idade de até 6 anos de acordo com o número de empregados da empresa;
- Plano de saúde.

Além disso, o Sindicato propôs alguns avanços em cláusulas sociais:

- Extensão de vantagens para relações homoafetivas;
- Licença paternidade de 30 dias;
- Garantia de emprego em caso de aborto;
- Garantia de emprego ao portador do vírus HIV;
- Ações afirmativas de combate ao racismo;
- Incentivo à contratação de transexuais, transgêneros e travestis.

3.3.1 Estratégias de mobilização e comunicação

A gestão A Hora da Mudança decidiu não poupar esforços para pôr na rua uma campanha salarial que impactasse patrões e trabalhadores. Além das conquistas esperadas nas renovações das CCTs, a entidade propôs-se o objetivo de usar esse momento como oportunidade para tornar-se conhecida para a maior quantidade possível de comerciárias e comerciários cariocas. Para isso, desenvolveu com sua equipe de comunicação uma estratégia baseada em sete premissas de mobilização e comunicação. Elas influenciaram e interagiam com

estrutura organizativa, negociações, equipes, verba, planejamento de comunicação, narrativas dentre outros fatores que veremos ao longo do capítulo.

1) Campanha de mobilização e comunicação

O eixo da campanha deveria ser a mobilização dos diretores (30) e equipe profissional de agentes sindicais (em torno de 40 pessoas) e, em alguns momentos, de equipes adicionais. Não poderia ser uma campanha estritamente de mídia, ou de "comunicação e mobilização", termo recorrentemente utilizado em intervenções psicossociais de "engajamento". A ordem dos fatores altera, sim, o resultado da ação e da sua compreensão.

Além disso, empolgados por mobilizações *online* exitosas anteriormente, havia o risco de a diretoria cristalizar expectativas de superpoderes da comunicação sindical que poderiam ofuscar a compreensão da primazia da ação sobre a propaganda. Buscando evitar essa possibilidade, o setor de comunicação propôs limites claros para sua atuação: informar, participar do diálogo, agitar e obter contatos de comerciários potencialmente mais engajáveis.

2) Repertório popular

Em todos os aspectos possíveis, a linguagem geral das ações de comunicação sindical, incluindo a interação com os comentários no Facebook, deveriam se orientar a partir do repertório sociocultural da categoria. Para isso, várias paródias de músicas de artistas como Anitta, Wesley Safadão e Ludmilla foram utilizadas nos carros, equipamentos móveis de som e redes sociais. O humor, o sarcasmo e a linguagem informal tipicamente cariocas foram usadas com muita liberdade criativa, tornando as mensagens mais leves e atraentes. Além disso, optou-se por elementos visuais inspirados na estética da publicidade de varejo, em especial de campanhas da Ricardo Eletro e da Casa&Vídeo lançadas na época.

3) Pedagógica

O Sindicato preocupou-se em expor clara e pacientemente todos os fatores gerais do processo da campanha salarial. Através de outras lutas corporativas

específicas ocorridas até ali, houve um aprendizado acerca dos resultados de décadas de atrofia sindical. Criou-se uma categoria com uma incompreensão generalizada da relação entre sindicato, participação coletiva e a possibilidade de conquistas. Como veremos adiante, a frequência das falas "funcionalista" e "paternalista" orientou a narrativa da campanha para o slogan "patrão só abre a mão na base da pressão". Assim, buscou-se educar a categoria para as relações condicionais do processo, no sentido de criar expectativas proporcionais à força da participação de todas e todos.

MPG: "Tem que ter greve sim pagamos sindicato é pra isso" (2 curtidas) (27/06)

IF: "Que milagre é esse , estão fazendo alguma coisa por nós do comércio ?!" (05/07)

DNS: "Acho que o sindicato está certo. Agora é a hora de fazer pressão. O povo acostumou a não ter seus direitos aí aceita qualquer coisa é só vê as consequências depois. Parabéns sindicato va a luta" (5 curtidas) (07/07)

4) Massiva

O Sindicato decidiu por uma campanha que atingisse milhares de comerciários. Além deles, era importante que a cidade fosse também alcançada pelas mensagens sindicais, como forma de buscar criar um clima favorável para a categoria e intimidar os patrões através de uma demonstração de força. Seria uma forma de compensar a desconfiança, o pouco enraizamento do Sindicato na base, e a pequena e inexperiente diretoria e equipe de mobilização. Para isso, a entidade lançou mão de um plano de mídia que contemplou inserções em TV e rádio em horários populares, mídias externas (como *busdoors* e placas na Supervia), além formatos convencionais (carros de som, panfletos etc.) e do Facebook¹⁷.

5) Crítica

A emissão massiva e de forma coordenada em todos esses canais conduziram mensagens com conteúdos e etapas distintas. Mas em comum, todas deveriam ter um tom crítico, questionador, de desvelamento e acirramento do conflito

¹⁷ O Sindicato reservou-se a não fornecer detalhes financeiros e de plano de mídia da campanha salarial, motivo pelo qual estes aspectos serão tratados genericamente e sem perda de qualidade.

de classes. A figura do trabalhador deveria ser enaltecida e a do patrão desqualificada. Era necessário que as mensagens tanto usassem a campanha como oportunidade de exposição dos papéis de classe, como essa exposição poderia contribuir para o engajamento dos trabalhadores no processo. As narrativas deveriam estimular a inquietude e a indignação da categoria. Por exemplo, duas das *hashtags* mais usadas foram *#MerecemosMais* e *#+salario+direitos+respeito*

ACFS: "É verdade! é quase trabalho escravooooo tem trabalhar ate sabado por isso que so vive pedindo gente nessa area chega

LM: "quando não tem crise a desculpa deles são os impostos; ou seja, com crise ou sem crise eles não querem abrir a mão e querem que nós paguemos a crise agora." (27/06)

6) Dialógica

Novamente a experiência de embates anteriores demonstrou que uma emissão massiva de mensagens críticas poderia encontrar sujeitos indignados, mas com pouca ou nenhuma rede de sociabilidade onde poderiam expressar seus sentimentos e opiniões. Mas quando essa expressão se dava na *@comerciariosrj*, muitas vezes ela seria treplicada tanto pelo Sindicato (através do setor de comunicação e dos diretores), quando pelos próprios colegas de categoria, criando debates com centenas de comentários numa única postagem¹⁸. O Sindicato tenta responder todas as perguntas e denúncias, tanto na linha do tempo da sua *fanpage* e do seu presidente, como em ambos os "inboxes" e também pelo seu WhatsApp. Busca, como veremos, dar atenção e interagir com essas expressões de inquietude, sobretudo visando contribuir com sua transformação em reflexões, atitudes e ações de classe. Procura-se assim praticar o entendimento de que a "co-participação dos sujeitos no ato de pensar se dá na comunicação. O objeto, por isto mesmo, não é a incidência terminativa do pensamento de um sujeito, mas o mediatizador da comunicação" (FREIRE, 1985, p. 45).

BF: "Pouco pois antes de se fala em greve seria 9,49 % então 10 % é muitíssimo pouco"

Sindicato dos Comerciários: Trabalha no comércio há muito tempo? Quando foi que você teve aumento maior do que 10%?

¹⁸ Na postagem com maior engajamento do período ("Guanabara reconhece erro e vai pagar por balanço", 10/6/2016) houve 795 comentários.

BF: "E nunca irei ter ,mais é a vida , também nunca vi greve
RS: "BF, os patrão queria da 8% OK e nos conseguimos
10% eu trabalho em comércio muito tempo e só via 7%
ou 8% nada mais
BF: "Verdade mas pq tínhamos um sindicato
vendido e também aceitavamos muita coisa"
(29/06)

7) Mobilizadora

Temos então um comunicação sindical que se iniciaria com uma provocação massiva à inquietação da consciência real. Que, para isso, pretenderia se tornar significativa – como semiose e como interesse de classe – ao buscar entrar em "sintonia" com o repertório sociocultural, com os sentimentos e interesses imediatos de uma categoria sem qualquer memória e experiência de lutas.

Uma parte dessa inquietação poderia encontrar na efemeridade de uma rede social um espaço de identificação, interesse e pertencimento. Nas palavras de Castells (2013, p. 19), cria-se a possibilidade de uma comunidade, que se baseia na ideia de proximidade. E "a proximidade é um mecanismo psicológico fundamental para superar o medo. E superar o medo é o limiar fundamental que os indivíduos devem ultrapassar para se envolver num movimento social". Por fim, essa inquietação poderia decidir se expressar.

Esses sujeitos em expressão poderiam refletir em maior ou menor grau as narrativas (do Sindicato, suas e dos companheiros) em contato com seu repertório, contexto e expectativas como indivíduo, categoria ou classe. Assim (e baseado nas experiências anteriores), determinados sujeitos poderiam se destacar em suas falas, tanto em clareza como em identificação com o conflito de classes contido nas negociações de renovação das convenções coletivas de trabalho (CCTs). Novamente, o Sindicato deveria estar preparado para o diálogo, mas numa abordagem mais engajadora. Encaminhá-lo à sindicalização *online*, pegar seu WhatsApp e cadastrá-lo em listas de transmissão e grupos por empresas e lojas que passarão a receber informações específicas sobre eventuais mobilizações relacionadas a esses nichos. A campanha tornar-se-ia um laboratório de mecanismos que buscariam "fazer o *download*" de expressões que contivessem atitudes participativas num "formato" de participação efetiva em assembleias e

outras ações sindicais. Além disso, era preciso, como comunicação pedagógica, estimular os comerciários que denotavam interesse em se comprometer.

WO: "Se essa greve acontecer vcs irão calar a minha boca..... Tem mta gente grande envolvida. Na minha humilde opinião Comércio e Política andam lado a lado. Se não fosse eles nunca abririam aos domingos."

Sindicato dos Comerciários: "Nada é impossível de mudar WO. Venha na próxima quarta-feira (29) a nossa Assembleia que vai organizar o movimento de GREVE, decidir as estratégias e quais lojas, supermercados e shoppings serão paralisados. "

EJ: "Parabéns sindicato dos Comerciários, Orgulho de vocês, nao se deixem se contaminados, continuem firmes"

(Diretor) Douglas Di Freitas: "Boa noite Elton temos esse compromisso por sermos todos comerciários, e estamos empenhados nessa conquista."

FS: "Já passou da hora destes chefões do comércio entenderem que comerciário não é escravo e nem escória da sociedade. Precisam ser dignificados com melhores salários, afinal são a classe que mais servem porem a mais sacrificada em termos de horário de trabalho, não têm em sua maioria nem mesmo vida social pois é de domingo a domingo, feriado e o pior salário para os operacionais desta classe que são a maioria. ACORDA POVO"

Sindicato dos Comerciários: "Isso mesmo. Participe de nossa assembleia geral, amanhã em Madureira, debaixo do viaduto. Mande um zap pra gente 96697-5260 e saiba como participar do Sindicato."

Com o objetivo de dar unicidade e coerência (e, portanto, força) aos discursos do Sindicato através de seus canais de comunicação e dos seus diretores e agentes nas ruas, a campanha identificou determinados eixos narrativos e crenças que deveriam estar presentes em todas essas ações sindicais. Dessa forma, seria possível escalonar o conjunto de informações e intenções com as quais a entidade buscava mobilizar os trabalhadores. As intenções discursivas do Sindicato deveriam ser claras e simples, como uma "história do presente" e de futuros imediatos possíveis e desejados. Um tipo de história que recorreria a codificações dramatúrgicas e alegóricas quando necessário para tornar-se significativa para os sujeitos ali implicados. Mas, em essência, uma história viva e verdadeira de um conflito de classes específico.

Eixos Narrativos: ideias centrais que, articuladas sequencialmente num conjunto polifônico de narrativas, carregam uma determinada intenção discursiva.

1. Indignação e autoestima (#MerecemosMais)

2. Sindicato é a arma de luta do trabalhador contra a exploração
3. A oportunidade de luta com essa arma é a campanha salarial

Crenças: entendimentos a serem sedimentados na subjetividade do grupo capazes de justificar e dar suporte a novos saltos de consciência e ação.

1. Conquistas só vêm com coragem, união e participação (sindicalização)
2. Nós comerciários nos unimos, botamos o pelego para correr e estamos reconstruindo nosso Sindicato

Dessa forma, o Sindicato buscava estimular e fortalecer ideias de fundo, como a da existência de contradições estruturais entre classes e o comprometimento do trabalhador com a força coletiva através do Sindicato como possibilidade de resposta para a melhoria de vida. Outra ideia de fundo a ser compartilhada é que, dada a "liofilização" e atrofia sofrida por décadas, o Sindicato precisaria também da compreensão (e paciência) da categoria com o ainda deficiente e burocratizado atendimento em determinadas áreas, como denúncias e assessoria jurídica.

Além desses eixos narrativos e premissas, o Sindicato entendeu que iria passar por diferentes momentos e etapas de mobilização, negociação e tomada de decisões coletivas. Por isso, buscou identificar as situações correspondentes de mobilização e comunicação da seguinte forma:

"Pre-pa-ra"



Figura 8 - Folder Convocação Assembleia
Fonte: SECRJ, 2016.

Inspirando-se no *hit* "Pre-pa-ra", da cantora Anitta, o Sindicato criou uma narrativa preparatória para a assembleia de aprovação da pauta a partir da necessidade de apresentar para a categoria os fatores e processos de uma campanha salarial. A grande maioria dos trabalhadores ainda mal sabiam o que é e para que serve um sindicato, o que é uma CCT, uma assembleia ou dissídio – as tais "informações prévias" de "primeiro nível" abordadas na Introdução (GOLDMANN, 1972). Ainda seria preciso "aquecer" a indignação da categoria com imagens e narrativas que desvelassem a "anatomia do patrão", com sua "mão de vaca, olho grande e coração de pedra" (Jornal do Comerciário, edição 14, p. 5). Os canais indicados para esta etapa e as demais foram a mídia corporativa convencional (TV, rádio, mídias externas etc.), Facebook, impressos e *spots* de som para mobilização.

Ações de entrada

Após a assembleia que iniciaria a campanha salarial com a aprovação da pauta, o Sindicato planejou ir às ruas para divulgar e esclarecer essas propostas junto às comerciárias e comerciários cariocas. Entretanto, no entendimento da diretoria, essa etapa continha determinados riscos para uma categoria que ainda engatinhava na assimilação das narrativas e crenças aqui descritas. A apresentação objetiva das propostas (como o percentual de 15%) poderia criar muitas expectativas. E sua satisfação poderia ser frustrada sem que houvesse tempo, através da experiência coletiva de luta, de se perceber as causalidades de eventuais resultados intermediários. Assim, além do repetição das narrativas pedagógicas e de instigamento da indignação, a solução aplicada foi a publicização discreta das propostas objetivas, junto com narrativas mais generalizantes, como "queremos mais salário, mais direitos e mais respeito".



Figura 9 - Jornal do Comerciário Abril 2016.
Fonte: SECRJ, 2016.

Assim com em parte na etapa anterior, nas ações de entrada buscou-se atuar sobre o que Goldmann (1972) chama de terceiro nível de análise para "quem quer

que deseje intervir na vida social". Numa situação específica, esse nível de análise pode nos indicar quais as "informações que se podem transmitir, quais as que passam sofrendo deformações mais ou menos importantes e quais as que não podem passar". Isso se liga ao aprendizado de que a emissão de uma mensagem (através de um jornal, postagem, meme, matéria, ou vídeo) não dá conta do impacto que ela pode causar nas consciências individuais e coletivas que atinge massivamente. O cuidado em trabalhar e manter essa interferência passa a depender da capacidade de diálogo da entidade com esses trabalhadores e deles entre si. Por isso, voltando os olhos para o *lócus* estrito da pesquisa (a *@comerciariosrj*), as tréplicas do Sindicato, quando necessário, se voltavam para as falas de *negação de classe* e às resistências às perspectivas classistas propostas pelo sindicato.

TC: "Pessoal surreal e todos acharem mesmo que o comercio vai parar! Pé no chão ne povo isso aqui e Brasil"

Sindicato dos Comerciários: "O Sindicato está aí para apoiar e organizar as lutas, mas é a força e a coragem das trabalhadoras e dos trabalhadores que vai nos levar à vitória. Só ficar na loja resmungando ou reclamando do patrão pros colegas não adianta. Tem que ir à luta, ou nada muda."

GA "Espero que realmente funcione, quanto ir a luta, eu faço todos os dias 5:30 da manhã. Vamos confiar." (20/06)

PG (liderança de base): "Momento de expressão para nós comerciários, onde sindicato dos comerciários mostra ao patronato que estamos nos unindo como categoria e que temos sim um sindicato que LUTA por nós. Patronato os comerciários agora tem representatividade!!!!" (6 curtidas)

Manutenção e atualização

Estimando uma agenda de negociações concentrada em determinados períodos, o Sindicato entendia que seria preciso manter a categoria informada e entusiasmada em momentos onde poderia haver um intervalo maior entre uma novidade e outra. Nesse momento a capacidade de diálogo do Sindicato através de seus diretores, agentes mobilizadores e comunicadores sindicais seria novamente testada.



