

Humor na Internet: trabalhadores utilizam nova estratégia para protestar contra demissões e terceirizações

Raquel Alves Furtado

Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais – Belo Horizonte/MG, Brasil

Alexandre de Pádua Carrieri

Universidade Federal de Minas Gerais – Belo Horizonte/MG, Brasil

Paula Fernandes Furbino Bretas

Universidade Federal de Minas Gerais – Belo Horizonte/MG, Brasil

Recebido em 14/setembro/2012

Aprovado em 22/março/2013

Sistema de Avaliação: *Double Blind Review*

Editor Científico: Nicolau Reinhard

DOI: 10.5700/rausp1129

Os autores agradecem à Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Minas Gerais (Fapemig), ao Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) e ao Fundo de Incentivo à Pesquisa (FIP) da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais pelo apoio.

RESUMO

O objetivo neste artigo é analisar de que forma trabalhadores de uma empresa utilizaram o humor para manifestar-se contra demissões e terceirizações ocorridas nos anos 2000. Enquanto ela pregava a implantação de uma nova maneira de ser da empresa, que seria mais moderna, transparente e participativa, os trabalhadores produziram dois vídeos, postados no YouTube, para contar outra história, ridicularizar o discurso oficial e protestar. Ao combinar a utilização do humor com a Internet, os trabalhadores demonstraram sua capacidade de atualizar-se e encontrar novas formas de manifestar-se diante das situações vividas por eles, o que parece ter ampliado seu poder na luta simbólica. Embora as demissões e terceirizações não tenham sido revertidas, a “nova” gestão foi substituída pelos acionistas após dois anos de mandato. Os vídeos foram analisados a partir da técnica de análise de discurso de base francesa, que considera textos orais e escritos como discursos, e com o suporte da semiótica para a análise das imagens que acompanham a letra. A análise indica que os trabalhadores denunciam o rompimento do contrato psicológico estabelecido pela empresa, que se baseava na estabilidade do emprego. Os autores dos vídeos associam a empresa a uma figura feminina, ora mãe, ora amante, e o trabalho nela como algo que estava predestinado em sua vida. Eles demonstram o sentimento de abandono e traição, condizente com esse tipo de situação.

Palavras-chave: discurso de reação, narrativas, humor, Internet, poder.

Raquel Alves Furtado, Doutora em Administração pela Universidade Federal de Minas Gerais, é Professora e Pesquisadora da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (CEP 30535-901 – Belo Horizonte/MG, Brasil), Coordenadora do Núcleo de Estudos Organizacionais: Discursos, Identidades, Culturas (NEORDIC).
E-mail: raquel@coachraquelfurtado.com
Endereço:
Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais
Avenida Dom José Gaspar, 500
30535-901– Belo Horizonte – MG

Alexandre de Pádua Carrieri, Doutor em Administração pela Universidade Federal de Minas Gerais, é Professor Associado no Centro de Pós-Graduação e Pesquisas em Administração da Universidade Federal de Minas Gerais (CEP 31270-901 – Belo Horizonte/MG, Brasil), Coordenador do Núcleo de Estudos Organizacionais e Sociedade (NEOS) e Pesquisador 1D CNPq.
E-mail: alexandre@face.ufmg.br

Paula Fernandes Furbino Bretas, Mestranda em Administração no Centro de Pós-Graduação e Pesquisas em Administração da Universidade Federal de Minas Gerais (CEP 31270-901 – Belo Horizonte/MG, Brasil), Graduada em Comunicação Social pela Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais.
E-mail: paulaffb@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

O objetivo neste artigo é analisar de que forma os trabalhadores de uma indústria de transformação brasileira, daqui em diante tratada de empresa, utilizaram o humor para manifestar-se contra demissões e terceirizações ocorridas nos anos 2000. Este artigo é parte de uma pesquisa mais extensa sobre essa empresa, em uma perspectiva histórica e de múltiplas vozes, narrada pelos fundadores, empregados, gerentes, sindicato e imprensa.

As terceirizações não são uma novidade no contexto das relações de trabalho mundiais ou brasileiras, sendo decorrentes do processo chamado de reestruturação produtiva, que se estabeleceu a partir dos anos 1980 (Vidal, & Medeiros, 2001; Yazbek Júnior, & Serio, 2001; Carvalho Neto, & Fernandes, 2005; Mazzali, 2007). No entanto, nessa empresa especificamente, a privatização, ocorrida na década de 1990, foi considerada menos traumática para os trabalhadores diante da comparação com outras indústrias de transformação, pois o corte de empregos ocorreu de forma mais gradativa, principalmente pelo estímulo à aposentadoria e por programas de demissão incentivada (Câmara, 2007).

Em relação à prática de terceirização, até os anos 2000 a empresa mantinha como empregados não só os trabalhadores considerados importantes no processo produtivo, como os da área da manutenção, mas também aqueles de áreas de apoio, como os motoristas. Entretanto, nessa época uma nova gestão assumiu a empresa e propôs um amplo conjunto de mudanças. Os projetos foram reunidos sob um projeto **guarda-chuva**, que propunha uma nova maneira de ser da empresa. Em decorrência de medidas de **racionalização e desburocratização**, a empresa iniciou um processo de demissões, primeiramente em sua sede. O processo foi ampliado quando da crise mundial de 2008, atingindo também os trabalhadores das filiais, com mais força no início de 2009 (Eponine, 2009).

