

Mediatização e Opinião Pública: espaços de opinião sobre o tema jornada 6x1¹

Marcelo Lattuada Bento²
Bernardo Ouriques de Alencastro³
Júlia Gomes Cortes Verbist⁴
Fabiane Sgorla⁵

Universidade Federal do Rio Grande do Sul - UFRGS

RESUMO

Este artigo propõe um debate relacionando Mediatização e Opinião Pública, a partir da análise do perfil “Trabalhadores do Zaffari” no Instagram, que tem intuito de denunciar práticas laborais abusivas por parte da empresa com seus empregados, como a polêmica da escala de trabalho 6x1. O estudo tem um percurso metodológico quantitativo e qualitativo, tendo a pesquisa bibliográfica e documental (Gil, 2021) como âncora para as análises e as interpretações.

PALAVRAS-CHAVE: mediatização; opinião pública; instagram; jornada 6x1; Zaffari.

INTRODUÇÃO

Prevista na lei nº 5.452, de 1º de maio de 1943, a jornada de trabalho no modelo 6x1, surgiu junto com a criação do Conjunto das Leis do Trabalho, porém este modelo começou voltar à pauta em 2024. Em novembro de 2024, o deputado do estado do Rio de Janeiro, Rick Azevedo (PSOL), colocou o tema em discussão no Congresso Nacional. Na ocasião, o deputado alegou que o modelo de descanso de somente um dia da semana não é justo e os trabalhadores merecem ter vida além do trabalho e com isso criou o movimento VAT (Vida Além do Trabalho) (DIAP, 2024). Após isso, a também deputada Érika Hilton (PSOL), fez uma Proposta de Emenda à Constituição (PEC), para a proibição do modelo 6x1, ampliando a discussão.

Naquele período, o tema da escala 6x1, que é de interesse público, na lógica da sociedade em mediatização, expandiu-se por diversas mídias. Foi possível ver uma série de depoimentos de trabalhadores em redes sociais, contando os desafios de suas jornadas, trazendo relatos de longas horas ininterruptas de trabalho. Algumas organizações até se posicionaram em sua defesa e outras silenciaram. Os veículos de

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho “Produção de sentido na mídia digital” evento integrante da programação do 24º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 3 a 5 de julho de 2025.

² Graduando em Relações Públicas da UFRGS, email: bentomarc1109@gmail.com

³ Graduando em Relações Públicas da UFRGS, email: alencastrobe@gmail.com

⁴ Graduanda em Relações Públicas da UFRGS, email: juverbist@gmail.com

⁵ Professora orientadora, Curso de Relações Públicas da UFRGS, email: fabiane.sgorla@ufrgs.br.

imprensa produziram conteúdos relacionados ao assunto, mostrando diferentes pontos de vista.

Dentre as organizações comentadas no período, destacamos para esta pesquisa a Companhia Zaffari, uma rede de supermercados e hipermercados brasileira com forte presença no Rio Grande do Sul, que foi impactada após o surgimento em diversos relatos de funcionários acusando a empresa de condições precárias de trabalho, com jornadas de trabalho 10x1 e abusos morais.

Devido a isso, no dia 23 de dezembro de 2024, a conta no Instagram “Trabalhadores do Zaffari” foi criada por, até então, membros anônimos. Atualmente, a página conta com 17,7 mil seguidores, tendo como data de coleta no dia 12/05/2025. No momento de sua criação, os conteúdos relacionados ao perfil eram, principalmente, sobre manifestações, discussões e relatos dos trabalhadores da Companhia Zaffari, ganhando visibilidade ao divulgar as datas das manifestações como a paralisação no dia 1º de maio de 2025, Dia do Trabalhador. Essa atitude de mobilização nas redes sociais por parte dos funcionários e sua repercussão expressiva com um alto número de seguidores, revela o caráter potencializador que o fenômeno da midiatização exerce nesses ambientes digitais, promovendo a opinião pública a partir do momento que ao estabelecer presença em um perfil aberto no Instagram, envolve não somente os afetados pelas condições de trabalho, mas também a sociedade que se posiciona de maneira participativa na discussão.