Figura 10 - Postagem 11 de maio
Fonte: Facebook, 2016.

RC: "ESPERAMOS Q O SINDICATO CORRA ATRÁS MSM PQ SÓ RECEBEM DINHEIRO DE NÓS TRABALHADORES , MAIS FAZER ALGO Q É BOM NADA!" (15/05)

BN (participante ativa da página): "Perfeito! cobram demais a gente,e n temos.direitos a nada,trabalho em shopping 8 horas por dia,somos proibidas ate de sentar,que isso? Escravidão???Temos q estar com cabelo bonito,unha feita e nem.fixo pagam,só comissão??? Como vamos.fazer p pagar coisas básicas,chegou q hora de fazermos algo (13 curtidas e 16 respostas)

Sindicato dos Comerciantes: "O Sindicato está empenhado em mudar várias regras que oprimem os trabalhadores. Estamos em campanha salarial. Participe com a gente desta luta por aumento nos salários, mais respeito e melhores condições de trabalho para todos os comerciantes do Rio. Faça contato conosco pelo WhatsApp do Sindicato (21) 96697-5260. A partir daí você estará em contato direto com nossa diretoria, poderá tirar dúvidas e receberá informações sobre toda a agenda da Campanha Salarial." (5 curtidas)

BN: "Obrigada amores" (11/05)

Convocações e decisões

Na medida em que as negociações gerassem contrapropostas patronais, estimava-se que também poderia haver um período de assembleias consecutivas. Para cada uma delas o Sindicato precisaria tentar codificar da melhor maneira

possível as decisões que as assembleias deveriam considerar e tomar, além da importância da presença de todos. Seria preciso que o discurso sindical reforçasse as relações condicionais entre participação, pressão e conquistas. Da mesma forma, seria necessário comunicar com amplitude e rapidez as decisões ali tomadas e, mais uma vez, estar preparado para esclarecer dúvidas e motivar os comerciários na *fanpage* do Sindicato.

Aqui cabe uma breve reflexão sobre o quarto nível de análise proposto por Goldmann (1972): "aquele em que se coloca o problema daquilo que Marx se chamava os limites da consciência possível". Nestas circunstâncias, a significação da mensagem pelo grupo exige que o mesmo se transforme, "a ponto de perder suas características essenciais". Certamente, é possível supor que o autor queira se referir a situações onde, após um determinado acúmulo de experiências de luta, um grupo social, não sem conflitos e tensões consideráveis, se "implode" ou se transforma a ponto de dar um salto notável de consciência e capacidade de ação em direção aos seus interesses. É possível esperar que ele esteja se referindo a um "automovimento" (LENIN, 1914) bem menos discreto e inicial do que o que estudamos aqui. Mas, observando amplamente as possibilidades do nível de análise proposto, é possível afirmar também que ela poderia, como hipótese, ser aplicada ao nosso objeto. Trata-se de uma categoria privada por décadas dessas experiências capazes de aquecer e direcionar esse automovimento. Uma categoria cuja condição enquanto grupo, segundo Pochmann (2016) tem "quase o mesmo tipo de relação existente na sociedade agrária, sem laços" e onde não se "propicia compromissos de médio e longo prazo". Por tanto, uma condição de grupo que praticamente o invisibiliza para si como tal, tornando sua capacidade de compreender a luta de classes muita aquém de outros trabalhadores. O Sindicato se desafiou, de certa forma, a criar um processo de experiência real de luta que pudesse abrir uma oportunidade dessa massa fragmentada produzir, junto com ele, o enfraquecimento da continuidade dessas suas características fundamentais.

Assim, esperava-se que, de algum modo, os processos de comunicação sindical propostos pudessem contribuir com as ações de mobilização,

amplificando-as e lhes dando caráter de história (tanto real, como recurso alegórico), buscando transformar as características do grupo, ainda que embrionária e inicialmente. E, como esse processo de transformação só poderia ser verificável na prática (e não tão somente como falas no Facebook), ele deveria ser percebido, por exemplo, na participação dos comerciários nas assembleias.



Figura 11 - Postagem 7 de junho.
Fonte: Facebook, 2016.

RS: "Vai acabar aceitando qualquer m... E no final se bobear nem vamos receber o retroativo🤔"

Sindicato dos Comerciários: "RS, o retroativo é garantido, (...). Mas o que a gente vai ganhar depende EXCLUSIVAMENTE da pressão das trabalhadoras e trabalhadores. Se a gente chegar na mesa de

negociação de cabeça baixa aí sim não vamos conseguir nada, concorda? Apareça em nossa próxima ASSEMBLEIA, (...) ;)" (24 curtidas)

CM: "Concordo com o sindicato a maior parte fica com medo e nada anda. Vamos ter fe gente e somos a força juntos" (11 curtidas) (07/07)

3.4 A página @comerciariosrj

Para o prosseguimento da construção da metodologia da pesquisa, vamos avançar brevemente nas características da experiência realizada pelo Sindicato dos Comerciários do Rio de Janeiro na rede social objeto deste estudo. Logo após a intervenção judicial, em novembro de 2014, o pesquisador e coordenador do setor de comunicação, junto com sua equipe, criou, como parte do planejamento de comunicação integrada da intervenção, uma nova página institucional para o Sindicato. Em menos de um ano tornou-se a página sindical brasileira com maior envolvimento (curtidas, comentários e compartilhamentos) por postagem¹⁹. Este quadro se manteve até o fechamento da pesquisa, superando atualmente entidades como a CUT, UGT e a própria CTB dentre outras, como pode-se ver no quadro abaixo.

¹⁹ No recorte apresentado na figura 22, a APP-Sindicato (Paraná) aparece com 36 envolvimento por postagem e o Sindicato dos Metroviários do Estado São Paulo teve 63, enquanto o Sindicato dos Comerciários da Cidade do Rio de Janeiro teve 712 envolvimento por postagem.

Página		Total de curtidas n	desde a semana p	Publicações esta	Envolvimento esta sem
1	 APP-Sindicato	97,9K 	▲ 0,2%	209	7,7K 
2	 Sindicato dos Metroviári...	80,3K 	0%	5	316 
VOCÊ					
3	 Sindicato dos Comerciá...	62,6K 	▲ 1%	8	5,7K 
Fique a par das Páginas que você acompanha. Obter mais curtidas					
4	 CUT Brasil	61K 	▲ 0,6%	62	10,8K 
5	 Sindicato dos Bancário...	43,2K 	0%	27	1,1K 
6	 CTB - Central dos Traba...	29,5K 	▲ 1%	88	8,6K 

Figura 12 - Envolvimento das principais páginas sindicais
Fonte: Facebook, 2016.

Em seu momento de maior popularidade (outubro 2015), por conta das publicações relativas ao feriado do comércio, a *fanpage* chegou a 400.000 visualizações e mais de 40.000 envolvimento, em apenas uma semana. Com uma média de três publicações diárias, entre links para o site, fotos e vídeos, a *fanpage* responde à grande maioria dos comentários, que em geral se concentram em dúvidas trabalhistas e denúncias de violações de direitos do trabalhador. Da mesma forma, a *@comerciariorj* recebe em média 50 mensagens diretas (*inboxs*) diárias e as responde em até 2 horas, basicamente com os mesmos temas e interesses das interações na linha do tempo.

A *fanpage* também traz outros dados interessantes. Sua audiência é amplamente feminina (70%, com uma concentração de 31% entre mulheres de 25 a 34 anos); 86% dos acessos se dá por dispositivos móveis; e o pico do alcance é entre meia noite e três horas da manhã. É possível ver esses dados correlacionados tanto com o perfil brasileiro de usuários, como reflexo realidade das comerciárias

cariocas, com seus desafios de mobilidade e, muitas vezes da sua têm tripla jornada.

3.5 A questão do impulsionamento no Facebook

Um último aspecto a ser introduzido sobre a estratégia de mobilização e comunicação da campanha salarial diz respeito especificamente aos investimentos no impulsionamento das suas postagens do *@comerciariorj*. Impulsionamento nada mais é do que o pagamento à rede social para que as publicações sejam "exibidas em destaque no Feed de Notícia (...), por isso as chances são maiores de serem exibidas" ao público"²⁰. Em geral, apenas cerca de 3% dos curtidores de uma página recebem postagens dela em suas linhas do tempo – o chamado "alcance orgânico", que corresponde ao número total de pessoas que viram as publicações de uma página por meio de uma distribuição não paga. Em resumo, esse "ocultamento" das postagens é uma das principais fontes de lucro da empresa. Para se ter uma ideia, segundo a Revista Exame (28/1/2016)²¹ as receitas com publicidade do Facebook (onde se incluem os impulsionamentos) sofreram um avanço de 20 para 80% nas receitas nos últimos 3 anos. "O lucro líquido da empresa de Mark Zuckerberg atingiu 1,56 bilhão de dólares no quarto trimestre do ano, contra 696 milhões de dólares no mesmo período de 2014". Embora não seja incomum ocorrer um grande engajamento orgânico em determinadas páginas e postagens, a estrutura da rede social está organizada para que a maioria dos produtores de conteúdo dependam do impulsionamento para serem percebidos na rede social.

O impulsionamento permite também que a postagem possa ser direcionada a públicos específicos, através de filtros regionais, etários, de gênero e por ocupação profissional dentre outros. O impulsionamento e seus filtros foram amplamente utilizados pelo Sindicato, de forma que, acredita-se, seus conteúdos foram visualizados principalmente por comerciários moradores da região metropolitana do

²⁰ Facebook. Disponível em: <<https://www.facebook.com/business/help/547448218658012>>. Acesso em 20 de janeiro de 2017.

²¹ Site Revista Exame. Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/negocios/como-o-facebook-lucrou-mais-de-us-1-bi-no-ultimo-trimestre>>. Acesso em 20 de janeiro de 2017.

Rio de Janeiro. Como os algoritmos que gerenciam esses processos não são públicos (e por isso controversos) não é possível afirmar exatamente como se dá o processo de "viralização" de conteúdos pagos ou orgânicos. Por exemplo, é possível observar que, em geral, o interesse do público sobre determinados conteúdos impulsionados tenderia a aumentar seu crescimento orgânico, na medida em que muitos dos alcançados pelo impulsionamento falam sobre e se envolvem²² com elas, fazendo que esse interesse seja reverberado nos perfis amigos dessas pessoas.

Sem podermos perder muito tempo com essa questão, infelizmente ainda vemos organizações e movimentos populares, sindicais e afins se recusando "a dar dinheiro para o Facebook". O Sindicato, através do seu setor de comunicação, entende que "dar dinheiro ao Mark Zuckerberg", neste contexto, não é significativamente diferente de "dar dinheiro" a outros canais da mídia corporativa, como é comum em sindicatos em campanha salarial por exemplo. Paga-se, nesse ponto de vista, à empresa estadunidense esperando-se basicamente os mesmos resultados de quando se paga para uma rádio comercial divulgar uma assembleia, ou quando se paga para imprimir panfletos numa gráfica privada.

Sem esse tipo de investimento – muito pequeno, de apenas R\$3.895 nas 67 postagens – certamente o Sindicato não teria o reconhecimento, relevância e influência de que goza entre os comerciários. E, na medida em que os impulsionamentos contribuem com diferentes impactos e abrangências em função dos diferentes valores investidos e filtros aplicados, a pesquisa precisa considerá-los na contextualização da análise de cada postagem. O valor investido é considerado a partir de uma "equação" que ainda inclui a expectativa de alcance desejado (tal como a tiragem de um jornal ou panfleto) e a capacidade de resposta a partir dessa abrangência – ou seja, o Sindicato não investe mais por não conseguiria responder a maioria dos comentários e perguntas. Como base de referência, no período de conclusão da pesquisa (janeiro/2017), o Facebook informa a *@comerciariosrj* que a

²² Como já comentado na Introdução, o Facebook chama de "envolvimento" as curtidas, compartilhamentos, comentários, cliques na postagem.

expectativa de alcance do valor mínimo de investimento (R\$ 16), no seu caso, é de 6.600 a 17 mil pessoas.

CAPÍTULO 4 – COMUNICAÇÃO SINDICAL, DIÁLOGO E CONSCIÊNCIA

No capítulo dedicado à netnografia propriamente dita vamos, de diferentes formas, retornar à questão do papel da comunicação sindical e popular nas dinâmicas de consciência de classe. Como afirmado na Introdução, de início podemos buscar nos descolar das visões românticas e assujeitadoras, bem como da crença dos "sobrepoderes" da ação comunicativa.

Neste ponto, é preciso então avançar na caracterização do tipo de comunicação de que estamos falando. Uma digressão breve e calcada principalmente na experiência empírica do pesquisador como comunicador por duas décadas. Movimentos sociais, ONGs e academia trabalham com diferentes significados que giram em torno dos conceitos de comunicação popular, mídia livre, comunicação ou mídia alternativa e afins. Por ser uma discussão muito longa para este espaço e para o que nos interessa, vamos manter o foco na questão a partir do recorte da pesquisa. Também não vamos colocar no centro dessas caracterizações a função informativa da comunicação popular. Está claro que compartilhar informações objetivas que contribuam com as heurísticas dos trabalhadores é uma das suas funções vitais. Como veremos no decorrer da apresentação da pesquisa, sem fatos a serem relatados não há debate e dinâmica. Mas sabemos também que os sujeitos pesam, valoram e interpretam as informações em rebatimento com seu repertório, seu contexto e seus interesses imediatos, todos determinados pelo sociometabolismo do capital. Por isso, não basta informar, pois o dado não age incólume na consciência.

Nosso interesse é observar a possibilidade de processos de comunicação (intenções, expressões, agentes, produção, distribuição, *feedback* etc.) desenvolvidos por movimentos e organizações populares que experimentem superar uma postura unidirecional de predição do comportamento daqueles que são vistos como quem nada sabem. Estamos, pois, falando de uma comunicação que depende da interação e do interesse popular – como audiência, mas principalmente como interesse de classe.

É importante salientar que na experiência do pesquisador enquanto educador e profissional de comunicação, esses processos estiveram mais ligados ao tipo de intenção discursiva predominante numa organização do que na sua tipologia em si. Ou seja, não seria apenas porque o veículo é sindical, midialivrista, ou de favela, com seus editores (comunicadores e gestores) mais ou menos em confronto com o capital, que se determinaria *a priori* se o veículo é popular no sentido que tentamos construir aqui. Um veículo de uma organização classista cuja ordem discursiva se torna seu próprio viés de confirmação e, na prática, que acredite na predição de consciência de classe pode, ao fim, ser menos popular e tensionador da consciência real do que o de uma ONG financiada pela Fundação Ford, num contexto específico por exemplo. Isso certamente não quer dizer que qualquer tipo de organização social pode produzir comunicação com o interesse de classe de que temos falado. Significa que não basta a organização se ver como classista para que sua comunicação seja de massas. Nem que a compreensão desse quadro geral seja suficiente para garantir uma ordem discursiva de classe e de massas que resista aos conflitos e interesses dentro dessas organizações. Buscando contornar mais uma vez qualquer idealização, o pesquisador reconhece que o que ele identifica aqui como processos populares organizados de comunicação²³ são um desafio cotidiano nem sempre realizável, inclusive na instituição objeto da pesquisa.

Seguindo esse raciocínio, entende-se aqui que o que produz mudança social é a ação-refletida – ação objetivada e teleologizada – dos coletivos, movimentos e das classes sociais em direção aos seus interesses. A partir do olhar da psicologia social crítica sobre o nosso objeto, é possível (talvez, preciso) entender a comunicação popular como uma dentre as inúmeras práticas sociais emancipatórias possíveis²⁴. Portanto, essa comunicação nem deveria ser introduzida como panacéia ou dispositivo de predição, nem tampouco ser realizada de forma amadora, subestimada e reativa. Seu papel principal poderia ser, nesta hipótese, "apenas" o de cooperar em interconexão com outras práticas sociais para a latência, entre os

²³ Especificamente e a partir daqui apenas chamados ora de comunicação popular, ora comunicação sindical.

²⁴ Por isso, inclusive, o objeto aqui pesquisado não é analisado frontalmente a partir das teorias da comunicação.

trabalhadores, de uma subjetividade interrogadora, possuidora de memória histórica e solidária – uma subjetividade que busque apontar em direção à reefetivação do trabalho vivo.

Essa comunicação popular entende que sua arena está na subjetividade, na linguagem, na expressão da consciência e nas interações comunicacionais – nos processos de objetivação de uma forma geral. E, por fim, entende que agora essa arena foi significativamente incrementada pelas novas tecnologias digitais e em especial (para esta pesquisa) pelas redes sociais. Na verdade, é possível dizer que com a chegada massiva das redes sociais virtuais surgem novas e potentes oportunidades de presença e embate entre aparelhos privados de hegemonia e de contra-hegemonia no campo da subjetividade.