Nesse cenário, os trabalhadores valeram-se de uma ferramenta gratuita e acessível a qualquer pessoa que tenha um computador com acesso à Internet, o *site* de vídeos YouTube, para desconstruir o discurso oficial que a nova gestão da empresa estava veiculando naquele momento. Enquanto a empresa pregava, por intermédio de seus meios de comunicação, a implantação de uma nova maneira de ser da empresa, que seria mais moderna, transparente e participativa, os empregados produziram dois vídeos caseiros (montagem de fotos e imagens extraídas da Internet, musicada com paródias) para desconstruir e ridicularizar esse discurso e protestar contra as demissões e terceirizações (Wronney1, 2009a, 2009b).

A utilização do humor pelos trabalhadores, como forma de denúncia e manifestação de sua visão de mundo, fazendo frente aos discursos oficiais das empresas já vem sendo estudada por outros autores (Rodrigues, & Collinson, 1995; Carrieri, 2001, 2004). Em alguns trabalhos foram analisados charges e quadrinhos (Rodrigues, & Collinson, 1995; Carrieri, 2004).

Ao combinar a utilização do humor com a Internet, no entanto, os trabalhadores demonstram sua capacidade de atualizar-se e de encontrar novas formas de manifestar-se diante das situações vividas por eles. Com a utilização da Internet, as histórias (Boje, 2001) dos trabalhadores, que se constituem em discursos (Maingueneau, 1998), ganham um poder de alcance e penetração na sociedade muito maior. Esses vídeos podem ser vistos em qualquer lugar do mundo, ultrapassando o âmbito da comunidade em que estão inseridos. Além disso, há um ganho relacionado com a durabilidade dos protestos, pois os vídeos continuam disponíveis no YouTube, e só podem ser retirados pelos próprios autores. Nesse sentido, os trabalhadores adquirem maior poder de comunicação, ampliando sua voz e contrapondo sua visão ao discurso oficial da empresa, o que pode ser considerado um “discurso de reação” (Souza, 2003).

Os vídeos em estudo foram analisados a partir da técnica de análise de discurso de base francesa (Pêcheux, 1990; Maingueneau, 1998), que considera textos orais e escritos como discursos (as letras das músicas que acompanham as imagens foram transcritas e analisadas), e com o suporte da semiótica (Peirce, 2000), para a análise das imagens que acompanham as letras. As análises foram feitas de forma conjunta, visto que as imagens e o discurso se complementam.

Considera-se que a análise dos vídeos constitui uma estratégia de pesquisa interessante, na medida em que permite aos pesquisadores ter acesso a uma manifestação espontânea de trabalhadores, dando voz aos indivíduos em uma situação na qual eles não foram induzidos a posicionar-se. Além disso, possibilita a análise de um fenômeno do ponto de vista dos próprios trabalhadores e não apenas de seu representante formal, o sindicato.

Os dois vídeos postados no YouTube (Wronney1, 2009a, 2009b) obtiveram, respectivamente, 5.619 e 6.162 acessos até fevereiro de 2014. Embora a postagem no YouTube tenha sido feita por meio de um pseudônimo, de forma anônima, o sindicato local da categoria apoiou essa manifestação espontânea dos trabalhadores, divulgando os vídeos em seu boletim quinzenal e informando a maneira de localizá-los na Internet. Com isso, o sindicato ampliou a divulgação, que já estaria ocorrendo a partir do chamado boca a boca.

A análise indica que os trabalhadores denunciam o rompimento de um contrato psicológico estabelecido pela empresa, que estava baseado na estabilidade do emprego. Os autores dos vídeos associam a empresa a uma figura feminina, ora mãe, ora amante, e o trabalho nela como algo que estava predestinado em suas vidas. Eles demonstram o sentimento de abandono e traição, condizente com esse tipo de situação (Wetzel, 2000). A estratégia de utilização da Internet parece ter ampliado o poder dos trabalhadores, pelo menos no que diz respeito à luta simbólica (Bourdieu, 2005), pois eles tiveram sucesso na desconstrução do discurso empresarial. Embora as demissões e as terceirizações não tenham sido revertidas, a gestão que lançou o discurso da “nova maneira de ser” foi substituída após dois

anos de mandato pelos acionistas, os quais não explicitaram os motivos; no entanto, considera-se que os diversos protestos realizados pelos trabalhadores tenham contribuído para a decisão.

2. AS TERCEIRIZAÇÕES E O ROMPIMENTO DO CONTRATO PSICOLÓGICO DE TRABALHO

Desde o final dos anos 1980, o processo de globalização, a desregulamentação dos mercados e a evolução tecnológica estão moldando um novo contexto mundial, dentro de um ambiente caracterizado por crescente competitividade entre as empresas. A competição acirrada faz com que empresas multinacionais de todo o mundo se reestruturarem para competir entre si. Além de fusões, aquisições e alianças internacionais, muitas delas iniciam o processo de adequação de suas estratégias, processos e métodos de gerenciamento para atender às novas exigências do mercado. Esse movimento acaba provocando transformações nas configurações organizacionais, com substituição dos modelos de gestão. Antes eles eram caracterizados por controle, centralização e hierarquização, e agora por modelos mais flexíveis (Vidal, & Medeiros, 2001; Yazbek Júnior, & Serio, 2001; Carvalho Neto, & Fernandes, 2005; Dedecca, 2009; Piccinini, & Oliveira, 2011).