Frente a esse caso, o presente artigo tem o objetivo de refletir sobre os impactos da midiatização da sociedade no processo de debate público e na construção da opinião pública a partir do caso no perfil do Instagram “Trabalhadores do Zaffari”, evidenciando as opiniões circulantes nesse perfil. Para tanto, propomos uma pesquisa de abordagem qualitativa, com base na técnica da pesquisa bibliográfica e documental (Gil, 2021). O artigo está organizado em uma discussão teórica, análise e interpretações dos dados encontrados no perfil e considerações finais.

Discussão teórica

Com a relevância que o perfil “Trabalhadores do Zaffari” obteve, torna-se pertinente uma reflexão relacionada com os conceitos de midiatização e opinião pública, a partir respectivamente de Hjarvard (2014) e Da Viá (1983).

Apesar de ter passado por um processo gradual de mudança, a opinião pública, de acordo com Da Viá (1983), obteve sua ascensão principalmente por fatores como: o aumento do poder econômico da classe média; difusão da alfabetização; substituição da literatura religiosa por materiais seculares de leitura. Esses fatores que impulsionaram a mudança, revelam que a democratização — ajustada a sua época — permitiu que a Opinião Pública fosse entendida como um fenômeno coletivo.

Entretanto, apesar de se apresentar sob uma construção coletiva baseada em uma atitude grupal, a opinião pública, em seu resultante, acontece em torno de questões que têm pouca relação com a maioria dos indivíduos opinantes, revelando sua base em acontecimentos individuais que por repercutirem, geram esse fenômeno (Da Viá, 1983). Além dessa característica, outro apontamento estabelecido é o de opiniões contrárias são fundamentais na construção da Opinião Pública, uma vez que:

A O.P. implica também na existência de outras opiniões distintas delas. Uma opinião só se firma frente a outra opinião contrária e, portanto, pode-se afirmar que a opinião está sempre dividida. Quando desaparece a oposição e a opinião se torna unânime, estamos diante de uma crença profunda do grupo e não mais ante uma opinião (Da Viá, 1983, p.8).

Portanto, a existência desse lado oposto, que gera tensão, é essencial para a definição de opinião pública.

A ampliação da presença da mídia na sociedade impacta intensamente os processos de formação da opinião pública. De acordo com Hjarvard (2014), a midiaticização é um processo recíproco entre a mídia e outros domínios ou campos sociais. Para o autor: “a midiaticização não concerne à colonização definitiva pela mídia de outros campos, mas diz respeito, ao invés disso, à crescente interdependência da interação entre mídia, cultura e sociedade” (Hjarvard, 2014, p. 25). Assim, cada vez mais o processo de expressão da opinião nas sociedades contemporâneas, bem como o processo de opinião pública em si, estão circunscritos por diferentes tipos de mídia e lógicas midiáticas.

Metodologia e resultados

Visando obter mais informações e entendimentos de como se estruturou o fenômeno de opinião pública no perfil do Instagram em questão, utilizamos a abordagem da pesquisa qualitativa e quantitativa. A técnica que amparou o estudo foi a

pesquisa bibliográfica e documental (Gil, 2021), sendo que se teve um olhar para as postagens e os comentários.

Na biografia do perfil no Instagram em questão destacamos o título: “Na luta contra a exploração e os abusos do Zaffari”. Notamos aqui também uma mensagem solicitando que trabalhadores e ex-trabalhadores enviem relatos via “DM” - o que ressalta o objetivo de ser um instrumento para divulgação de abusos morais e explorações cometidas pela organização contra os trabalhadores. Outro aspecto é que o perfil também parece funcionar como espaço de discussão e articulação de manifestações contrárias à escala 6x1, reforçando seu papel na mobilização da opinião pública.

O primeiro post é a foto de perfil da página em que possui o esquilo vermelho, símbolo da companhia, tomando um soco de um punho cerrado, que representa luta e resistência. Nessa publicação há algumas frases que evidenciam o intuito central da página, como: “Até agora, a Companhia Zaffari faturou em cima do nosso trabalho exaustivo. Enquanto a família Zaffari ganha R\$54 MILHÕES por mês, nossas famílias têm que viver com R\$1.200 [...] e ainda somos forçados a trabalhar 10 dias seguidos e fazer horas extras obrigatórias [...]. Mas agora isso vai mudar!”. Essas mensagens divulgadas pelo perfil, ao exporem fatos do dia a dia dos trabalhadores da empresa, contribuem para a construção de uma opinião pública favorável à causa em questão.