A partir disso, as hipóteses aqui averiguadas são se e como essa comunicação poderia fomentar espaços de interesse, expressão, diálogo e pertencimento de grupos sociais – como uma *fanpage* sindical no Facebook, por exemplo. Se e como essa comunicação – o agente facilitador (a comunicação sindical) em função e interação com o coletivo – poderia concorrer para a facilitação da expressão da consciência desse grupo, fazendo-a ganhar dinâmica e relativa autonomia, a partir da percepção e co-construção de um espaço comum. Se e como essa comunicação poderia contribuir para que uma subjetividade em reefetivação possa ser provocada, objetivada e realimentada.

4.1 Uma análise crítica das falas dos comerciários cariocas

Feita esta introdução, e a partir da descrição da metodologia feita na Introdução, partimos finalmente para a análise das falas dos comerciários em rebatimento às postagens do Sindicato e entre si na página *@comerciariosrj*, durante a campanha salarial de 2016.

Essa história, que certamente se desenrolou de forma muito menos previsível do que as expectativas apresentadas no tópico anterior, é aqui representada através de um conjunto de marcos que determinam os momentos-chave da campanha

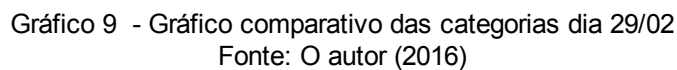
salarial. Vamos seguir essa "linha do tempo" da campanha a partir do seu desdobramento em 9 postagens que tipificam esses momentos. Relembrando que o recorte é de 23 postagens exemplares desse processo (Anexo C), com 5.323 comentários, de um total original de 67, com 9.835 comentários.

4.1.1 Pre-pa-ra (29/2/16)

Embora o Sindicato tenha executado suas ações sindicais nas redes e nas ruas como planejado, a assembleia de aprovação da pauta reuniu apenas 66 trabalhadores (incluindo 29 diretores). Já no Facebook, considerando as postagens do período (19, 23, 25 e 29 de fevereiro, nem todas presentes no recorte), cerca de 48 mil trabalhadores se envolveram com as mesmas, incluindo aí 377 comentários.



Figura 13 - Postagem 29 de fevereiro
Fonte: Facebook, 2016.



Nas falas de "negação", por vezes, o trabalhador busca justificar sua simpatia pela campanha salarial a partir do ponto de vista da empresa. Em outros casos, e como seguiremos vendo adiante, o início da crise política e econômica e o desencanto com o governo Dilma, amplificados pela mídia corporativa, ativam sentimentos conservadores e de descrença com os sindicatos e movimentos sociais. A memória da categoria em relação aos anos Mata Roma também contribuiu com o embotamento da compreensão da categoria acerca do seu contexto.

[illegible]

128

CH: "Trsbalho no comércio ha 32 anos sindicato nunca existiu só tira dinheiro do pobre do comerciaro tudo balela tudo igual a mesma cambada" (29/02)

Já os discursos de "esperança" e de "indignação" iniciam-se bastante relacionados. Como não há experiências suficientes que signifiquem o Sindicato como arma de luta dos trabalhadores, a entidade ainda é vista como um ente fora do seu controle, para o qual desejos de ajuda contra a opressão possam ser dirigidos.

GMS: "Realmente,o sindicato dos comerciários estava adormecido á bastante tempo,Parabéns a essa nova gestão que está lutando pelo direito dos trabalhadores" (10 curtidas) (29/02)

CLA: "Que bom que o sindicato do comerciário vai atuar na melhoria salarial dos funcionários tão escravizados durantes muitos anos.Esperança." (6 curtidas) (29/02)

RDSP: "As pessoas do comércio não gosta de reclamarem quando eu reclamo na minha empresa sou chata trabalho no extra" (29/02)

JSR: "Tomara que o sindicato consiga fazer alguma coisa por nós mim sinto muito abandonada" (29/02)

Entretanto, já se ouvem vozes que articulam melhor a "indignação" com o "entusiasmo" e o desejo de "participação". Nesses casos, o Sindicato buscou estimular e engajar esses comerciários.

CAS: "Greve no comércio já,por tempo indeterminado,temos um dos menores salários entre todos os trabalhadores,chega de sermos escravos do patrão,sou a favor do fechamento do comércio aos domingos e feriados,inclusive supermercados,fechamento aos domingos de toda especialidade de comércio,e a volta da semana inglesa,onde o comércio fechava aos sábados,e só abria na segunda feira após ao meio-dia." (29/02)

RR: "Como eu e meus colegas de empresa, podemos participar e nos unirmos nesta campanha?"Ita da semana inglesa,onde o comércio fechava aos sábados,e só abria na segunda feira após ao meio-dia. (29/02)

SC: "Sem luta não há vitória! Temos sim que reivindicar os nossos direitos,"

VA: "Me sinto abandonada por melhores salários planos de saúde não tem um pinga de consideração por nós comerciaros. Tomara que o sindicato agora consiga fazer alguma coisa por nós todos porque são muitos mais muitos mesmo."

Sindicato dos Comerciários: "Temos que fazer juntos, companheira VA. O Sindicato está aí para organizar a luta, mas sua força vem da participação das trabalhadoras e trabalhadores. Manda um zap pra gente e saiba como participar da Campanha Salarial. 966975260.!"

VA: "Todos Unidos nessa.Tem meu apoio." (29/02)

4.1.2 Ações de entrada (10/3)

Após a assembleia de aprovação da pauta, o Sindicato dividiu-se em quatro frentes pela cidade: Centro, Zona Sul/Barra, Campo Grande e Madureira/Jacarepaguá. A primeira quinzena de março foi dedicada tanto para o início da entrega da pauta aos patrões, como para as mobilizações naquelas regiões com bandas, paródias, atos em frente às lojas e panfletagens. Nesta etapa (7 a 16 de março), o Sindicato fez 7 postagens cobrindo essas ocorrências, atingindo 188 mil pessoas, envolvendo cerca de 9.400 pessoas e gerando apenas 163 comentários nesse total.



Figura 14 - Postagem dia 10/03
Fonte: Facebook, 2016.

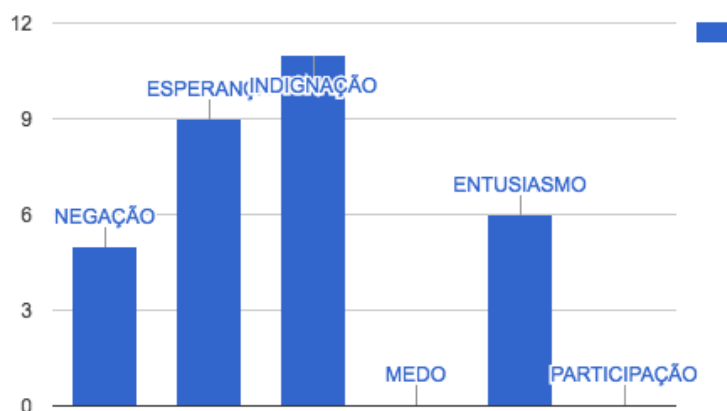


Gráfico 10 - Gráfico comparativo das categorias dia 10/03
Fonte: O autor (2016)

A postagem aqui apresentada cobriu as mobilizações em Copacabana. Seu alcance foi relativamente baixo (30.900 pessoas, investimento de R\$30), mas isso pode ter relação, também, com a sequência de impulsionamentos em menos de três dias²⁶. Ainda que modesto, entretanto, cresceu o alcance orgânico e o engajamento (1% na postagem anterior e 5% nesta).

Além disso, em comparação a postagem do dia 29/2, houve uma razoável diminuição das falas de "negação". Talvez a sequência de atividades sindicais (e sua cobertura no Facebook) possa ter arrefecido parte da descrença no Sindicato. Por outro lado, parte dessa resistência ainda está relacionada à onda conservadora que passou a ocupar espaços na sociedade.

DBG: "Vcs são ou idiotas ou mau caráter. Se quisessem melhorar a nossa situação estariam pedindo a redução de impostos que o empregador paga pra esse governo de merda." (10/03)

As falas de "esperança" e "indignação" colocam a necessidade de mudanças ainda no campo de um desejo, sem relacioná-las sócio-historicamente com seu contexto. Mas também há falas de "entusiasmo" com as mobilizações – embora nenhuma fala de "participação" efetivo.

Chega De Escravidão (perfil anônimo e aparente liderança de base): "O patrão só atropela os nossos direitos, por que a classe é desunida. Já

²⁶ Segundo o Facebook, esse é o tempo mínimo de maturação do alcance de um conteúdo impulsionado, e uma sobreposição de investimentos tende a deprimir o resultado de ambas.

passou da hora de nos unirmos e nos unirmos ao sindicato, para lutar contra o patrão." (10/03)

GSN: "nossa como queria ir nesses multidões que o sindicato faz mas meu horário não dá, trabalho Em shopping,a Empresa só quer vantagem Em cima da gente, Eu trabalho das 14hrs às 22hrs sou vendedora e a Empresa pede pra todo mundo chegar ate 13:45 porque segundo Ela se chegarmos 13:46 já é considerado atraso, isso não existe, é um absurdo!!!" (10/03)

4.1.3 "Só 8% de aumento é esculacho!" (31/5)

Depois das ações de entrada na primeira quinzena de março, a campanha salarial passa a dividir o espaço das ruas e das redes com o processo de impeachment, com lutas específicas da categoria e em mais negociações com os empresários. Os patrões "cozinham" as negociações não apresentando proposta de reajuste enquanto não saísse, em maio, o índice da inflação dos últimos 12 meses (INPC). A tentativa de demonstração de força através das performances nas ruas, nas mídias corporativas e nas redes sociais possivelmente trouxe força para o Sindicato nas negociações. Mas não parecia ser suficiente para "abrir a mão do patrão", que apresentou no início daquele mês uma proposta de apenas 8% de aumento (abaixo da inflação).

Com isso, o Sindicato radicaliza seu discurso e convoca nova assembleia para o dia 2/6 com o indicativo de rejeição dos 8% e convocação da primeira "greve-geral" no comércio que se tem notícia desde 1906.

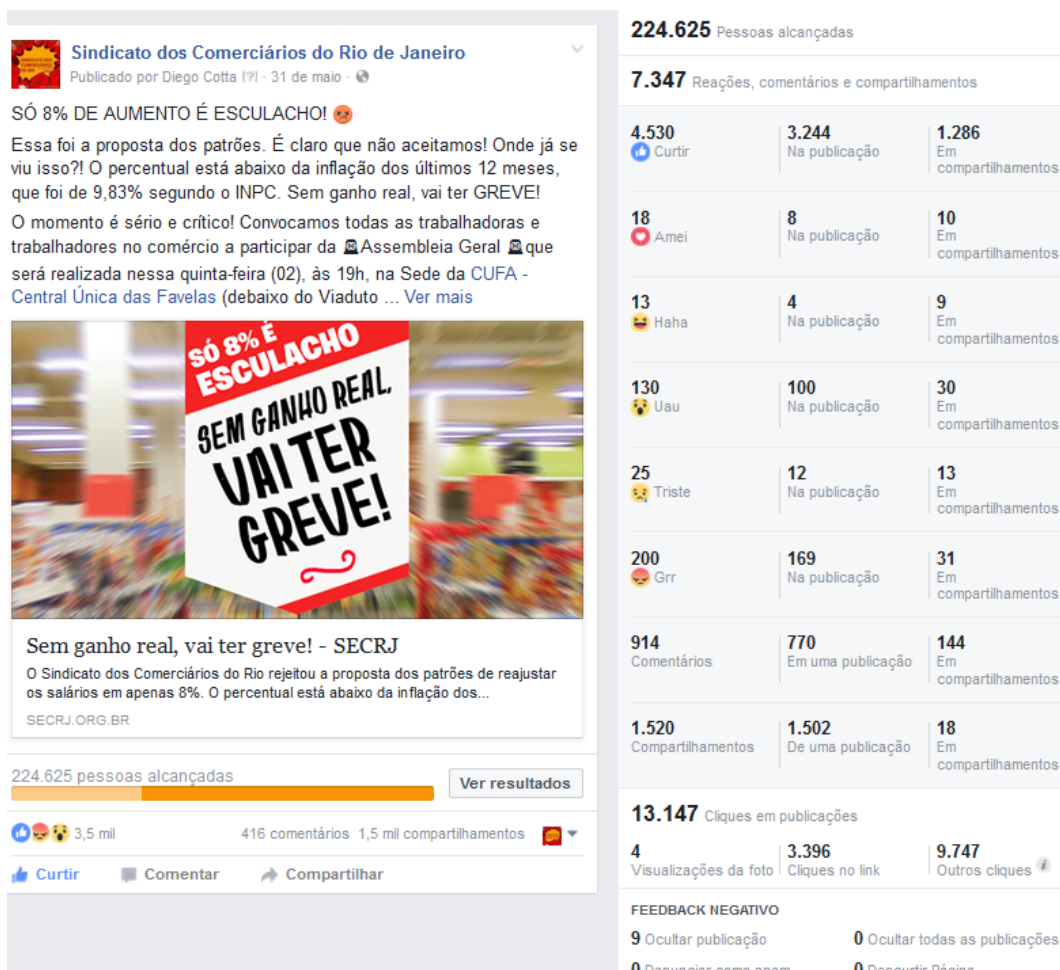


Figura 15 - Postagem dia 31 de maio
Fonte: Facebook, 2016.

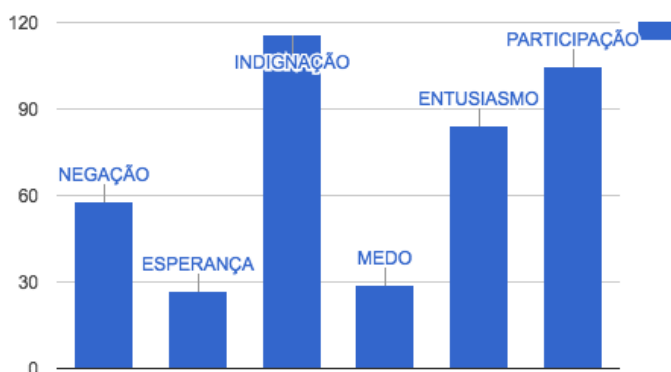


Gráfico 11 - Gráfico comparativo das categorias dia 31/05
Fonte: O autor (2016)

A partir de um impulsionamento R\$ 150, a postagem alcançou 224.625 pessoas, com uma taxa de envolvimento de 6% e 914 comentários. Com o impasse nas negociações apontando para a possibilidade de greves, os debates na categoria se acirram, por exemplo, com discussões entre comerciantes com falas de "negação"

e "medo" e aqueles mais entusiasmados pela ação coletiva e predispostos a participarem de alguma forma.

Outro fenômeno interessante e que se repete algumas vezes é a ambiguidade de alguns discursos. Numa mesma frase o comerciário pode demonstrar-se esperançoso ao dizer que "contamos com vocês (...) que sejam nossa voz", mas pode saltar de percepção ao concluir "Juntos somos mais fortes". É possível considerar, em seu conjunto, que essas aparentes "contradições" são resultado justamente da difusa dinamização da consciência desses trabalhadores a partir de sua participação nesses debates.

FS: "Já passou da hora destes chefões do comércio entenderem que comerciário não é escravo e nem escória da sociedade. Precisam ser dignificados com melhores salários, afinal são a classe que mais servem porem a mais sacrificada em termos de horário de trabalho, não têm em sua maioria nem mesmo vida social pois é de domingo a domingo, feriado e o pior salário para os operacionais desta classe que são a maioria. ACORDA POVO." (53 curtidas) (31/05)

AS: "Vamos fazer um pacto de união com esta nova diretoria, Comerciaros chegou a nossa hora"

Sindicato dos Comerciários: "Assembleia Geral. Quer participar? Vai acontecer dia 2 de junho, debaixo do viaduto de Madureira, às 19h."

AN: "Vou participar sim, (...) tenho interesse em apoiar esta nova diretoria, não canso de falar da disposição deste novo comando" (31/05)

RLRDG: "Meu marido e padeiro .na padaria q ele trabalha paga feriado mais ele trabalha mais de 8 hs.ele pega 6:00 e larga 15:30.oq pode ser feito?"

RCS: "Agradecer pois está trabalhando"

AP: "Deixa de ser comédia, RCS! Agradeça o cacete, direitos são direitos." (31/05)

MM: "Até pq no comércio muitos funcionários não participariam pois muitos são acomodados com baixos salários e a nossa classe é desunida" (19 curtidas)

Sindicato dos Comerciários: "(...) Não é bem assim. O Sindicato está aí para organizar as lutas, mas nada vai mudar de lugar sem o efetivo envolvimento dos trabalhadores. Sem coragem e participação, pouco acontece. Vamos à luta!" (4 curtidas)

MM: "olhem, BLB, MEC, EC, LFS, VP"

LFS: "É verdade concordo com tudo" (31/05)

WG: "Nos trabalhadores do comércio contamos com vocês. Que vocês sejam nossa voz. Se eu não estiver trabalhando estarei lá. Juntos samos mais fortes." (12 curtidas)

Ana Paula Brito Costa(diretora): "É isso aí contamos com seu apoio!"