Dentro desse contexto, a precarização do trabalho é um tema que vem sendo debatido pelos pesquisadores na área de Relações de Trabalho desde os anos 1980, em função do fenômeno chamado reestruturação produtiva. A elevação da incerteza, o risco, a fragilização e a ruptura dos vínculos tradicionais de trabalho são algumas características advindas das transformações pelas quais passaram o trabalho, as organizações e as sociedades industriais (Bendassolli, 2009). Além dessas características gerais, Silva e Wetzel (2004) fazem um apanhado das mudanças ocorridas nas relações de trabalho: maior mobilidade; questões relacionadas à identidade organizacional tornaram-se mais complexas e fluidas; elevação dos conflitos de interesse; e alteração nos parâmetros de avaliação do sucesso na carreira que passaram a ter uma perspectiva de curto prazo. Para Silva e Wetzel (2004, p. 14), “as organizações passam por mudanças ao longo de sua existência e a ênfase dada pelos empregados a essas mudanças parece estar ligada ao impacto direto sobre suas vidas profissionais e pessoais”.

A terceirização surge no âmbito das estratégias voltadas para a flexibilização por meio da redução dos custos. Do ponto de vista estritamente econômico, as empresas consideram a terceirização vantajosa. Ela pode ocorrer de duas formas: terceirizar somente os serviços que demandarem maior especialização ou forem menos frequentes ou terceirizar a maioria dos serviços. Nos ramos de atividade em que a produção não pode parar, como hospitais, hotéis e indústrias de transformação, é importante que o fornecedor se localize próximo à empresa (Mazzali, 2007). Não é incomum que empresas de manutenção, por exemplo, iniciem suas atividades com um único cliente, pois o conhecimento técnico impõe limites à capacidade de ampliação dos

segmentos de atuação e a tendência é a especialização no atendimento a algum segmento específico (Mazzali, 2007).

Além da precarização do trabalho em si, a terceirização tem criado uma **subclasse** de trabalhadores dentro das empresas, pois é possível observar que trabalhadores terceirizados desenvolvem as mesmas tarefas que empregados **próprios** da empresa contratante, mas têm salários e benefícios inferiores (Vidal, & Medeiros, 2001; Saraiva, & Moura, 2009). Essas políticas de gestão discriminatórias acabam por fazer com que os terceirizados se sintam — e também sejam vistos pelos trabalhadores da contratante — de forma inferiorizada (Saraiva & Moura, 2009). Outra consequência percebida em função das demissões e terceirizações é o sentimento de rompimento ou violação do contrato psicológico. Wetzel (2000, p. 1) define contrato psicológico como “o contrato implícito, não formal, que ocorre — segundo a percepção do empregado — entre a organização e o funcionário, referente às promessas de direitos e obrigações de cada uma das partes”. Dessa forma, um contrato psicológico violado pode produzir sentimentos de injustiça e traição (Wetzel, 2000).

3. HUMOR COMO MANIFESTAÇÃO DE DISCORDÂNCIA E RESISTÊNCIA

Ainda não se tem uma definição única e precisa do humor, já que ele pode ser estudado sob diversas perspectivas. Entretanto, o humor pode ser entendido como “uma forma de expressar ou perceber o que é divertido, engraçado, irônico, satírico” (Carrieri, 2004, p. 30). Já Wood Júnior e Caldas (2005, p. 85) afirmam que “o uso cotidiano da palavra humor, em português, refere-se à graça e à disposição de perceber, apreciar ou expressar o que é cômico ou divertido”. Dessa forma, a partir de uma estrutura de referência existente, o elemento básico do humor seria a violação dessa estrutura e o reconhecimento da incongruência causada por tal violação.

O humor pode ser visto como foco identitário dos trabalhadores nas representações sociais de categoria profissional, em organizações públicas, como elemento de sucesso em palestras empresariais, como sentimentos difíceis de explicitar em interações sérias ou, ainda, como efeitos sociais depreciativos contra minorias (Carrieri, 2004; Duarte, & Paula, 2007; Irigaray, Saraiva, & Carrieri, 2010).

Segundo Carrieri (2004), existem duas fortes linhas de pesquisas sobre humor na Administração: a primeira, funcionalista, estuda o humor como mais uma ferramenta de controle gerencial, que teria o propósito de comunicar seus valores de uma forma sutil e divertida; a segunda aborda o humor como uma estratégia de resistência dos trabalhadores, justamente em relação ao controle imposto pela organização. Rodrigues e Collinson (1995) argumentam que, embora humor e resistência não sejam sinônimos, há indícios de que eles estejam relacionados, pois são práticas organizacionais que se apresentam de uma forma muito mais difícil

de controlar. Neste artigo, utiliza-se a segunda vertente. Por meio do humor, os atores sociais, como os trabalhadores de nível hierárquico mais baixo, tentam denunciar e subverter as estruturas de dominação organizacional (Carrieri, 2004), por meio de uma diversidade de manifestações, entre elas os vídeos publicados na Internet, objeto de estudo no presente trabalho. Rodrigues e Collinson (1995) também chamam a atenção para o fato de que, embora as formas satíricas e irônicas como oposição aos valores dominantes sejam muito comuns nas organizações contemporâneas, são geralmente negligenciadas nas pesquisas da área.