O apoio fica evidente ao analisar que a postagem possui 136 comentários — em sua maioria demonstrando ser favoráveis à causa. Entretanto, o movimento que corrobora para a construção da opinião pública é o fato de que também há discussões sobre a utilidade da página e debates entre usuários sobre a necessidade dessa ação, corroborando com a concepção de Da Via (1983). O segundo conteúdo compartilhado, solicita denúncias anônimas de trabalhadores ou ex-trabalhadores sobre as condições de trabalho na organização. Há, nesse espaço, 79 comentários, em sua maioria apoiando a pauta.

No dia 14 de janeiro, foi publicado um *reels* no Instagram. O vídeo teve o maior engajamento do perfil, com mais de 1.300 comentários, e o conteúdo se tratava da ordem dos fatos, mencionava nomes de proprietários da empresa e divulgava algumas denúncias. Porém, ao acessar os comentários, os que ganham mais destaque são contrários à causa. Alguns exemplos são: “Quer dizer que estão lá, com todas essas

adversidades, com tantas oportunidades lá fora? Vocês querem é causar.” Esse comentário teve 18 curtidas e mais de 22 respostas.

Outro comentário, que diz “Alguém é obrigado a trabalhar lá? Juro que nunca vou entender essas reclamações”, teve mais de 46 curtidas e 24 respostas. Este segundo comentário foi respondido pelo perfil oficial com: “Você trabalha porque quer ou porque precisa?”. Esses comentários contrários mais uma vez corroboram para a visão de que para a existência da opinião pública o conflito entre opiniões é necessário.

Outro recurso utilizado, a partir do dia 26 de março de 2025, foi o uso de memes. A intenção dessa estratégia é aumentar o engajamento por meio de compartilhamentos e comentários na possível tentativa de atingir um público diversificado para fomentar o assunto. Nas duas primeiras tentativas, os posts tiveram 61 e 18 comentários, respectivamente.

Considerações Finais

O perfil “Trabalhadores do Zaffari” constitui um exemplo significativo para a análise da construção da opinião em contexto de midiatização (Hjarvard, 2014), tendo em vista que apresenta mais de 17 mil seguidores e centenas de comentários que revelam pontos críticos sobre a questão da jornada 6x1. Destacamos a presença de mensagens emitidas por pessoas que deliberadamente assumem não possuir nenhum vínculo à empresa, mas manifestam sua solidariedade ao projeto de denúncia. Por outro lado, em certas postagens no perfil analisado se observa tensão entre uma minoria que utiliza os comentários como forma de desmobilização da causa, apresentando argumentos contrários.

Por fim, entendemos que o panorama da midiatização tem o potencial de intensificar o processo de criação de perfis digitais que buscam justiça social por meio de publicações. O que observamos atualmente é a emergência de diversos tipos de espaços midiáticos de visibilidade, que favorecem a pluralidade de opiniões sobre uma variedade de temas e estimulam debates — especialmente quando acionam pautas de interesse público, como foi o caso da jornada 6x1.

REFERÊNCIAS

DA VIÁ, Sarah Chucid. *Opinião pública: técnicas de formação e problemas de controle*. São Paulo: Loyola, 1983. (p.7-37)

DIAP. Origem da PEC 6x1, que reacendeu debate sobre redução da jornada de trabalho. *Departamento Intersindical de Assessoria Parlamentar*, 17 nov. 2024. Disponível em: <https://www.diap.org.br/index.php/noticias/noticias/92041-origem-da-pec-6x1-que-reacendeu-debate-sobre-reducao-da-jornada-de-trabalho>. Acesso em: 12 maio 2025.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2021

HJARVARD, Stig. Mídiação: conceituando a mudança social e cultural. **Matrizes**, v. 8, n. 1, p. 21-44, 2014.

SGORLA, Fabiane. A Visibilidade Midiática da Sociedade Midiática à Sociedade Mídiaizada. In: **Tecer** (Belo Horizonte), v. 3, p. 1-10, 2010

THOMPSON, John B. Fronteiras cambiantes da vida pública e privada. **MATRIZES**, São Paulo, Brasil, v. 4, n. 1, p. 11–36, 2011.