PO: "É isso mesmo, estamos contando com o nosso sindicato e com a participação dos trabalhadores do comércio. Chega de exploração! Greve neles!!!"

Ana Paula Brito Costa: "Precisamos de todos os trabalhadores unidos, juntos conseguimos melhorias pra categoria"

PO: "Pode contar com a minha presença e com quem mais quiser ir comigo!" (13 curtidas) (31/05)

MARP: "Nunca teve ninguém p lutar c os comerciários tá na hora de fazer uma greve geral." (7 curtidas) (31/05)

MP: "Vamos mobilizar os comerciários vamos mudar a postura de covardes vamos fechar ir as ruas a hora é essa comércio legal é funcionário feliz." (4 curtidas) (31/05)

CACA: "Ainda não saiu o dissídio?"

CA: "Ainda nao saiu nao amiga, realmente esta dificil pra firmar acordo."

MS: "Eu quero justiça chega de patrão sair bem queremos nosso salário em dia. Se tiver que parar tudo vamos parar. Acabou moleza de patrão nosso salário na mão e trabalho vai ter com satisfação. Essa é a dica" (31/05)

4.1.4 Assembleia – Organizar a greve no comércio do Rio (27/6)

A assembleia do dia 2/6 rechaça os 8%, aprova o indicativo de greve e impõe uma data limite (20/6) para uma contra-proposta patronal que garanta aumento real, dentre outras reivindicações ainda emperradas. Alguns sindicatos patronais se aproximam dos 10% de aumento, mas outros relutam e nenhuma proposta é formalizada até o dia 20/6. O Sindicato se vê diante da premência de organização da greve e do lento avanço numa negociação que já dura quase quatro meses. A saída é ganhar tempo "fatiando" os encaminhamentos da greve em sucessivas assembleias, buscando alinhar a velocidade da mobilização com a da negociação e vice-versa. Assim, o Sindicato convocou a assembleia do dia 24 que aprovou a greve para o dia 30/6, que seria antecedida por uma nova assembleia dia 29/6 para organizar as paralisações.



Figura 29 - Postagem dia 27 de junho
Fonte: Facebook, 2016.

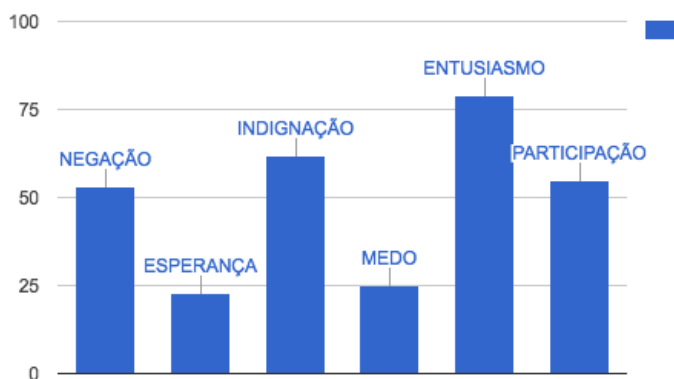


Gráfico 12 - Gráfico comparativo das categorias dia 27/06
Fonte: O autor (2016)

Após uma postagem orgânica um dia após a assembleia (alcance 34 mil pessoas), na segunda-feira o Sindicato publica novamente sobre as decisões tomadas na sexta, dessa vez com impulsionamento (R\$150), alcançado mais de 160

mil pessoas. Um fenômeno sempre presente, mas que dessa vez tomou proporções importantes, foi tanto o aumento de falas de pequenos empresários e perfis de direita (incluindo comerciários), quanto a considerável influência destes nas falas de comerciários na *@comerciariosrj*. Embora a "negação" e o "medo" tenham permanecido nos mesmos patamares da postagem anterior, elas passam a ser municiadas pelas narrativas "anti-política" e de negação de classe relacionados à conjuntura nacional. Essa "invasão" do tema da política nacional, por vezes, gerou debates à parte sobre política, corrupção, participação e omissão popular.

Houve ainda algumas outras mudanças em comparação com as postagens anteriores. As falas de "indignação" aumentaram significativamente. Até agora expressando uma revolta anti-patronal e contra a intransigência das empresas nas negociações, essas falas passam a ter mais um alvo: o próprio Sindicato. Alguns trabalhadores passam a criticar (mesmo sem ter ido à assembleia) a demora (ou descompromisso, no ponto de vista deles) do Sindicato em fazer a greve.

BL: "O mercado em q eu trabalho prestando servico tercerizado deu aos funcionarios 7% justamente para nao haver paralizacao. Eu como tercerizada apoio totalmente a greve!" (23 curtidas, 16 respostas) (27/06)

SO: "(...) é pra ir trabalhar e bater o cartão ou só ficar no trabalho? tinha que haver protestos nunca vi greve ter que ir trabalhar, vamos protestar ir pra rua e correr atrás dos nossos direitos!" (4 curtidas)

RS: "Tanta assembleia pra que???eu duvido que tenha realmente greve!!!" (3 curtidas) (27/06)

LF: "Se fossem as assembléias, entenderiam....rsrs" (3 curtidas)

BF: "LF explica tem pessoas que não da para ir as assembléia o sindicato tem que ser transparente"

ADP: "Corremos risco de perde nosso emprego participando da greve?!?!!!!" (27/06)

JS: "então se (...) vcs estão fazendo toda essa pressão não deveria nem mais haver assembleia, se é greve e greve têm que parar tudo, (...), acho que vcs do sindicato não conhecê a palavra greve por isso eles não levam a sério." (11 curtidas) (27/06)

PP (não comerciária): "Nossa meu Deus, eles já não estão aguentando a crise. Vai ter mais comércio fechando e mais desempregados!" (21 curtidas, 40 respostas) (27/06)

RB: "MR, Se vai fazer greve avisa aqui qual a empresa que você trabalha para meus filhos colocarem currículo lá, pois certamente abrirão vagas. (se é que me entende! rsrsrs)" (4 curtidas) (27/06)

PG: "RB seu comentário foi desrespeitoso. As opiniões devem ser respeitadas de ambos os lados." (7 curtidas)

RB: "PG (...) Sou comerciária e ganho 925,00 (graças a Deus!). Sou a única empregada na minha casa. (...) Ruim com 925,00, pior sem. (...) passei da fase de ser usada como massa de manobra de sindicato ligado à partido político, e acho que tô fazendo o meu papel de cristã, (...)" (10 curtidas) (27/06)

SLT: "Preciso do meu emprego, estou fora de greve. Não sou funcionário público." (11 curtidas)

COS: "SLT, os seus colegas vão correr risco por você. E se eles conseguirem melhoria para a sua classe,você que não participou,deve recusar essas melhorias". (11 curtidas) (27/06)

Também se deu uma inversão de pesos entre as falas de "entusiasmo" pela ação coletiva da greve e a "participação", que teve menos falas e marcações de amigos.

LE: "O sindicato ficou na mão de safados corruptos por muito tempo. Temos que apoiar a nova diretoria sim. Não adianta ficar reclamando pelos cantos e na hora de fazer algo de fato se omitir. A força está conosco, povo. Vamos nessa." (18 curtidas)

JC: "Isso mesmo. Sem luta não tem vitória. Vamos galera" (6 curtidas)

MM: "Vamos marcar uma manifestação pacífica já! !!" (18 curtidas) (27/06)

Chega De Escravidão: "Vamos fechar todas as lojas do supermercado zona sul e todos os outros comércios. Comercários, unam-se!!!" (17 curtidas) (27/06)

Aqui, é preciso nos deter numa importante questão. As expectativas de transformar o entusiasmo dos comerciários no Facebook em presença nas assembleias – uma prova considerável da assertividade das escolhas do Sindicato e das hipóteses desta pesquisa-ação – não se realizaram. O número de participantes na assembleia do dia 24/6 não só continuou muito pequeno (72 trabalhadores), como apenas 5% dos presentes souberam do evento pela rede social²⁷. Trata-se de uma das revelações centrais da pesquisa e desse processo de mobilização e comunicação.

²⁷ Pesquisa por amostragem realizada pelo Sindicato durante a assembleia.

Estaríamos diante de mais um efeito do chamado "ativismo de sofá", onde a maioria das pessoas performa sua atitude participativa nas redes sociais sem "pôr a mão na massa" e sem comprometer-se com a ação coletiva? Para o pesquisador, há uma relação entre a não realização das expectativas participativistas do Sindicato (e dos comerciários) e o nível concreto de organização sindical e de experiências de luta e o estado da consciência coletiva desses trabalhadores. Independente dos motivos que concretizaram o potencial real de mobilização e organização sindical na campanha (pouca experiência, vínculo organizado e cotidiano da diretoria com a base, poucos filiados, décadas de ausência dessas experiências etc.) o resultado final provavelmente não poderia ser diferente.

Mas, antes que nos apressemos em enquadrar conclusivamente esse resultado, é preciso observá-lo de modo articulado e dialético, assimilando algumas contradições importantes. Por um lado, sabemos que a comunicação por si só não produz o tipo de ação e transformação de que temos tratado até aqui. Mas é preciso também considerar as dimensões do discurso como prática social. Segundo Fairclough (2001, p. 91) o discurso é "um modo de ação social, uma forma em que as pessoas podem agir sobre o mundo e especialmente sobre os outros, como também um modo de representação". Discurso e estrutura social se implicam numa relação dialética, onde "a última é tanto uma condição como um efeito da primeira". E concluiu – de modo bastante aplicável à nossa questão – ao afirmar que "os eventos discursivos específicos variam em uma determinação estrutural segundo o domínio social particular ou o quadro institucional em que são gerados".

Assim, antecipando em parte a reflexão que se repetirá em outras postagens, o que queremos aqui é confrontar uma série de fatos e percepções revelados na pesquisa. Por um lado, a crescente atitude participativa, impulsionada pelos diálogos dos comerciários indignados, não se desdobrou em ação real. Isso pode ser determinado por muitas questões, como a baixa atividade sindical, o estado da consciência real dos trabalhadores ou mesmo a questão poderia estar na própria inviabilidade das hipóteses da pesquisa sobre o papel da comunicação popular. Entretanto, a observação direta das negociações revelou que o "ativismo de sofá"

dos comerciários produziu, sim, efeitos políticos concretos nesse processo. Recorrentemente os empresários reclamaram do conteúdo e do tom das postagens da página do Sindicato durante a campanha. Mas, assim como possivelmente a própria diretoria e a categoria comerciária, os patrões poderiam ter tomado o grau de "mobilização" na rede social como "real" e como critério de força nas negociações. Em conversa informal com o pesquisador, advogados do Sindicato diretamente envolvidos nas negociações chegaram a afirmar, metaforicamente, que o setor de comunicação da entidade reuniria seus "principais sindicalistas", dada a força provocada pela interação da base com o Sindicato através da comunicação sindical para o confronto com os patrões.

Portanto, observando a questão junto com Fairclough, essa força social provocada pelo Sindicato poderia ser mais do que um simples "blefe" da diretoria para "assustar" o patronato com grandes "mobilizações" *online*, que poderiam vir a transbordar "a qualquer momento" para as ruas, numa eminente catarse comerciária.

Observando-se dialeticamente o conjunto desse processo, seguimos perseguindo a questão central deste trabalho: teria de fato a comunicação sindical, em interação com a ação *online* dos trabalhadores e a (superficial) ação sindical de rua, conseguido, de alguma forma, provocar alterações nos estados da consciência real da categoria?

4.1.5 Patrões aceitam dar ganho real nos salários (29/6)

No dia da assembleia de organização da greve, os patrões acenam com os 10% de aumento nos salários e melhorias nos pisos dentre outros avanços. Mas condicionaram esse avanço à renovação das convenções dos bancos de horas e do trabalho aos domingos e feriados por dois anos. Com isso, as intenções patronais de intensificação da flexibilização do trabalho passariam a integrar as CCTs comerciárias e o Sindicato ainda perderia o poder de regulação sobre o funcionamento dos estabelecimentos nesses períodos especiais como poder de barganha até 2018. A rejeição à proposta, entretanto, veio acompanhada do

flexibilização da posição do Sindicato. Decidiu-se pela suspensão da greve, convocação de nova assembleia para o dia 6/7 e mais tempo para uma nova proposta das empresas. Mas também aprovou a Semana de Lutas e Paralisações, com passeatas (diretoria, agentes sindicais e equipes adicionais), manifestações e paralisações temporária de estabelecimentos estratégicos. Essa ação foi a principal resposta possível da diretoria, naquele contexto de experiência e acúmulo de forças, tanto à resistência dos patrões, como à ansiedade e cobrança dos trabalhadores acerca das paralisações.



Figura 17 - Postagem dia 29 de junho
Fonte: Facebook, 2016.



Figura 32 - Gráfico comparativo das categorias dia 29/06
Fonte: O autor (2016)

Numa postagem impulsionada (R\$ 100) a um alcance de 161 mil pessoas (quase metade orgânico), 6.700 pessoas envolvidas, a vitória parcial do Sindicato tomou diferentes conotações para os comerciários. A "negação" da ação coletiva regride e o "medo" desaparece – sendo que a primeira se concentra na crítica dos comissionados sobre a ausência de conquistas a seu favor.

SE: "Infelizmente não beneficia em nós que somos comissionados. Só servimos para encher os bolsos do sindicato com a nossa contribuição sindical." (6 curtidas) (29/06)

Revelaram-se também novas expressões de "esperança" e "indignação", onde a fala de gratidão pela "ação do Sindicato" (onde o trabalhador se exclui como agente) é predominante. Esse tipo de comemoração poderia denotar uma perspectiva ainda paternalista na categoria, de não reconhecimento do seu poder social ao fazer parte de uma coletividade – que pode ser percebida objetivamente na baixa presença nas assembleias. A resposta "paternalista" da categoria ao avanço nas negociações poderia ter relação com a forte queda da presença de discursos de "participação" coletiva em comparação com a postagem anterior. Algumas falas, mais pragmáticas e ansiosas, já se focam na questão objetiva da data do aumento.

MVSDS: "Conseguimos uma vitória nesta etapa. Mas ainda a luta não acabou. Temos que continuar pelos nossos direitos. Parabéns p/ tds !" (6 curtidas) (29/06)

BVS: "Mas uma vitória dos trabalhadores, fui bombardeado por pessoas aki por apoiar a luta. Mas a mobilização deu certo." (12 curtidas) (29/06)

EM: "Parabéns! Vou nem levar carta (de oposição) este ano!" (6 curtidas) (29/06)

MES: "Tem gente que só reclamar não é um aumento significativo mas na crise que o país se encontra foi uma vitória (...) glória a Deus tem muita gente desempregada" (11 curtidas) (29/06)

MA: "Obrigado por nós.... então no próximo mês já vamos receber com aumento?" (9 curtidas)

DS: "Parabéns por lutar por nós. (4 curtidas)"

VN: "Parabéns trabalho maguinifico de vcs !!!" (9 curtidas)

PDOL: "Só deram pq fariamos greve e aí deixariam de vender. (...) O que conseguimos é obrigação deles nos dar por tudo que fazemos por eles. Obrigado sindicato por lutar por nós" (18 curtidas) (29/06)

AF: "Olha..vcs calaram a minha boca !! Eu estava descrente que vcs irim conseguir !! Meus parabéns ao sindicato!! Agora eu acredito em vcs!!!" (7 curtidas)

Rosangela Da Silva (diretora): "Obrigada AL continua acreditado nessa nova diretoria e vem pra luta com a gente tmj" (3 curtidas)

AF: "Existem muitas injustiças no comércio..espero que vcs consigam minimizar um pouco elas. (29/06)

RP: Parabéns ao sindicato!! Obrigado pela luta em prol dos trabalhadores!!

MJG: "(...) Falo isso porque à um mês atrás fiz um comentário na pagina dizia que era melhor 8 porque o sindicato não conseguiria mais, bom falou de mais agora pega a lingua e Estou com vcs. (4 curtidas) (29/06)

Mesmo as ações discursivas de "participação", nesse momento, devem ser observadas de maneira dinâmica e relativa. Nesta categoria, a principal atividade discursiva de participação na postagem foi massivamente a marcação de amigos em detrimento das falas diretas e dos diálogos entre os trabalhadores. Essas marcações continuariam sendo, em si, uma prática discursiva coletivista, uma experiência de compartilhamento da identificação do indivíduo com a sua categoria e de solidariedade, a partir dessa condição, com outros colegas através da replicação da postagem do Sindicato – considerando-se ainda os 1.100 compartilhamentos diretamente na linha do tempo dos comerciários. Mas, olhando a marcação de amigos no contexto de uma forte narrativa "paternalista" e com poucas falas na primeira pessoa do plural, poderia ser bastante incerto afirmar que tal atividade, na quantidade em que se deu, possa ser considerada como um tensionamento significativo da consciência real.