Cavedon e Stefanowski (2008, p. 142) percebem que “há várias significações e funcionalidades imersas no ato de rir”. Portanto, é importante observar do que se ri, onde se ri e por que se ri para entender-se determinado contexto cultural. Os autores também chamam a atenção para o fato de que o humor, como fenômeno cultural, varia sua forma e conteúdo de acordo com o espaço e o tempo, tendo um sentido compartilhado que pode ser incompreensível em outras épocas e sociedades. Wood Júnior e Caldas (2005) utilizam a seguinte classificação de funções do humor: convívio, na tentativa de afastar-se psicologicamente de situações desagradáveis; reenquadramento, vendo uma situação sob outra perspectiva para encontrar mais facilmente soluções; celebração, para chamar a atenção para aspectos positivos de uma situação; comunicar com ambiguidade, para suavizar mensagens e evitar reações defensivas; expressar hostilidade, de forma disfarçada, para reduzir a possibilidade de confronto.

Rodrigues e Collinson (1995) afirmam que os trabalhadores frequentemente tentam camuflar e expressar seu descontentamento por meio do humor. Carrieri (2004) também salienta o poder do humor para revelar contradições, absurdos e ambiguidades. Utilizando-se do humor, os atores assumem sua postura de resistência, ao mesmo tempo em que se protegem de eventuais represálias (Rodrigues, & Collinson, 1995; Carrieri, 2001, 2004). Além disso, o uso de humor como estratégia discursiva acaba por interpenetrar os diversos discursos organizacionais, produzindo fissuras no discurso dominante. Cria-se, portanto, um modo de resistência simbólica como forma de tentar difundir e inculcar nos participantes organizacionais os valores alternativos à alta administração (Carrieri, 2001, 2004).

O reconhecimento das contradições organizacionais pode ser evidenciado nos discursos que envolvem o humor. Nesse sentido, Carrieri (2004) considera que a análise do humor como estratégia de resistência e de controle permite observar aspectos das relações de poder e dos relacionamentos no contexto dos espaços organizacionais que não são usualmente percebidos nas narrativas tradicionais, como entrevistas. Desse modo, o humor nas organizações pode ser uma ferramenta teórica interessante para se compreender melhor como as ambiguidades e os paradoxos estruturam a realidade das empresas e dos atores sociais que as constroem (Carrieri, 2004).

4. O CASO DA EMPRESA EM FOCO

A empresa em foco, fundada nos anos 1950, é atualmente um conglomerado de empresas e possui duas filiais. A empresa foi privatizada dentro do Programa Nacional de Desestatização promovido pelo governo Collor, no início da década de 1990, e também passou por demissões e terceirizações. Ao longo dos primeiros anos pós-privatização, houve diminuição de cerca de 30% nos postos de trabalho. Contudo, o desligamento de aproximadamente 80% do efetivo de pessoal (pós-privatização) da empresa foi feito por meio de aposentadoria, com complementação salarial pela caixa dos empregados, benefício incorporado à remuneração. Além disso, vários benefícios foram incorporados na remuneração total dos trabalhadores. Nesse sentido, de acordo com os entrevistados em outra pesquisa recente realizada por um dos autores deste artigo, o chamado contrato psicológico foi mantido inalterado.

No final dos anos 2000, os acionistas substituíram o então presidente da empresa, que ocupava o cargo havia mais de 20 anos. A troca foi amplamente noticiada com conotação positiva pela imprensa especializada em negócios. De acordo com a Revista Exame, por exemplo, o “novo” presidente tinha a missão de “mudar radicalmente” a cultura da empresa, marcada pelo paternalismo do ex-presidente (Revista Exame, 2008).

A nova gestão propôs e implementou diversas mudanças, reunidas em um grande projeto, que lançou uma nova marca e um novo *slogan* para a empresa. Dessa forma, todas as peças de comunicação interna, os discursos do presidente e os comunicados escritos reforçavam esse *slogan*.

Contudo, a maior parte das mudanças foi vista de forma negativa pelos entrevistados para a pesquisa mais ampla, sobretudo em função das demissões. A nova direção de Recursos Humanos começou um processo de demissões, inicialmente justificado por uma falta de **perfil**, representado pelo não compartilhamento dos novos **valores**. Vários trabalhadores também foram demitidos por terem mais de 60 anos, apesar de ativos profissionalmente. Por fim, a crise mundial foi usada pela empresa como justificativa para as demissões e terceirizações. Em menos de um ano, a empresa cortou 2.168 postos de trabalho (Eponine, 2009).

No ano seguinte à troca da presidência, o sindicato iniciou (ou amplificou a voz dos trabalhadores?) o discurso de reação em seus boletins. Este artigo, no entanto, está voltado para a compreensão de uma manifestação espontânea dos trabalhadores, na mesma linha do sindicato, mas muito mais hostil e agressiva com a nova gestão.

5. METODOLOGIA

Maingueneau (1998, p. 43-44) aponta que o discurso pode ser definido como um “sistema compartilhado pelos membros de uma comunidade linguística”, dividindo-se em função de seu

“posicionamento num campo discursivo” (por exemplo, discurso comunista, discurso surrealista); tipo de discurso (por exemplo, discurso jornalístico, discurso administrativo, discurso do professor na sala de aula); de produções de uma categoria de locutores (por exemplo, discurso das enfermeiras, discurso das mães de família); de uma função de linguagem (por exemplo, discurso polêmico, discurso prescritivo). Os discursos estão em permanente contato e em disputa uns com os outros (Maingueneau, 1998). Essa visão aproxima-se da concepção de luta simbólica por discursos (Bourdieu, 2005), já utilizada por Donadone (2002).

Boje (1995) considera que o discurso oficial organizacional estabelece um “regime de verdades”. É a partir do discurso oficial que os demais grupos e pessoas são chamados a posicionar-se, aceitando ou confrontando esses discursos. Nesse sentido, os trabalhadores que produziram os vídeos para a Internet podem ser considerados como narradores, ou seja, aqueles que têm o direito de contar uma história, de seu ponto de vista, sobre o que viveram (Boje, 2000). Além disso, mais do que contar algo, eles buscam instaurar um “discurso de reação” (“cara do discurso negro”), em contraposição ao discurso que estava sendo veiculado pela empresa (a nova maneira de ser da empresa).

Partindo dessas considerações, os dois vídeos divulgados na Internet foram analisados a partir da técnica da análise do discurso de base francesa (Pêcheux, 1990; Maingueneau, 1998), com suporte de elementos da semiótica (Peirce, 2000).

Considera-se que a utilização da análise de discurso contribui para aprofundar a pesquisa no campo da Administração, como propõem Rodrigues e Leopardi (1999), Carrieri, Leite-da-Silva, Souza e Pimentel (2006), Godoi (2006). A análise de discurso auxilia o pesquisador a identificar aspectos explícitos, implícitos e silenciados (Fiorin, 2004). Faria e Linhares (1993) apontam quatro elementos-chave em uma análise de discurso: identificação de personagens; seleção lexical (escolha dos vocábulos pelo enunciador, ou seja, aquele que profere o discurso); relação entre conteúdos explícitos e implícitos; e aspectos silenciados, isto é, o não dito. Também é importante perceber que o mesmo elemento semântico pode ser considerado positivo ou negativo, dependendo de quem fala (Fiorin, 2004). Elementos semânticos indicam coisas que em si não existem no mundo natural, como escolha, liberdade (Fiorin, 2004).

A análise de discurso que vem sendo utilizada mais recentemente na Administração considera discurso como um conjunto de textos, não só escritos, mas também orais e, em alguns casos, visuais. Rodrigues e Collinson (1995) e Carrieri (2004) utilizaram análise de discurso para analisar também charges publicadas por um sindicato de trabalhadores. Já Saraiva (2009) utilizou a análise de discurso combinada com a semiótica para analisar imagens. A semiótica pode ser entendida como um campo de conhecimento que se volta para o estudo dos signos (Peirce, 2000). Bauer e Gaskel (2002) também consideram que a análise das imagens pode revelar mais do que o que está explícito de forma consciente, contribuindo para aumentar a compreensão do pesquisador.

Para a análise dos vídeos produzidos pelos trabalhadores da empresa, as letras das músicas foram transcritas e analisadas como narrativas, a partir da técnica da análise de discurso. As imagens utilizadas foram capturadas e selecionadas pelos pesquisadores. Em função do limite de espaço, apenas algumas imagens, consideradas mais ricas do ponto de vista de elementos semânticos, foram analisadas. Assim como Saraiva (2009), não se procurou fazer uma análise exaustiva de cada imagem, mas procurou-se identificar seus principais elementos, aspectos plásticos (forma pela qual os elementos são visualmente apresentados), aspectos semânticos (relação e interpretação das imagens com aquilo a que se referem).

6. ANÁLISE DOS DADOS

Os dois vídeos analisados seguem o mesmo padrão e foram postados no YouTube com o mesmo pseudônimo (Wronney1) e o mesmo *login* (endereço virtual). Eles iniciam com uma tela de fundo azul e as mesmas fontes brancas com os títulos. Para acompanhar a imagem, uma voz masculina canta paródias de músicas conhecidas e, no final de um dos vídeos, percebem-se risadas de pessoas que estavam acompanhando a gravação, talvez até do próprio cantor. A música é ilustrada por uma sequência de imagens estáticas, muito provavelmente extraídas da Internet.

Em seguida, apresenta-se a análise do primeiro vídeo (Wronney1, 2009a). As letras das músicas são consideradas como as narrativas dos trabalhadores. Na transcrição, tentou-se manter o ritmo da música. Os nomes das empresas citadas foram omitidos. Foram acrescentados sinais de pontuação, mas preservou-se a grafia correspondente ao áudio, mesmo com erros de concordância e ortografia. Os grifos foram feitos pelos pesquisadores, para facilitar a análise do discurso. O texto obtido é o seguinte:

Não era para você me **abandonar, era só para reformular. Eu magoei**, indústria, eu magoei. **Eu não pensava que ia ser assim. De repente, você ia esquecer de mim. Eu revoltei**. Agora eu revoltei. **Por que tratou mal assim nós da Manutenção?** Se quando o bicho pegava, era **nós que botava a mão**. Você me **largou para lá**. De qualquer maneira. Não adianta insistir. Porque **agora eu fico é na empreiteira. Chora**, [...], implora que eu volte de novo! **Você fez eu de bobo**. Eu não quero mais você. Chora, [...]. **Você teve eu de moleque**. Vou ficar na [...] porque **ela paga bem melhor que você** (Wronney1, 2009a).