Mas isso não quer dizer que esse tensionamento da consciência real em direção aos seus limites possíveis não tenha também se mostrado aqui e em outras

postagens. É interessante acompanhar alguns testemunhos de comerciários que, da sua forma, expressam claramente a dinamização das suas consciências a partir da "comprovação" das estratégias do Sindicato denotada na vitória parcial dos 10%.

4.1.6 Semana de Lutas e Paralisações (4/7)

Julho começa com manifestações e paralisações em vários estabelecimentos comerciais da cidade. O objetivo é fazer as empresas recuarem da concessão dos 10% de aumento condicionada à renovação das convenções, por dois anos, de banco de horas, domingos e feriados. Essas mobilizações se deram de forma coordenada entre ruas e redes, desde transmissões ao vivo até a participação de comerciários nas decisões do trajeto das manifestações, em tempo real, pelo Whatsapp do Sindicato e na *@comerciariosrj*.

As mobilizações pretendiam também estimular a participação dos comerciários nas assembleias. O primeiro teste desse movimento seria verificado dali a três dias, na assembleia que aprovaria as novas propostas patronais, ou convocaria a greve.



Figura 18 - Postagem dia 4 de julho
Fonte: Facebook, 2016.

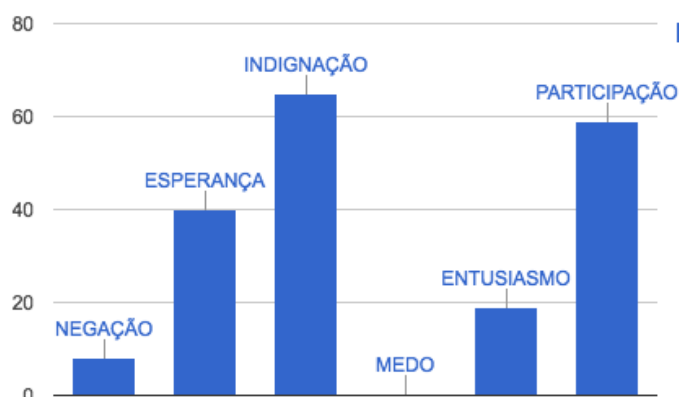


Gráfico 14 - Gráfico comparativo das categorias dia 04/07
Fonte: O autor (2016)

A ofensiva do Sindicato, ainda que apenas em alguns locais e sem a participação da categoria (ou seja, sem experiência coletiva de luta), foi bem

avaliada pelos quase 12 mil comerciários envolvidos com esta publicação, dentre as mais de 83 mil pessoas alcançadas (impulsioneamento de apenas R\$ 20). As falas de "negação" caíram sensivelmente em relação a última postagem. Muitos comerciários se entusiasmaram com as mobilizações perto do seu local de trabalho e reagiram com falas de "esperança" – literalmente esperando ou pedindo que o Sindicato passasse em suas lojas. Em outros casos, a passagem do Sindicato nas lojas despertou o "entusiasmo" pelo envolvimento nas ações sindicais.

As narrativas de "indignação" do Sindicato acerca da insensibilidade e ganância dos patrões quanto às condições por eles impostas para os 10% foram bem assimiladas pela maioria dos trabalhadores que participaram do debate. A ausência do "medo" e as ações discursivas de participação (principalmente a marcação de amigos) compensaram de certa forma a queda nas falas de "entusiasmo".

BW (comerciário atuante na rede): "Toda REDE ULTRA ticket alimentação só para os baba ovo da empresa..... o restante só pão com mortadela pra 8 hs trabalhadas" (10 curtidas)

CV: "Joga a merda no ventilador BV essa porra ae justiça tem q ser feita 🖐🖐🖐🖐🖐" (3 curtidas) (04/07)

WN: "Vem para o extra copacabana na rua siqueira campos, o único do bairro.

LMM: "E os supermercados?"

Marcio Ayer (perfil do presidente do Sindicato administrado pelo setor de comunicação): "Oi WN. Aqui é o Marcio Ayer, presidente do Sindicato! Estamos neste momento no Extra da Avenida Nossa Senhora de Copacabana paralisando lojas. Já já devemos passar por aí!" (04/07)

WN: "Pode comparecer a qualquer momento. .. e conversar com os funcionários.. Se informar

AMF: "Meu voto é NÃO para o banco de horas. Voto NÃO para trabalhar aos domingos. Voto NÃO para trabalhar nos feriados.... Não não não não..." (26 curtidas, 5 respostas) (04/07)

SS: " Nunca imaginei que fosse ver isso na minha vida,eu levo muita fé nessa atual diretoria do Sindicato." (26 curtidas) (04/07)

JC: "Para cima deles, somos trabalhadores e não escravo, a lei auria já foi assinado a muito anos, firme e forte com nosso sindicato" (6 curtidas) (04/07)

MVB: "Por mais sindicatos como este,q luta a favor do trabalhador,dos funcionários e contra o escravismo dos patrões, pois (...) muitos sindicatos são comprados (...). Chega de escravidão, jo nadas de trabalho abusivas,

(...) chega de banco de hora, queremos nossos domingos e feriados com nossos familiares, (...)." (9 curtidas) (04/07) (04/07)

RS: "SE, BLC, LM, CC vai marcando todo mundo aí"

AVZ: "Finalmente estão fazendo alguma coisa.... a final sindicato serve pra isso!!!" (7 curtidas) (04/07)

4.1.7 Patrão tenta empurrar gato por lebre (7/7)

Coincidentemente ou não, as negociações foram se objetivando desde a decretação do estado de greve e da Semana de Lutas e Paralisações. É preciso indicar que, até então, o prognóstico de conquistas era significativamente positivo. A categoria comerciária carioca foi uma das poucas que conseguiu aumento acima da inflação. Garantiu também melhorias nos pisos salariais e no valor do lanche para os trabalhos em feriados e fins de semana. Obteve avanços também em cláusulas sociais, como na aceitação de relações homo-afetivas para acesso a benefícios oferecidos pelas empresas dentre muitas novidades. Ainda que muitas necessidades da categoria ainda tenham ficado de fora, o entendimento da diretoria era de que faltava pouco para uma grande vitória.

Entretanto, a expectativa da diretoria e dos trabalhadores foi frustrada por várias alterações sorrateiras feitas pelas empresas no texto final das CCTs, enviada minutos antes do início da assembleia do dia 6 de julho. Os patrões incluíram o aceite ao trabalho do Natal e Ano Novo, congelamento das multas por descumprimento da CCT, além da mudança de administração do seguro social familiar, deixando de ser feita pelo Sindicato em favor dos sindicatos patronais. Neste caso, tratava-se de um valor pago pelas empresas para custear o seguro de vida, gravidez, falecimento dentre outros para vários segmentos da categoria.

O Sindicato, através da assembleia, rejeitou essa proposta e outras das demais entidades patronais, ameaçou intensificar as mobilizações e paralisações e jogou na mesa uma carta mais pesada. Com o vencimento das convenções específicas que regulam os bancos de horas desde o dia 26 de junho, o Sindicato simplesmente poderia não autorizar sua realização, sob pena de multa para as

empresas. Por fim, convocou nova assembleia para o dia 13 de julho, a partir de onde finalmente a greve poderia ser iniciada.



Figura 19 - Postagem dia 7 de julho
Fonte: Facebook, 2016.

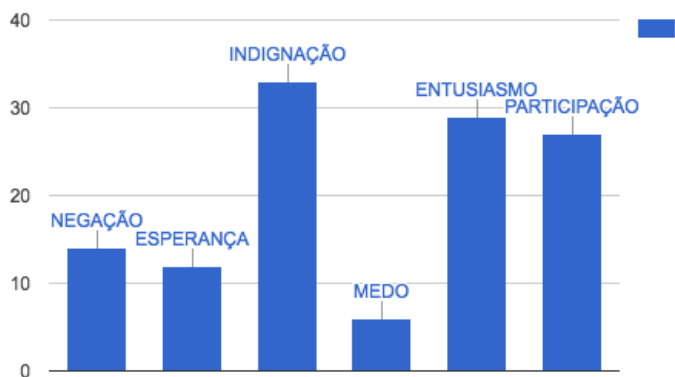


Gráfico 15 - Gráfico comparativo das categorias dia 07/07
Fonte: O autor (2016)

Essa é uma das postagens mais positivas e um dos momentos de maior dinamização da consciência dos comerciários dentre as postagens pesquisadas. Cerca de 112 mil pessoas foram alcançadas, com um impulsionamento de R\$ 100 contribuindo para o envolvimento de 6.700 internautas. Mesmo não tendo sido a postagem com maior alcance (incluindo o orgânico), nem com muitos comentários em comparação com as demais, tratou-se de um momento onde expressões de "indignação" mais se relacionaram com os de "entusiasmo" e "participação".

De modo relativamente autônomo (muito influenciados pelas narrativas do Sindicato), os próprios trabalhadores neutralizam as falas de "negação" e "medo". Assumem para si (ao menos discursivamente e neste momento específico) o discurso do sindicato. Inclusive se auto-esclarecem sobre direitos e andamento das negociações baseados nas matérias, o que denotaria interesse e compreensão.

RP: "Comerciário sofre por falta de conhecimento. Pra cima deles!" (07/07)

JRS: "Po sai da empresa esse mês quero saber se na minha rescisão vai vim com aumento"

JS: "Vc trabalha aonde?"

JRS: "Lojas americanas"

JS: "Pq eu era do Guanabara filial 18 minha rescisão veio no salário antigo joguei eles na justiça fui mandada embora dia 14 de junho"

SV: "Gente, o dessidio tem que cair após o acordo de aumento ser feito. (...) no sindicato eles me disseram que assim que sair a empresa terá que depositar o valor (...)." (07/07)

AS: "Acho que o cenário não é propício para conquistar tudo de uma só vez. Ainda mais que por anos ficamos largados e diante de tanto desemprego." (28 curtidas, 9 respostas)

Ana Paula Brito Costa (diretora): "AS, eles estão empurrando junto com a acordo o trabalho no dia 25/12 e 01/01. Isso é (...) uma total falta de respeito." (15 curtidas) (07/07)

ISAS: "(...) vc não deve ter medo de seus patrões, eles usam do artifício da crise te coloca medo é vc se entrega ao medo. (...) Se vc ficar com medo, amanhã vc vai chorar porque não lutou com seus companheiros. Pense nisso nada d medo lute pelos seus direitos. Chicote acabou no século XIX." (14 curtidas) (07/07)

JF: "Pra cima deles quem trabalha no comercio e escravo e ganha uma merreca, e os patroes so ficam mais ricos pra cima deles" (18 curtidas)

FC: "Vamos mostrar que agora o nosso sindicato, representa a nossa classe de comerciários, não mais se faz de cego, surdo e mudo, para os patrões." (5 curtidas) (07/07)

BGM: "Não podemos recuar agora". (7 curtidas) (07/07)

MM: "um absurdo ver o povo que reclamam de injustiças no comércio querer que o Comerciaros (...) aceite essa proposta oportunista dos patrões !parece até que estão desesperados por causa de um mísero 10% que (...) não representaram nem 100 reais (...) no salário miserável que ganhamos" (15 curtidas) (07/07)

DC: "Sindicato tá certo, patrão faz isso pq sabe q o povo abre a guarda ... Mete bronca mesmo Sindicato ..." (5 curtidas) (07/07)

RB" "Estou com o sindicato agora sim esse sindicato me representa nunca se viu discussão de salário" (6 curtidas)

ACJ: "É verdade! Anos e anos o sindicato não fez absolutamente nada,pelo contrário,ano passado foram afastados e até presos alguns membros deste mesmo sindicato (...)" (10 curtidas) (07/07)

4.1.8 10% garantido pra quem trabalha em supermercado! (19/7)

A Assembleia do dia 13 trouxe, em parte, a resposta patronal tão esperada. As empresas varejistas ligadas ao Sindigêneros chegaram a um acordo vantajoso para os comerciários, considerando-se tanto o nível inicial de direitos antes e depois da CCT, como o clima de pessimismo gerado pela crise econômica. Houve aumento real nos salários, pisos e redução do banco de horas, dentre outros.

Por outro lado, rejeitou a proposta dos demais patrões (lojistas em geral e atacadistas) que, mesmo tendo acordo com o Sindicato em todos os pontos da CCT, se fecharam quanto à questão da gestão do Benefício Social Familiar. Considerando que o valor arrecadado era vultoso e o benefício era praticamente ocultado dos comerciários e administrado por empresa investigada, o Sindicato também bateu pé no "direito adquirido" por anos de controlar esse benefício, prometendo uso e gestão mais eficientes.

Mas, ainda que o Sindicato tenha prometido e feito algumas ações de rua, como o impedimento do descarregamento de caminhões feitos através de desvio de função, a organização começa a dar sinais de que meses de mobilização e comunicação estariam começando a lhe comprometer o fôlego.



Figura 37 - Postagem dia 19 de julho
Fonte: Facebook, 2016.

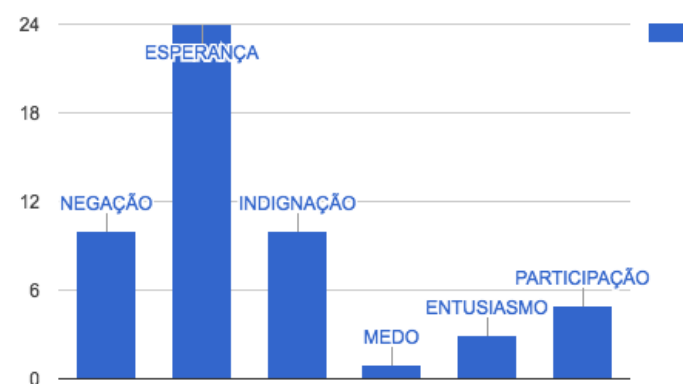


Gráfico 16 - Gráfico comparativo das categorias dia 19/07
Fonte: O autor (2016)

Com apenas R\$ 100 de impulsionamento, obteve-se nesta postagem um alcance de 120 mil pessoas (sendo quase metade orgânico), com quase 10.000 delas envolvidas com seu conteúdo, sendo 783 comentários.

Aqui é preciso retomar o entendimento da amplitude das falas, atitudes e comportamentos pertencentes ao tipo de "consciência esperançosa" entre os comerciários cariocas estudada nesta pesquisa. Houve uma grande quantidade de expressões de parabenização ao Sindicato, a sua equipe, ao seu presidente, além de felicitações e manifestações diversas de alegria pelo aumento salarial. É compreensível que esse estado de contentamento se dê pelas conquistas de melhorias nas condições de trabalho resultantes da campanha salarial. Mas elas se deram, de uma forma geral, sem que estes trabalhadores tenham participado – fora das redes sociais – das ações coletivas determinantes dessas vitórias. Mais ainda, não se trata apenas da ausência em assembleias, por exemplo. Principalmente, este trabalhador não está consciente nem da sua potência social quando associado a outros trabalhadores, nem, conseqüentemente, liberta-se da ideia de que outrem decide seu futuro (o Sindicato e os patrões, neste caso). Este comerciário crê que lhe cabe esperar a produção de uma realidade na qual ele viverá.

Vê-se, assim, novamente uma dinamização marcante da consciência coletiva, mas num sentido contrário ao desejado pelo Sindicato. Ocorre que este desejo choca-se com os fatores determinantes do estado de consciência aqui estudado em sua dinâmica e que já vêm sendo debatidos ao longo da pesquisa. A combinação entre o tipo de exploração do trabalho, da fragmentação de categoria – cuja tipologia difere daquelas tradicionalmente relacionadas ao movimento sindical (ANTUNES, 2015) – e o grau de organização entre diretores e destes com a base, além da condição inicial dessa consciência (principalmente na ausência de memória de lutas) pode ajudar a compreender essa aparente "regressão". Esse debate sobre a aparente volatilidade das falas dos comerciários avançará ainda no próximo comentário e no capítulo de conclusão.

Essa reflexão é importante para justificar a categorização de tantos (mas não todas) as expressões de contentamento como sendo de "esperança". A atitude

esperançosa não se desdobra apenas em desejar (imóvel, impotente) um determinado futuro, mas também se revela na forma como se encara e se objetiva a dinâmica que criou tal futuro, seja ele imediato ou distante.

CSR (comerciário aposentado atuante na fanpage): "Parabens a equipe do Sindicato pela vitória e valeu Presidente pois a luta continua" (19 curtidas)

JM: "Parabéns vocês querem nosso melhor, obrigado por tudo." (5 curtidas)

GR: "Parabéns ao nosso cindicato por essa luta, foi muito cansativa mas, não desistiram em lutar pelos nossos direitos. Meus sinceros agradecimentos." (19/07)

JS: "Parabéns para a nova diretoria do sindicato!" (6 curtidas)

CR: "Que Parabéns o que, não fizeram mais que obrigação deles. Muito mais eles ganham, pois isso não é nada perto de contribuições que eles e não é pouca hem...acordem pra vida!" (19/07)

Como pode se ver, embora as falas de "negação" tenham se mantido presentes, o entusiasmo da maioria da categoria com a vitória nos supermercados (conquistada com ou pelo Sindicato) mais uma vez provocou o debate entre críticos e entusiasmados. Por vezes, é possível perceber as intertextualidades desses extremos, onde o primeiro se relacionaria com a retomada de narrativas liberais (na mídia, nas ruas e nas redes), enquanto o segundo demonstraria uma certa assimilação e significação das mensagens do Sindicato.

VLMB: "Pra que essa estrutura (...)? Abram mão da contribuição sindical em favor dos trabalhadores! Isto sim seria um meio de demonstrarem a intenção de lutar pela categoria!!!! (3 curtidas)

ML: "Deixa ela senão fosse eles vc não teria 10% e sim 7% e trabalharia com bancos de horas" (19/07)

RC: "Engraçado vcs pediram 15%?"

Sindicato dos Comerciários: "RC, a conquista é do tamanho da mobilização. Pra arrancar esses 10%, muitos comerciários e comerciárias botaram a cara no sol, indo a assembleia e manifestações. Mas ainda tem muita briga pela frente e é bom sabermos que você tem disposição pra luta.

Manda um Zap pra gente e participe! 😊" (6 curtidas)

RC: "Vdd tive presente" (2 curtidas)

Ana Paula Brito Costa (diretora): "Não lembro de ter 10% de aumento faz décadas" (7 curtidas)

WP: "Concordo com a Ana Paula Brito Costa, tenho mais de 20 @nos de comércio e nunca vi aumento de 10%!! (19/07)

PL: "achei que vocês estavam brigando por algo serio 10% na verdade e 2% acima da inflação que comemorar isso?????" (2 curtidas)

FS: "Claro que é para se comemorar, oque você fez para contribuir para esses 10% foi a alguma assembléia por acaso ?" (8 curtidas) (19/07)

Um outro tipo de crítica, indignada, vem dos demais comerciários ligados às bases patronais lojistas da Fecomercio, Simerj e Sindilojas. Nesse caso, os comentários expressam angústia e impaciência com o impasse nas negociações por conta da disputa entre as partes pelo controle do Benefício Social Familiar (BSF).

DRG: "Enquanto para quem trabalha em loja não tem nem previsão....palhaçada isso já! !!" (6 curtidas) (19/07)

IL: "E os lojistas, quando teremos o aumento??? Vai ter mais uma luta??? Não somos comerciários tbm??? Já estamos praticamente em agosto e nada! Pedem para irmos a luta, as reuniões... Eu fui e não tive meu aumento ainda... (...) 0% até o momento ta tenso!!!" (19/07)

As dinâmicas de debate e reflexão entre comerciários provocada pelas postagens do Sindicato podem ser notadas ainda nas interseções entre as expressões simpáticas à ação coletiva e as de "esperança". Nota-se que, surgindo de diferentes formações discursivas, alguns comerciários expressam, por vezes de forma simples ou ambígua, seus movimentos de mudança de compreensão acerca do Sindicato e do seu papel.

JC: "Agora da pra pensar de ã fazer a carta (de oposição)" (19/07)

RP: "Parabens para todos voces pelo essa luta que virou uma grande vitoria muito obrigado pelo nosso Presidente do sindicato do Rio de Janeiro e para todos as diretoria : um forte abraço meus companheiros do sindicato do rio Juntos samos mais fortes valeu....." (5 curtidas) (19/07)

4.1.9 Sindicato cede o BSF e fecha acordo com lojistas (5/9)

Após o positivo desfecho com o varejo de alimentos, a campanha salarial passa por um refluxo de quase 2 meses até a assinaturas das CCTs dos lojistas. O Sindicato foi encontrando dificuldades de sustentar sua posição em relação ao BSF tanto perante aos patrões, como também entre os trabalhadores. Ainda que o Sindicato tenha se esforçado para expor a responsabilidade das empresas na demora do acordo, muitos comerciários sentiram-se frustrados e passaram a criticá-lo pela insistência numa pauta que, para eles, seria tão desconhecida como secundária. Essa dificuldade coincide com a perda de fôlego do Sindicato em manter a pressão principalmente nas ruas, com equipes e ações sindicais sendo reduzidas consideravelmente. Para completar o quadro de refluxo, os patrões simplesmente desapareceram das mesas de negociações por semanas.

O período final da campanha salarial também coincide com a conclusão do processo de *impeachment* da presidenta Dilma. Nos mesmos dias em que o país retrocedia politicamente com o golpe, o Sindicato garantiu conquistas importantes, como aumento real em todos os salários, recuando em outras cláusulas, incluindo a do controle do BSF.



Figura 39 - Postagem dia 5 de setembro
Fonte: Facebook, 2016.

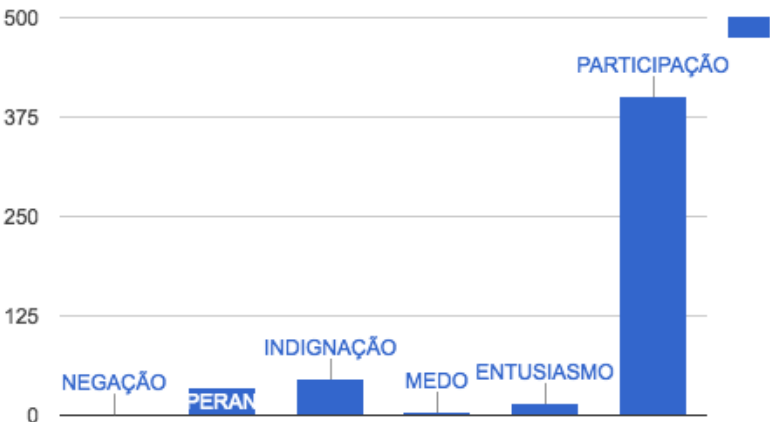


Gráfico 17 - Gráfico comparativo das categorias dia 05/09
Fonte: O autor (2016)

Fechando a exposição da análise das principais postagens da campanha salarial, temos uma interessante comparação sobre as reações dos dois grandes setores da base (varejistas de supermercados e de lojas) em momentos semelhantes de conclusão das negociações, ambas com a conquista do aumento real nos salários. Ainda que os gráficos sejam muito distintos e especificidades devam ser consideradas, muito das diferentes reações podem conter similaridades de fundo. A felicitação dos trabalhadores de supermercados se deu significativamente pela gratidão destes para com o Sindicato, sem maiores formas de expressões de consciência coletivista. Já nesta postagem, que teve o mesmo impulsionamento (R\$ 100,00, mas com 140 mil pessoas alcançadas), a reação predominante foi de grande alívio. Mas não houve maiores agradecimentos ao Sindicato, e as expressões de "engajamento" foram tanto de marcação de amigos, como de debate entre esses comerciários marcados.

DS: "ja tava na hora LDF"

LDF: "RR, PB, RS, será q agora sai???"

RS: "Como fazemos pressão pra isso acontecer hein rsrs"

LDF: "Vamos amanhã na assembleia ali na André Cavalcanti rsrsrs"

RS: "Fecho! Demoro!"

BC: "Demorou tanto q até eu vou receber... Será ?"

LDF: "Rsrsrs fé amigo rsrsrs"

RS: "Vamos orar pelo nosso amigo! Que Vai receber sim!"

RRP: "Ai senhorrrrr vamos rezar!!!! Mas, to achando que não vão aprovar 10%. Será???? Tomaraaaa"

RS: "Vai sim! Em nome de Jesus!" (05/09)

A maioria dos comentários, também como no caso da base do Sindigeneros, giraram sobretudo em torno de dúvidas acerca da forma de pagamento de retroativos, lanches nos fins de semana e outras questões corporativas imediatas decorrentes das novas CCTs. E, igualmente, uma boa parte das felicitações aqui são interjeições e outras expressões muito curtas para que seu real sentido pudesse ser analisado – e portanto não foram classificadas. Poucos foram os elogios ao Sindicato ou à luta coletiva.

LF: "👏👏👏👏👏 sem luta não há vitória!!! Amanha farei o possível pra ir na assembleia!!!" (05/09)

LP: "Meus Patrões são tudo 71, onde e como consigo mostrar isso para eles?" (05/09)

GG: "Tá vendo EA e FG. Qualquer coisa mandamos um zap pro sindicato."

GP: "Que orgulho de ser sindicalizado. Botem pra fuder!" (05/09)

Mas houve um engajamento um pouco diferente nesta postagem. Ao passo que também não tenha havido maiores falas coletivistas, o número de curtidas nos comentários (diferentes das curtidas na postagem) foi 1.491, um número inédito e muito expressivo – ainda que outras postagens tenham chegado entorno de 800 curtidas. Isso poderia significar que, neste contexto específico, ao passo que o setor de supermercados (menor salário e escolaridade, maior dependência de avanços básicos em carteira) teria expressado sua gratidão, no caso dos lojistas teria havido uma reação mais pragmática mas, ainda assim de alta interação entre os trabalhadores, com as marcações e conversas entre amigos.

Como houve uma predominância de perguntas sobre desdobramentos específicos do acordo, esta última postagem não trouxe muitos comentários categorizáveis. Entre aqueles que puderam ser enquadrados, houve alguns debates de "indignação" sobre conquistas ainda não alcançadas, ou que ainda se deseja avanço, como no caso dos auxílios-alimentação.

AS: "Tá na hora de cair pra cima das lojas americanas em questão da alimentação. Menos de 5 reais ao dia é brincadeira de muito mau gosto."

HH: "Sim" (05/09)

JS: "O valor do lanche eu acho q so recebe quem trabalha + de 5 horas."

GS: "Alguém sabe me dizer o valor do sábado e o valor do domingo? Do lanche?" (05/09)

DO: "MM. depois leia essa matéria, nosso valor do lanche será reajustado. Ainda será homologado bjs 😊" (05/09)

FA: "(...) e a loja americana e demais nem sei c tem a cara de pau de dar 4;00 p vale coxinha mas nem coxinha da p comprar c isso...aff" (05/09)

CONCLUSÃO

1. Um breve resumo da campanha salarial no Facebook

O Sindicato iniciou a campanha salarial – e a gestão, de um forma geral – ciente de que precisaria partir do universo de interesses econômico-corporativos e do tradeunismo para estabelecer o diálogo, a credibilidade e um lócus de pertencimento para e com a categoria. Mas seu objetivo político sempre foi criar e fortalecer a identificação e oposição de classe, além da crença e da prática da solidariedade nessa luta – sempre na direção de um projeto de classe.

Para isso, inicialmente, seria preciso superar os sentimentos, expressões e atitudes de não identificação de classe. Afinal, como já nos alertou Thompson (op.cit), "se o proletariado é verdadeiramente privado da consciência de si mesmo como proletariado, então não pode se definir assim". No caso da *@comerciariosrj*, as falas de não identificação de classe se apresentaram de duas diferentes formas: a "negação" e a "esperança", cujas características já foram detalhadas no capítulo 1.

No início de uma mobilização, a "indignação" (*#merecemosmais*) pode tornar-se apenas uma expressão sem maiores consequências. Pode gerar um envolvimento des-comprometido, no sentido de ainda encontrar-se num momento de tomada de consciência (individual e coletiva) de determinadas injustiças onde não estão claras as condições e possibilidades para seu enfrentamento. Entretanto, literalmente impulsionada pelos algoritmos do Facebook, essa narrativa pode alcançar e ser re-conhecida por mais comerciárias e comerciários. Aquecidas pelas reações emocionais e compartilhamentos proporcionados pela expressão da consciência real dos comerciários em interação com as postagens do Sindicato, as expressões de "esperança" e "indignação" viralizam e se tornam coletivas – através das mais de 210.000 ações de envolvimento na *fanpage* apenas no recorte pesquisado.

Durante semanas, a campanha salarial sucedeu-se entre negociações incertas, mobilizações e paralisações "profissionalizadas" (sem participação direta da categoria) e assembleias com participação modesta. Em meio ao desenrolar

deste conflito de classes, os trabalhadores envolvidos com as falas de "indignação" do Sindicato – e ao terem seu "entusiasmo" provocado pela @comerciariosrj e pelas ações de rua –, são motivados a continuarem re-agindo discursivamente. A possibilidade de uma iminente "greve geral no comércio" aprovada em assembleia – um confronto inédito, radical e imprevisível – provocou intenso debate tanto na rede social, como nos locais de trabalho. Como se faz uma greve? Quais as consequências, sobretudo num contexto de desemprego crescente?

Neste contexto, os comerciários foram se concentrando entre dois grandes grupos de expressão: o "entusiasmo" e o "medo". Diferentes dos sentimentos identificados por Castells, no caso do "entusiasmo", este ainda carregava consigo a dimensão de "esperança" característica da ausência de uma considerável experiência real de participação. Há um desejo de mudança e de vir a se engajar nela, mas sem uma dimensão madura acerca da condição de participação coletiva e seus riscos. Já o "medo" apresentou-se como insegurança frente aos riscos de uma greve cuja dinâmica não ficava clara. Com isso, por sua vez, as expressões de "participação" ensaiaram-se, mas nem desenvolveram-se, nem tão pouco encontraram uma ação real e coletiva para se metabolizar como objetivações de classe.

Embora a presença em assembleias (principalmente gerada via Facebook) tenha sido pequena, o Sindicato conseguiu aumentar em 30% seu quadro de sindicalizados. Ainda que o número absoluto não tenha sido robusto, além dele ser resultante do quadro geral aqui apresentado, boa parte das 2.000 novas sindicalizações se deu de forma espontânea ou realizada durante as mobilizações. O Sindicato realizou também alguns passeios à sua Colônia de Férias para sindicalizar durante os passeios. Portanto, é possível afirmar que teria havido mais de um motivo (ainda que relacionáveis) para essas sindicalizações.

Já as assembleias refletem um contexto onde o trabalhador não alcança um tal estado de consciência em que, através das experiências coletivas de luta, objetiva como válido o esforço de decidir participar de um evento de debate e decisão coletiva, de classe, em detrimento de sua vida pessoal, por exemplo. Nas

pesquisas feitas nas assembleias percebeu-se também que o principal motivo da presença era a proximidade com o local de trabalho e a forma de comunicação que alcançou aqueles trabalhadores foram os panfletos distribuídos durante as mobilizações e passeatas da diretoria do Sindicato e suas equipes. Entretanto, poucos voltavam às assembleias seguintes.

O Sindicato, por fim, liderou a campanha salarial mais como um agente representativo por contingência (foi aceito como tal, e não constituído a partir das percepções da participação efetiva dos comerciários). Talvez por isso, com o mesmo entusiasmo que foi desacreditado quando perdeu força nas negociações, recebeu também o amplo apoio esperançoso dos trabalhadores quando as CCTs foram aprovadas.

Mês	Presença em assembleias	Sindicalizações no período
Fevereiro	66	75
Março		133
Abril		127
Maio		302
Junho (2)	113	147
Junho (24)	70	
Junho (29)	57	
Julho (6)	45	452
Julho (13)	182	
Agosto	133	318
Setembro		588
TOTAL	666	2142

Tabela 1 - Presença em assembleias e sindicalizações
Fonte: O autor (2017)

2. Participação e comunicação sindical – formas e experiências de reafetivação do trabalho vivo

Frente aos novos e velhos desafios da classe trabalhadora diante da sua possibilidade histórica de autotransformação de classe em si para classe para si, autores como Mészáros, Antunes, Alves e Furtado convergem para a tese do resgate do ser social pela e para sua protoforma – o trabalho. A questão sobre formas e experiências que buscassem o tensionamento da consciência possível em direção a rupturas sociais que, por sua vez, apontem no sentido da reafetivação do trabalho vivo foi tratada em toda a dissertação com a ajuda desses e outros autores.

Nesse sentido, Mészáros (2008, p. 12), ao mesmo tempo em que reconhece "a necessária função aglutinadora da ideologia", aponta que, frente a isso, faz-se necessário um "programa de 'desalienação' das várias formas e instrumentos da auto-objetivação humana" (op.cit, p. 59). Mas qual seria o papel dos sindicatos e outras organizações, instrumentos e formas de luta popular nesse "programa de desalienação"?

Além de diversas referências teóricas e memórias de luta, a experiência empírica como comunicador popular e sindical e como pesquisador deste objeto apontam para crença num amplo campo de possibilidades relacionadas à determinadas linhas gerais importantes para essa construção. Como aponta Mészáros, se faz necessário a produção e vivência de "contra-práxis" socialistas, coletivas. Que criem experiências de diferentes formatos (sistêmicas, efêmeras, por nicho, como contra-narrativas etc.) que procurem enfraquecer as crenças contrárias (idealísticas, alienadoras, hedonistas, individualizadoras, predadoras sociais). Tal como "bolhas" de espaço e tempo, de experiências de solidariedade e fruição onde o trabalhador possa re-ver sua condição do ponto de vista do ser social que ele pode almejar ser. "Bolhas" como processos de luta, em sindicatos, espaços, ações, práticas, narrativas de pertencimento como classe produtora e reprodutora da vida social. Onde os laços coletivos, sociais, de e para a luta de classes – a inquietude, a memória histórica e fraternidade de classe – sejam resgatados, descobertos, atualizados, criados. "Bolhas" de experiências da luta de classes em suas múltiplas

formas, desde a greve até atividades socioculturais tão prazerosas quanto críticas. "Bolhas" de reafirmação do ser social, onde a solidariedade e a experiência fraterna sejam formas de acesso ou performance dessa reafirmação. Ações que gerem memória e resgatem sua importância.