Nessa narrativa, os autores abordam o tema da terceirização. Embora eles se mantenham anônimos como indivíduos, a narrativa conta a história de trabalhadores da Manutenção. O título do vídeo é mais do que explícito. Os autores usam exatamente o mesmo discurso da empresa “a nova maneira de ser”,

com sentido oposto: “ferrar com todo mundo”. O verbo ferrar, nessa acepção, não só remete a “deixar sem saída” ou “em má situação” (Houaiss, 2011), mas também se apropria do discurso expresso pelo sindicato quando a nova marca da empresa foi lançada, pois, segundo o sindicato local, a marca assemelharia-se a uma ferradura. Em outras palavras, nessa terceira acepção, ferrar é usado no sentido de “colocar ferradura em”, tratar o empregado como um animal (Houaiss, 2011).

A terceirização da Manutenção é chamada, pelos trabalhadores, de **abandono**. A imagem escolhida para ilustrar a fala sobre o abandono é a de uma criança dormindo na rua (Figura 1), o que remete à imagem metafórica de criança abandonada.



Fonte: Wronney1 (2009a).

Figura 1: Criança dormindo na rua

Essa imagem, no sentido literal e metafórico, evidencia que os trabalhadores, adultos, estão se comparando a uma criança. Eles associam a relação entre pais e filhos à relação empresa-trabalhador, comparando a empresa aos pais e eles próprios aos filhos. A utilização de uma criança também pode ser vista como uma metáfora de fragilidade, enquanto a rua, onde a criança dorme, aponta para uma redundância, visto que o ato de demitir é chamado coloquialmente de “mandar para a rua”.

Ao dizer que “era **só** para reformular”, os trabalhadores demonstram que conhecem o discurso oficial da empresa de reorganizar, “recriar” e estão fazendo uma crítica, uma vez que a reformulação, na prática, não fez pequenos ajustes e sim modificou profundamente a relação de trabalho estabelecida. A utilização desse **só** mostra como eles acharam que as mudanças foram além do que esperavam, deixando-os magoados e revoltados.

Em seguida, os trabalhadores-narradores dizem que “eu magoei, indústria, eu magoei”. A repetição do verbo magoar reforça o sentimento de traição, de perda. A imagem que acompanha essa frase no vídeo é a de uma pessoa em situação de muita tristeza e dor (Figura 2).



Fonte: Wronney1 (2009a).

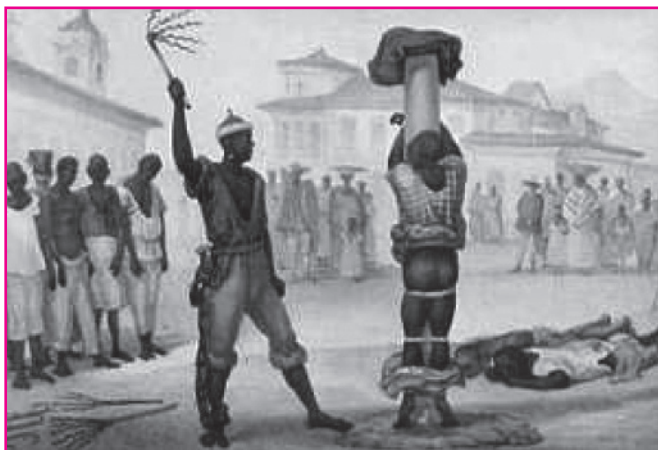
Figura 2: Pessoa em estado de sofrimento

Essa imagem denota muito sofrimento. O uso da primeira pessoa (“eu”) e do vocábulo “indústria” no lugar de empresa explicita a relação de intimidade entre o espaço de trabalho e o trabalhador, que existiria antes da terceirização. A relação com a “indústria” é personificada e tratada como uma relação afetiva, configurando-se a “indústria”, substantivo feminino, como uma mulher.

A frase “eu não pensava que ia ser assim” aponta para o rompimento do contrato psicológico de trabalho. As mudanças pegaram os trabalhadores de surpresa, o que também pode ser visto a partir da escolha do vocábulo “de repente”. Os trabalhadores sentem-se esquecidos, “você ia esquecer de mim”, reforçando o sentimento já apontado de abandono. Ao dizer “eu revoltei”, os trabalhadores mostram que mudaram sua postura com a empresa também, assumindo uma posição de discordância e resistência. A produção do vídeo e sua postagem na Internet é, do ponto de vista concreto e simbólico, uma manifestação dessa “revolta”. A possibilidade de que essa “revolta” tenha se manifestado de outras formas, no local de trabalho, é silenciada.

Quando os trabalhadores “perguntam” à empresa (“indústria”), com a qual eles estabelecem este diálogo fictício, “Por que tratou mal assim?”, a imagem utilizada como ilustração é uma famosa reprodução da obra de Jean-Baptiste Debret, “Castigo no Pelourinho” (Figura 3). A imagem de um escravo negro apanhando no tronco é símbolo da exploração do trabalhador que, além de toda a espoliação, sofre castigos físicos. Os pesquisadores perceberam que ela é uma das primeiras que aparece no Google Imagens quando se digita a palavra escravidão.

Nesse sentido, é razoável supor que as imagens tenham sido buscadas na Internet a partir de palavras escolhidas propositalmente, demonstrando a seleção lexical utilizada. O “tratar mal” é comparado a um castigo físico dos mais aviltantes, enquanto os próprios trabalhadores se comparam a escravos. Fica implícito que este “assim”, que os trabalhadores repetem (a primeira vez quando dizem que não pensavam que “ia ser assim”), está sendo associado a um estado de coisas muito ruim e penoso.



Fonte: Wronney1 (2009a).

Figura 3: Castigo no Pelourinho

Na sequência, surge um novo personagem. Os narradores abandonam, temporariamente, o uso do “eu” para mostrar que essa história está sendo vivenciada por um grupo de empregados específico dentro da empresa “nós da Manutenção”. Nesse ponto os trabalhadores também recorrem ao discurso do compromisso com a empresa, geralmente utilizado pela própria empresa. Em outras palavras, eles afirmam que nas horas mais necessárias (“quando o bicho pegava”) eram eles que resolviam o problema (“nós é que botava a mão”).

Logo em seguida, eles reassumem a primeira pessoa (“você me largou para lá”). O diálogo é novamente tornado mais íntimo e, nesse ponto, a empresa/indústria passa a ser referenciada não mais como mãe, mas como amante. Isso pode ser percebido não só pela letra, como pela melodia, já que a música original parodiada trata do tema do abandono/traição, envolvendo um personagem masculino abandonado pela mulher/amante. É interessante notar que a personagem indústria, embora ressignificada, continua uma personagem feminina, e a relação continua sendo referenciada com base no afeto e não na racionalidade.

As frases posteriores seguem a estrutura tradicional de textos amorosos baseados na temática da traição/abandono, em que o narrador passa a desdenhar o objeto de desejo (“Chora, [...], implora que eu volte de novo! Você fez eu de bobo. Eu não quero mais você”). Em outras palavras,

o trabalhador **empodera-se**, ainda que simbolicamente, e passa ele próprio a dizer que não vai mais fazer “papel de bobo” e que agora é ele que não quer mais a empresa. Essa estratégia pode ser vista como a utilização de humor como uma “válvula de escape” (Carrieri, 2004). O trabalhador deixa implícito que ele sabe que a situação não será revertida e sua única alternativa de manter a dignidade é dizer que também não está mais interessado na empresa, aceitando e valorizando a outra empresa do grupo (“ela paga bem mais do que você”).

O segundo vídeo (Wronney1, 2009b) tem o seguinte escrito na primeira imagem: “Uma nova maneira de ser [...]. Todo mundo vai virar empreiteira”. A letra, transcrita da mesma forma que no primeiro vídeo, é:

No dia em que eu nasci. **Já tava escrito a minha sina.** Mudá pra [...], e **trabalhá na [...].** **Aí veio a confusão.** [nome do presidente da empresa] **deixou nós na mão.** Fez uma **grande doidera.** **Passou nós tudo pra empreiteira.** [...], **não, mamãe!** [...], não, mamãe! [...], não, mamãe! [...], não. **Zoiudo foi embora, e deixou nós sem espaço.** Nem despediu de mim. **Nem falou tchau, nem deu abraço.** Fui recramá com ele. Ele me disse: Sabe o que eu acho? **Trabaiá na [...]** **ainda é meio do que na [...].** [...], **não, mamãe!** [...], não, mamãe! [...], não, mamãe, [...], não, mamãe! [...], não. [risos] (Wronney1, 2009b).

Nessa narrativa, a imagem utilizada para referir-se ao nascimento do trabalhador e sua sina, isto é, seu destino, é a de um bebê saindo de dentro de um ovo (Figura 4). Obviamente uma montagem, essa imagem remete também à fragilidade em que o trabalhador se encontra (comparado a um bebê) quando está só, no meio “natural”, antes de ser acolhido por um grupo humano. Também é possível



Fonte: Wronney1 (2009b).

Figura 4: Bebê saindo do ovo

analisar o que está implícito. Como os seres humanos não nascem de ovos, considera-se que está implícita uma associação do trabalhador com um animal, como aparece no vídeo anterior. Ao mesmo tempo, a imagem desse nascimento reforça a concepção de “natureza” em contraposição a cultura/civilização. Em outras palavras, ao representar o ser humano como uma ave, um animal “menos” racional, “mais natural”, o narrador reforça a concepção de natureza, destino, curso “natural” das coisas em oposição à opção, à escolha. Essa imagem é seguida de uma foto da indústria localizada na cidade interiorana. Fica implícito que o trabalhador vê a empresa, na figura da indústria, como muito maior do que o indivíduo. O indivíduo não teve escolha, seu destino, predefinido desde seu nascimento, foi trabalhar na empresa, como se a empresa o atraísse para ela, uma fatalidade da “natureza”.

Em seguida, os narradores dizem que “aí veio a confusão”. A utilização do advérbio de lugar “aí” com sentido temporal indica que a mudança não era esperada, foi repentina. Em outras palavras, as mudanças implantadas pela nova gestão são consideradas contraditórias, ambíguas e rompem com uma ordem “natural”, já estabelecida, como as imagens anteriores deixaram explícito. É interessante que essa “confusão” é ilustrada com uma foto de policiais (Figura 5) de cassetete na mão, na arquibancada de um estádio de futebol, dispersando torcedores. Além de a imagem ilustrar uma confusão que se instaura, aparece também a imagem da repressão policial, do poder. Confusão, portanto, tem sentido duplo, algo caótico, em relação ao qual não se tem controle, e algo temível, assustador. De fato, os trabalhadores não tinham nem controle sobre as decisões tomadas pela alta gestão, nem poder para reagir, do ponto de vista concreto. Simbolicamente, no entanto, a manifestação em forma de humor na Internet é uma reação ao (abuso de?) poder demonstrado pela nova gestão.