O que interessa aqui, pois, é reconhecer a existência de oportunidades (e obrigações) de formação e fomento de experiências, laços, vínculos, comprometimentos, crenças e valores de desreificação do ser social. Capazes não apenas de dar sentido à vida de lideranças e militantes, mas também de massas de trabalhadoras e trabalhadores. Essas experiências, práticas e éticas, reitera-se, se dão na luta (de classes). Mas essa luta tem tantas (e novas) formas quanto mais se torna complexo o sociometabolismo do capital.

Por fim, é reconhecível o momento crítico e de esvaziamento, perda de centralidade e mesmo de confusão de papéis das organizações sindicais no Brasil e no mundo. É reconhecível também que, dentre muitas categorias profissionais os comerciários historicamente não venham a se caracterizar como uma categoria de protagonismo no movimento sindical – principalmente dadas determinadas características suas tratadas ao longo da dissertação. Mas também é preciso reconhecer que a partir do fim da Era Mata Roma talvez possamos assistir a determinadas transformações nos estados de consciência desses trabalhadores e, conseqüentemente, mudanças nos níveis de organização e ação sindical. Certamente não a um nível surpreendente e extraordinário, mas, reiterando, podendo alcançar uma potencialidade possível, impedida por décadas de assistencialismo e colaboracionismo. Em outras palavras, o que pode acontecer quando o segundo maior Sindicato de Comerciários do Brasil passa a ser dirigido por trabalhadores com uma crescente consciência anticapitalista?

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

A atualidade de Marx. Palestra com Ricardo Antunes. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=YpJ0SayJzdM&list=WL&index=4>> .

Acesso em: 17 fev. 2017.

AGUIAR, Janecleide M. O movimento dos trabalhadores rurais sem terra e o projeto de reforma agrária popular: as tecnologias digitais na construção das formas insurgentes de luta política no século XXI. 2016. Tese (Doutorado em Psicossociologia de Comunid.E Ecologia Social) - Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro.

AGUIAR, Janecleide Moura. O movimento dos trabalhadores rurais sem terra e o projeto de reforma agrária popular: as tecnologias digitais na construção das formas insurgentes de luta política no século XXI. 2016. Tese (Doutorado em Psicossociologia de Comunidades e Ecologia Social) - Programa EICOS, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2016.

ALVES, Giovanni. Trabalho e sindicalismo no Brasil: um balanço crítico da “década neoliberal” (1990-2000). Revista Sociol. Polít., Curitiba, 19, p. 71-94, nov. 2002. Disponível em: <<http://revistas.ufpr.br/rsp/article/view/3620>>. Acesso em: 17 fev. 2017.

ALVES, Giovanni. Trabalho e subjetividade - O metabolismo social da reestruturação produtiva do capital. Marília, 2008.

ALVES, Giovanni. Trabalho, subjetividade e capitalismo manipulatório - O novo metabolismo social do trabalho e a precarização do homem que trabalha. In: Revista da RET - Rede de Estudos do Trabalho. n. 8, 2011.

AMARAL, A.; NATAL, G.; VIANA, L. Netnografia como aporte metodológico na pesquisa em comunicação digital. In: Revista FAMECOS, Porto Alegre n. 20, dez.

2008. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/famecos/article/viewFile/4829/3687>>. Acesso em: 22 fev. 2017.

ANTUNES, Ricardo. Adeus ao trabalho? Ensaio sobre as metamorfoses e a centralidade do mundo do trabalho. 16. ed. São Paulo: Cortez, 2015.

BOURDIEU, P. e SAINT-MARTIN, M. Goffts de classe et styles de vie. Actes de la Recherche en Sciences Sociales, n. 5 , out. 1976, p. 18-43. Traduzido por Paula Montero.

Brasil. Presidência da República. Secretaria de Comunicação Social. Pesquisa brasileira de mídia 2015 : hábitos de consumo de mídia pela população brasileira. Brasília : Secom, 2014. Disponível em: <<http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2015.pdf>>. Acesso em: 22 fev. 2017.

Brasil. Presidência da República. Secretaria de Comunicação Social. Pesquisa brasileira de mídia 2016 : hábitos de consumo de mídia pela população brasileira. Brasília : Secom, 2017. Disponível em: <<http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2016.pdf/view>>. Acesso em: 22 fev. 2017.

BROWN, A.; DOWLING, P. Doing research/reading research: a Doing research/reading research mode of interrogation for teaching. Londres: Routledge Falmer, 2001.

CAMPOS, Regina H Freitas (org.). Psicologia social comunitária. 13. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2007.

CASTELLS, Manuel. Redes de indignação e esperança: movimentos sociais na era da internet. Tradução Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

CHAUÍ, M de S. Ideologia e Educação. In: Educação & Sociedade. 1980, nº5, pp. 24-40.

CHAUÍ, Marilena. O que é ideologia. 2014. Disponível em: <<http://bibliotecadigital.puc-campinas.edu.br/services/e-books/Marilena%20Chau%ED-1.pdf>>. Acesso em: 14 fev. 2017.

COMTE-SPONVILLE, André. A felicidade, desesperadamente. Rio de Janeiro: Martins Fontes, 2010.

COSTA, Ana de Lourdes R. Epaços negros: "cantos" e "lojas" em Salvador no Século XIX. In: Caderno CRH. Suplemento, p. 18-34. Bahia: UFBA, 1991. Disponível em:

<<https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ri/2097/1/CadCRH-2007-391.pdf>>.
Acesso em: 8 mar. 2017.

DANTAS, Bruna S. do A. Contribuições teóricas ao estudo psicopolítico da ideologia. *Teoría y Crítica de la Psicología*. v. 6, p. 77-101, 2015. Disponível em: <<http://www.teocripsi.com/ojs/>>. Acesso em: 21 fev. 2017.

DUARTE, Newton. Formação do indivíduo, consciência e alienação: o ser humano na psicologia de A. N. Leontiev. In: *Cad. CEDES*. v.24 n.62, p. 44-63, 2004. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1590/S0101-32622004000100004>>. Acesso em: 21 fev. 2017.

FACHEL, José Fraga; MARIÑO, Juan Mario F. A consciência de classe: um intento de mensuração. In: *Enmos FEE*, Porto Alegre, 2, p. 119-134, 1981. Disponível em: <<http://docplayer.com.br/34411035-A-exposicao-relativamente-detalhada-da-teoria-e-metodologia-da-questao-obedece-tambem-ao-interesse-didatico-que-a-companha-o-trabalho.html>>. Acesso em: 22 fev. 2017.

FAIRCLOUGH, Norman. Análise crítica do discurso como método em pesquisa social científica. *Revista Linha d’Água*, n. 25 (2), p. 307-329, 2012.

FAIRCLOUGH, Norman. *Discurso e mudança social*. Brasília: Universidade de Brasília, 2001.

FARIAS, Juliana Barreto. Mercado em greve: protestos e organização dos trabalhadores da Praça das Marinhas, Rio de Janeiro/século XIX. In: *XIX ENCONTRO REGIONAL DE HISTÓRIA: Poder, Violência e Exclusão*. São Paulo, ANPUH/SP-USP, 2008. Disponível em: <<http://www.anpuhsp.org.br/sp/downloads/CD%20XIX/PDF/Autores%20e%20Artigos/Juliana%20Barreto%20Farias.pdf>>. Acesso em: 8 mar. 2017.

FECOMERCIO-RJ. *Mapa Estratégico do Comércio do Rio de Janeiro - 2016*. Disponível em: <<http://www.mapadocomerciorj.com.br/>>. Acesso em: 8 mar. 2017.

FÉLIX, Luciene. Platão e o Mito da Caverna. O que é ser filósofo?. In: *Conhecimento sem fronteiras - Artigos de Filosofia*. Disponível em:

<http://www.esdc.com.br/CSF/artigo_2009_06_Platao_e_o_Mito_da_Caverna.htm>. Acesso em: 20 mar. 2017.

FONSECA, Igor Ferraz; BURSZTYN, Marcel. A banalização da sustentabilidade: reflexões sobre governança ambiental em escala local. *Sociedade e Estado*, Brasília, v. 24, n. 1, p. 17-46, jan./abr. 2009. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/se/v24n1/a03v24n1.pdf>>. Acesso em: 14 fev. 2017.

FONTES, Virgínia. *O Brasil e o capital-imperialismo*. 2. ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 2010. Disponível em: <http://resistir.info/livros/brasil_capital_imperialismo.pdf>. Acesso em: 13 de fev. 2017.

FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana. *Métodos de pesquisa para internet*. Porto Alegre: Sulina, 2011.

FRANÇA, Luzimar B. J. A precarização do trabalho e o comerciário do Carrefour. In: *Revista Pegada*. v. 10 n.1. São Paulo: Unesp, 2009. Disponível em: <<http://revista.fct.unesp.br/index.php/pegada/article/view/1680> >. Acesso em: 8 mar. 2017.

FRANÇA, Luzimar Barreto J. A precarização do trabalho e o comerciário do Carrefour. In: *Revista Pegada*. v.10 n.1, jun. 2009.

FREDERICO, Celso. Comunicação, recepção e consciência possível - a contribuição de Lucien Goldmann. In: *Revista Novos Olhares - ECA/USP*. N. 10, 2º semestre de 2002.

FREDERICO, Celso. *Consciência operária no Brasil: estudo com um grupo de trabalhadores*. São Paulo: Ática, 1978.

FREIRE, Isa Maria. Informação; consciência possível; campo. Um exercício com construtos teóricos. In: *Revista Ciência da Informação*, v. 24 n.1, 1995. Disponível em: <<http://revista.ibict.br/ciinf/article/viewFile/619/621>>. Acesso em: 15 fev. 2017.

FREIRE, Paulo. *Extensão ou comunicação?*. 8. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1985.

FURTADO, Odair. O psiquismo e a subjetividade social. In: BOCK, Ana M. Bahia; GONÇALVES, M. Graça M; FURTADO, Odair (Orgs.). Psicologia sócio-histórica: uma perspectiva crítica em psicologia. cap.4. São Paulo: Cortez, 2010

GIANNOTTI, Vito. História das lutas dos trabalhadores do Brasil. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007.

GOHN, Maria da Glória. Teorias dos movimentos sociais: Paradigmas clássicos e contemporâneos. 8. Ed. São Paulo: Loyola, 2010.

GOLDMANN, Lucien. A criação cultural na sociedade moderna. São Paulo: Difusão Européia do Livro, 1972.

GOMES, Angela de Castro. Ministério do Trabalho: uma história vivida e contada. Rio de Janeiro: CPDOC, 2007. Disponível em: <http://cpdoc.fgv.br/producao_intelectual/arq/1699.pdf>. Acesso em: 21 mar. 2017.

GRAMSCI, Antonio. Cadernos do Cárcere. v. 3. 4. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2011.

HABERMAS, Jurgen. Teoria do agir comunicativo. São Paulo: WMF MARTINS FONTES, 2012.

HINE, C. Virtual Ethnography. London: SAGE Publications, 2000

IASI, Mauro Luis. Classe e consciência de classe no Brasil: contestação e amoldamento. In: 32º Encontro Anual da Anpocs, Caxambu, MG, 2008.

IASI, Mauro Luis. Processo de consciência. São Paulo: CPV, 1999.

Ideologia e política no último Lukács. Curso online sobre Lukács com José Paulo Netto e Ronaldo Fortes. TV Boitempo. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=jWCjQVptv7w&feature=youtu.be>>. Acesso em: 29 mar. 2017.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Pesquisa Anual do Comércio. v. 26. Rio de Janeiro: IBGE, 2016. Disponível em:

<<http://biblioteca.ibge.gov.br/biblioteca-catalogo?id=755&view=detalhes>>. Acesso em: 8 mar. 2017.

IPEA. Vendas on-line no Brasil: uma análise do perfil dos usuários e da oferta pelo setor do comércio. n. 95. IPEA, 2011. Disponível em: <http://www.ipea.gov.br/portal/index.php?option=com_content&view=article&id=8717>. Acesso em: 8 mar. 2017.

JACOBY, Russel (1977) Amnésia social, uma crítica à psicologia conformista, de Adlora Laing. Rio de Janeiro: Editora Zahar.

KOLAKOWSKI, L. Las principales corrientes del marxismo. La crisis. v. 3. Madrid: Alianza Universidad, 1983.

KOZINETTS, Robert. Netnography: doing ethnographic research online. London: Sage, 2010.

LAMOSA, Rodrigo; LOUREIRO, Carlos Frederico B. Agronegócio e educação ambiental: uma análise crítica. In: Ensaio: aval. pol. públ. Educ., Rio de Janeiro, v. 22, n. 83, p. 533-554, abr./jun. 2014. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ensaio/v22n83/a11v22n83.pdf>>. Acesso em: 14 fev. 2017.

LENIN, Vladimir I. A Propósito da Dialética. In: Socialismo & Democracia. São Paulo: Alfa Omega, 1984.

LEONTIEV, A.N. O desenvolvimento do psiquismo. Lisboa: Livros Horizonte, 1978b.

LIMA, Vinicius Cesca. Psicologia da pobreza e pobreza da psicologia: um estudo sobre o trabalho de psicólogas(os) na política pública de assistência social. 2014. Dissertação (Mestrado em Psicologia Social) - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo.

LOUREIRO, Carlos Frederico B. Ecologia política, justiça e educação ambiental crítica: perspectivas de aliança contra-hegemônica. In: Trab. Educ. Saúde, Rio de Janeiro, v. 11 n. 1, p. 53-71, jan./abr. 2013.

LUKÁCS, Georg. História e Consciência de Classe: Estudos sobre a dialética marxista. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

MACHADO, Humberto Fernandes. Imprensa e abolicionismo no Rio de Janeiro. In: XXII SIMPÓSIO NACIONAL DE HISTÓRIA. João Pessoa, UFPB, 2003. Disponível em: <<http://anais.anpuh.org/wp-content/uploads/mp/pdf/ANPUH.S22.297.pdf>>. Acesso em: 8 mar. 2017.

MACIEL, Laura Antunes. Imprensa de trabalhadores, feita por trabalhadores, para trabalhadores?. In: Revista História & Perspectivas, Uberlândia. v.1 n.39, p. 89-135, jul./dez. 2008. Disponível em: <<http://www.seer.ufu.br/index.php/historiaperspectivas/article/viewFile/19190/10328>>. Acesso em: 15 fev. 2017.

MARTÍN-BARÓ, I. Acción e Ideología: Psicología Social desde Centroamérica. San Salvador: UCA Editores, 2001.

MARTÍN-BARÓ, I. Hacia una psicología de la liberación. Boletín de Psicología, n. 22, p. 219-231, 1986. Disponível em: <<http://www.uca.edu.sv/deptos/psicolog/hacia.htm>>. Acesso em: 22 fev. 2017.

MARTINHO, Lenira M.; GORENSTEIN, Riva. Negociantes e Caixeiros na Sociedade da Independência. v. 24. Rio de Janeiro: Secretaria Municipal de Cultura, Turismo e Esporte, 1992. Disponível em: <http://www.rio.rj.gov.br/dlstatic/10112/4204210/4101385/negociantes_caix_socied_indep.pdf>. Acesso em: 21 mar. 2017

MARX, Karl & ENGELS, Friedrich. A Ideologia Alemã. 3a edição, São Paulo, Ciências Humanas, 1982.

MARX, Karl. Contribuição à crítica da economia política. 2. ed. São Paulo: Expressão Popular, 2008

MARX, Karl. Manuscritos econômico-filosóficos. São Paulo: Boitempo, 2004.

MARX, Karl. O caráter fetichista da mercadoria e seu segredo. In: O Capital. 2. ed. p. 206-7. São Paulo: Boitempo, 2013.

MARX, Karl. Produtividade do capital, trabalho produtivo e improdutivo. In: Teorias da Mais Valia - Livro 4. v. 1. p. 384-406. São Paulo: Bertrand Brasil, 1987. Disponível em:

<<https://www.marxists.org/portugues/marx/1863/mes/prodcapital.htm>>. Acesso em: 8 mar. 2017.

MATTOS, Marcelo Badaró. Escravizados e livres: experiências comuns na formação da classe trabalhadora carioca. Rio de Janeiro: Bom Texto, 2009.

MÉSZÁROS, István. A teoria da alienação em Marx. São Paulo: Boitempo, 2016.

MESZÁROS, Istvan. Filosofia, ideologia e ciência social - Ensaio de negação e afirmação. São Paulo: Ensaio, 2008. Disponível em: <<https://pt.scribd.com/document/113135735/Ensaio-de-negacao-e-afirmacao-Mezzaros-pdf>>. Acesso em: 13 fev. 2017.

MÉSZÁROS, István. Para além do capital rumo a uma teoria da transição. São Paulo: Boitempo, 2002.

MONTAÑO, Carlos; DURIGUETTO, Maria Lúcia. Estado, classe e movimento social. São Paulo: Cortez, 2010.

NAGASAVA, Heliene C. O sindicato que a ditadura queria: o Ministério do Trabalho no governo Castelo Branco (1964-1967). 2015. Dissertação (Mestrado em História, Política e Bens Culturais) - Fundação Getúlio Vargas, Rio de Janeiro. Disponível em: <<http://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/bitstream/handle/10438/14205/Heliene%20Chaves%20Nagasava.%20O%20sindicato%20que%20a%20ditadura%20queria.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 21 mar. 2017.

ORLANDI, Eni Puccinelli. Análise de Discurso: princípios & procedimentos. 8. ed. Campinas: Pontes, 2009.

PAVÓN-CUÉLLAR, David. Por la objetividad y contra la imparcialidad: el compromiso en la reflexión epistemológica de Ignacio Martín-Baró. In: Teoría y Crítica de la Psicología 6. ed, 2015, p. 12-25. Disponível em: <<http://www.teocripsi.com/ojs/>>. Acesso em: 24 fev. 2017.

PÊCHEUX, M. Semântica e Discurso - uma crítica à afirmação do óbvio. Campinas: Unicamp, 1995.

PENNA, Antonio Gomes. Consciência real e consciência possível. In: Arq. bras. Psic. Rio de Janeiro, 38(4):22-6, out./dez. 1985. Disponível em:

<<http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/abp/article/viewFile/19327/18070>>. Acesso em: 15 fev. 2017.

POLIVANOV, Beatriz. Etnografia virtual, netnografia ou apenas etnografia? Implicações dos conceitos. Revista Esferas. Ano 2, n 3, dez, 2013.

POPINIGIS, Fabiane. As sociedades caixeirais e o fechamento das portas no Rio de Janeiro (1850-1912). In: Cad. AEL, v.6, n.10/11, p. 111-144, 1999. Disponível em: <http://segall.ifch.unicamp.br/site_ael_antes_migracao/AEL/website-ael_publicacoes/cad-10/Artigo-4-p109.pdf>. Acesso em: 15 fev. 2017.

POPINIGIS, Fabiane. Proletários de casaca: trabalhadores do comércio carioca (1850-1911). Campinas, São Paulo; Editora da Unicamp, 2007.

POPINIGIS, Fabiane. Proletários de casaca. Rio de Janeiro: Unicamp, 2007.

PRADO, Marco Aurélio M. A psicologia comunitária nas Américas: o individualismo, o comunitarismo e a exclusão do político. In: Psicologia: reflexão e crítica. Porto Alegre: UFRGS, 2002. v. 15 n.1, p. 201-210. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/prc/v15n1/a21v15n1.pdf>>. Acesso em: 15 fev. 2017.

Programa Fantástico da Emissora Rede Globo de Televisão. Disponível em: <<http://g1.globo.com/fantastico/noticia/2015/06/dirigentes-de-sindicatos-enriquecem-com-desvio-de-dinheiro.html>>. Acesso em: 21 fev. 2017.

Recorte Subjetivo. Palestra com Giovanni Alves. Canal Nemo. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=TVBTbLAQXjg>>. Acesso em: 29 mar. 2017.

RECUERO, Raquel da Cunha. A internet e a nova revolução na comunicação mundial. Ensaio apresentado na disciplina de História das Tecnologias de Comunicação na Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUC/RS). dez. 2000.

SCHETTINI, Cristiana; POPINIGIS, Fabiane. Empregados do comércio e prostitutas na formação da classe trabalhadora no Rio de Janeiro republicano. In: Revista ArtCultura, v. 11 n. 19, p. 57-74. Uberlândia, jul/dez, 2009.

Disponível em: <http://www.artcultura.inhis.ufu.br/PDF19/c_schettini_19.pdf>. Acesso em: 8 mar. 2017.

SILVA, Érica Sarmiento. Greves, dinamites e boicotes: galegos anarquistas no Rio de Janeiro. In: Maracanan - Rio de Janeiro, n 6, p. 75-95, 2010.

SILVA, Jailson de Souza; BARBOSA, Jorge Luiz; FAUSTINI, Marcus Vinícius. O novo carioca. Rio de Janeiro: Mórula, 2012.

SIMMEL, Georg. A metrópole e a vida mental. In: VELHO, O. G. (Org.). O fenômeno urbano. Rio de Janeiro: Zahar, 1967. Disponível em: <http://www.marcoareliosc.com.br/03velho_completo.pdf>. Acesso em: 15 fev. 2017.

SINDICATO DOS COMERCIÁRIOS DO RIO DE JANEIRO. Site SECRJ. Disponível em: <<https://secrj.org.br>>. Acesso em: 10 fev. 2017.

SINDICATO DOS EMPREGADOS NO COMÉRCIO DO RIO DE JANEIRO. 100 anos, um século de conquistas. Rio de Janeiro: SECRJ, 2008.

THOMPSON, E. P; organizadores: Antonio Luigi Negro e Sergio Silva. As peculiaridades dos ingleses e outros artigos. Campinas, SP: Unicamp, 2001.

TORO, José Bernardo; WERNECK, Nisia M. D. Mobilização social: um modo de construir a democracia e a participação. Brasil: Unicef, 1996. Disponível em: <<http://www.jornalescolar.org.br/wp-content/uploads/2012/09/mobilizacao-social-bernardo-toro-e-nisia-maria-duarte-verneck.pdf>>. Acesso em: 13 fev. 2017.

TOURAINE, Alain. La conscience ouvrière. Paris: Seuil, 1966.

TRIPP, David. Pesquisa-ação: uma introdução metodológica. In: Educação e Pesquisa, São Paulo, v. 31 n. 3, p. 443-466, set./dez. 2005. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ep/v31n3/a09v31n3>>. Acesso em: 21 fev. 2017.

TRÓPIA, Patrícia Vieira. Resistências e mobilizações dos trabalhadores no comércio no Brasil. In: Congresso Brasa XII, Londres, 2014. Disponível em: <<http://www.brasa.org/congresso-brasa-xii/>>. Acesso em: 15 fev. 2017.

TRÓPIA, Patrícia Vieira. Classe média, situação de trabalho e comportamento sindical: o caso dos comerciários de São Paulo, Dissertação de Mestrado, Campinas: IFCH-Unicamp, 1994.

VASCONCELOS, E.M. Complexidade e pesquisa Interdisciplinar: epistemologia e metodologia operativa. Petrópolis: Vozes, 2007.

ANEXO A - Convite



Of. Nº 06/2015 - PRE

Rio de Janeiro, 14 de setembro de 2015.

Ao Srs.

PROFª. TANIA MARIA DE FREITAS BARROS MACIEL

Programa de Pós-graduação em Psicossociologia de Comunidades e Ecologia Social – EICOS

LUIS HENRIQUE NASCIMENTO GONÇALVES

Coordenador Executivo do Setor de Comunicação Integrada e Marketing Social do Sindicato dos Empregados no Comércio do Rio de Janeiro

Assunto: Convite

Prezados Senhores

Considerando os diversos pontos de convergência sociopolítica e epistemológica entre o Programa EICOS/IP/UFRJ (Psicologia Social de Comunidades, contando com bibliografias e professores do campo materialismo histórico e dialético) e a nova diretoria do Sindicato dos Comerciantes do Rio de Janeiro (SECRJ);

Considerando, ainda, que o mestrando Luis Henrique Nascimento, além de coordenador-executivo do Setor de Comunicação Integrada e Marketing Social (SCIM) do sindicato tem como cerne do seu pré-projeto o estudo do desenvolvimento de comportamentos coletivos sociais e ambientais; e

Que, por iniciativa do referido profissional o SECRJ iniciará um ciclo de pesquisas quantitativas e qualitativas compatível e ajustável aos métodos acadêmicos de Estudo de Caso (ver anexo).

A Diretoria do SECRJ convida o referido profissional e pesquisador a transferir seu projeto de pesquisa de mestrado para a seguinte temática "A formação de conhecimentos, atitudes e práticas classistas – um estudo de caso sobre o Sindicato dos Comerciantes do Rio de Janeiro".

Dessa forma, o Ciclo de Pesquisas 2º semestre 2015 do SECRJ, mantendo seu vínculo de objetivos, métodos, condições éticas e de cronograma sob controle do sindicato passa a integrar o material de campo do pesquisador, no referido formato de Estudo de Caso. Com isso, o SECRJ espera qualificar e validar suas pesquisas a partir de padrões acadêmicos, bem como espera ter sua inédita experiência fazendo parte do acervo de pesquisa acadêmicas da UFRJ e CAPES.

Atenciosamente,

MÁRCIO AYER
Presidente

GABINETE DA PRESIDÊNCIA

Sindicato dos Empregados no Comércio do Rio de Janeiro | CNPJ 33.644.360/0001-85
Rua André Cavalcanti, 33. Bairro de Fátima, Rio de Janeiro - RJ. CEP 20231-050 | secrj.org.br | 21 3266-4100

ANEXO B - Questionário Opinião e Perfil



Pesquisa de opinião e perfil – Assembleia 24/6

- 1) Idade?
☐ 18 a 25 anos
☐ 26 a 30 anos
☐ 31 a 35 anos
☐ 36 a 40 anos
☐ 41 a 45 anos
☐ 46 a 50 anos
☐ 51 anos ou mais
- 2) Gênero:
- 3) Qual sua empresa?
- 4) Loja e bairro?
- 5) Há quanto tempo que trabalha no comércio?
☐ até 1 ano | ☐ 2 a 5 anos | ☐ 6 a 10 anos | ☐ mais de 10 anos
- 6) Em média, qual seu salário?
☐ até R\$ 1.000
☐ até R\$ 3.000
☐ acima R\$ 3.000
- 7) É sócio?
☐ sim
☐ não. Por quê? _____
- 8) Há quanto tempo conhece o sindicato?
☐ Há 1 ano | ☐ 2 a 5 anos | ☐ 6 a 10 anos | ☐ mais de 10 anos
- 9) Você já participou de alguma assembleia do sindicato? Qual?
- 10) Como ficou sabendo da assembleia?
☐ Facebook
☐ WhatsApp
☐ Panfleto
☐ Jornal do Comerciante
☐ Amigos
☐ Carro de som



() Outros. Quais? _____

11) Conhece algum canal de comunicação do sindicato. Qual?

12) Conhece algum diretor do sindicato? Quem?

13) Já participa de algum movimento social? Qual?

- () Comunitário
- () Ambientalista
- () Religioso
- () Movimento de mulheres
- () Movimento negro
- () Estudantil
- () LGBT
- () Cultural
- () Outros

14) Quais os temas que devem ser priorizados pelo sindicato?



ANEXO C - Postagens analisadas

		29/2	10/3	11/04
MARCO	TOTAIS	PRE-PARA	AÇÕES DE ENTRADA	INCIDÊNCIA POLÍTICA
FATO	22	ASSEMBLEIA APROVA REIVINDICAÇÕES PARA A CAMPANHA SALARIAL - reforço da narrativa de lançamento da campanha através de vídeo	INÍCIO (2ª AÇÃO DE RUA) DAS MOBILIZAÇÕES - Copacabana	ENGAJAMENTO SINDICATO CAMPANHA CONTRA IMPEACHMENT - ocorrência paralela à campanha com grande engajamento NEGATIVO
POSTAGEM		TV ComércioRio: FOI DADA A LARGADA PARA A CAMPANHA SALARIAL	ARRASTÃO COMERCÁRIO EM COPACABANA	SÔ QUEM PERDE É O TRABALHADOR!
EXIBIÇÕES (ALCANCE)	3.020.600	127,2	30,9	34,4
ENVOLVE	7%	1%	6%	3%
COMENTÁRIOS	5.323	51	36	162
\$	R\$ 2.360,00	R\$ 50,00	R\$ 30,00	R\$ 40,00
		alcance > 100k		

12/4 - negociação Sindromed

18 - negociação Sindilojas

11/05	23/05	31/05	06/06
AÇÕES DE ENTRADA	AÇÃO SINDICAL	ASSEMBLEIA	ASSEMBLEIA
VÍDEO OFICIAL DA CAMPANHA SALARIAL	EXPLICAÇÃO SOBRE FERIADO (4) - situação paralela à campanha, superpost explicativo de grande engajamento	PROPOSTA DE 8% DOS PATRÕES E CONVOCAÇÃO PARA ASSEMBLEIA E GREVE - Sem ganho real, vai ter greve!	INDICATIVO DE GREVE (2)
APERTE O PLAY	FERIADO: EXIJA SEUS DIREITOS!	SÓ 8% DE AUMENTO É ESCULACHO!	SAIBA COMO FOI NOSSA ASSEMBLEIA GERAL
359,1	267,2	224,6	99,7
1%	9%	6%	2%
186	558	416	72
R\$ 500,00	R\$ 150,00	R\$ 150,00	R\$ 100,00
alcance > 100k	alcance > 100k	alcance > 100k	alcance > 100k
negociação Sindilojas		30 - negociação Fecomércio	1 - negociação Sindilojas
3 - negociação Sindgêneros			2 - negociação Sindgêneros

13/06	20/06	21/06	27/06
NEGOCIAÇÃO	ASSEMBLEIA	ASSEMBLEIA	ASSEMBLEIA
REUNIÃO COM O SINDILOJAS	CONVOCAÇÃO DA ASSEMBLEIA GERAL PARA APROVAÇÃO DA GREVE (1)	CONVOCAÇÃO DA ASSEMBLEIA GERAL PARA APROVAÇÃO DA GREVE (2)	ASSEMBLEIA PARA APROVAÇÃO DA GREVE (2)
PATRÃO: FALTAM 7 DIAS PARA ABRIR A MÃO!	>> ASSEMBLEIA GERAL <<	Chegou ao fim o prazo dado aos patrões	Assamblea - ORGANIZAR A GREVE NO COMÉRCIO DO RIO
26,9	44,8	143,5	160,6
9%	8%	7%	6%
74	111	262	229
*	R\$ 20,00	R\$ 150,00	R\$ 150,00
		alcance > 100k	alcance > 100k

15 - negociação Sindisider

16 - negociação Sindgêneros

05/07	07/07	08/07	09/07
AÇÃO SINDICAL	NEGOCIAÇÃO	AÇÃO SINDICAL	ASSEMBLEIA
SINDICATO FISCALIZA IRREGULARIDADES NO GUANABARA (3) - Balanço no Guanabara	ALTERAÇÃO NA PROPOSTA DOS PATRÕES REJEITADA PELO SINDICATO (2)	SINDICATO CONFRONTA AQUAMAR SOBRE DENÚNCIAS ANÔNIMAS	CONVOCAÇÃO PARA ASSEMBLEIA - trabalho no Natal e Ano Novo
📢 VITÓRIA CONFIRMADA!	PATRÃO TENTA EMPURRAR GATO POR LEBRE 📢	Aquamar, SUA BATATA TÁ ASSANDO! 📢	O PATRÃO FICOU MALUCO!!!!📢
143,6	112,4	40,4	265,3
9%	6%	14%	5%
256	103	152	231
R\$ 50,00	R\$ 100,00	*	R\$ 200,00
alcance > 100k	alcance > 100k	envolvimento > 10%	alcance > 100k
	negociação Sindromed		12 - vencimento do banco de horas p a base sindilojas

14/07	19/07	08/08	05/09
ASSEMBLEIA	ACORDO	ACORDO	ACORDO
RESULTADO DA ASSEMBLEIA (2)	ASSINATURA DA CONVENÇÃO COLETIVA SINDIGÊNEROS (1)	JUSTIÇA DO TRABALHO ESTABELECE PRAZOS PARA AS PROPOSTAS DOS PATRÕES (SINDILOJAS)	VITÓRIA COM REAJUSTE DE 10%
Nosso presidente Marcio Ayer explica tudo que rolou na assembleia de ontem	10% GARANTIDO PRA QUEM TRABALHA EM SUPERMERCADO!	⚔️ PATRÕES SÃO ENQUADRADOS PELA JUSTIÇA ⚔️	📢ATENÇÃO! ATENÇÃO, COMERCÍARIOS!📢
97,1	120,7	24,7	140,7
5%	8%	5	8%
143	409	224	649
R\$ 150,00	R\$ 100,00		R\$ 100,00
alcance > 100k	alcance > 100k		alcance > 100k
13 - negociação Sindilojas e Sindgêneros	negociação Sindgêneros		
	21 - negociação Fecomércio		