Fonte: Wronney1 (2009b).

Figura 5: Repressão policial a torcedores

Os narradores introduzem o personagem do presidente da empresa à época, nomeando-o na letra e ilustrando o discurso com a imagem de um castelo (Figura 6). Ao dizerem que “[nome do presidente da empresa] deixou nós na mão”, eles referem-se novamente ao tema de abandono/traição já referido na análise do primeiro vídeo. A utilização da imagem de um castelo remete a um dos sobrenomes do presidente e também, imediatamente, aos conceitos de autoridade, poder, hierarquia, riqueza. Além da conotação explícita, pode-se pensar que um castelo é, originalmente, não um ambiente de luxo, mas um local fortificado, impenetrável. Esse significado, que estaria implícito, aponta para a visão sobre o presidente, distante da realidade dos trabalhadores, intocável. Essa percepção contrasta com a relação de proximidade estabelecida com a “indústria” no vídeo anterior, demonstrando que a relação de afeto estava mais ligada ao espaço de trabalho e aos colegas do que à gestão da empresa.



Fonte: Wronney1 (2009b).

Figura 6: Castelo

O ato atribuído especificamente ao presidente é ter “passado” todos os trabalhadores para a empreiteira. A terceirização, vista pelos trabalhadores como um “deixar na mão”, isto é, novamente, romper com o combinado, não cumprir o prometido, é considerada também uma “grande doidera”. Para falar sobre essa situação “doida”, os trabalhadores valem-se de uma imagem de futebol (aliás, ao longo dos vídeos são utilizadas várias imagens de campos de futebol) e ela mostra um homem caracterizado como um galo (mascote do time Atlético Mineiro) com uma grande bandeira do time Cruzeiro ao fundo (Figura 7). Ela é uma imagem que explicita uma situação ambígua, confusa, esquizofrênica, pois os dois times de futebol são rivais.

No refrão “[...], não” eles demonstram sua insatisfação em serem contratados pela [...]. Em seguida, referem-se a um personagem, “Zoiudo”, de um filme da Disney, enquanto aparece a Figura 8.



Fonte: Wronney1 (2009b).

Figura 7: Galo x Cruzeiro



Fonte: Wronney1 (2009b).

Figura 8: Zoiudo

Esse animal, da família dos lêmures, parece ser uma referência também ao presidente, pois “Zoiudo” é um apelido dado a pessoas que têm os olhos grandes, uma característica física do então presidente. Esse “Zoiudo” teria ido embora e deixado “nós sem espaço”. Em seguida, o narrador deixa de usar o “nós” para estabelecer um diálogo direto com “Zoiudo”, que não se despediu dele, “nem com um abraço”. A história termina com outro refrão: “[...], não”. O final da narrativa, embora não tenha muita lógica, parece apontar para a situação dos trabalhadores que não tinham escolha e consideravam as duas empresas possíveis piores do que a empresa em estudo. O pedido “não, mamãe” torna a associar a empresa com a figura materna e a representar os trabalhadores como filhos, em posição de inferioridade. O tom utilizado é, no entanto, entre risos, ambíguo

e indica a utilização do humor como “válvula de escape”, que permite lidar psicologicamente com uma situação difícil (Wood Júnior, & Caldas, 2005).

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Wood Júnior e Caldas (2005) consideram que o humor pode ser utilizado de cinco formas diferentes. Dentre elas, pode-se dizer que as duas que mais se aplicariam ao caso analisado são: tentativa de afastar-se psicologicamente de situações desagradáveis; expressar hostilidade, de forma disfarçada, para reduzir a possibilidade de confronto. No entanto, a análise dos vídeos mostra que os trabalhadores explicitaram sua hostilidade. Provavelmente isso se deve ao fato de eles terem se sentido protegidos porque postaram os vídeos anonimamente.

A análise dos dois vídeos postados indica que seus autores perceberam e foram capazes de ressignificar o discurso da empresa, utilizando, para ridicularizá-lo, as mesmas expressões veiculadas nos canais de comunicação oficiais. Dessa forma, a nova maneira de ser da empresa ganhou uma conotação negativa, e oposta à do discurso dominante. Nesse sentido, a manifestação cultural humorística realizada pelos trabalhadores constitui um discurso de reação.

Foi possível perceber que os trabalhadores autores dos vídeos consideraram que o antigo contrato psicológico estabelecido pela empresa, que se baseava, sobretudo, na estabilidade do emprego, foi violado. A análise indica que o rompimento foi considerado abrupto e contrário ao que seria, para eles, “a ordem natural das coisas”. Essa situação levou os trabalhadores a representarem sua situação com imagens relacionadas com a metáfora de crianças frágeis e expostas ao perigo, remetendo a uma representação de fragilidade. Várias palavras e expressões utilizadas, assim como as imagens que ilustram os vídeos, apontam para os sentimentos de abandono, traição e injustiça. Essa percepção dos trabalhadores é consistente com as consequências da violação do contrato psicológico de trabalho indicadas por Wetzell (2000).

Constatou-se, também, que os autores dos vídeos associam a empresa em que trabalham/trabalhavam com uma figura feminina. A figura da mãe (que abandona) é a mais importante, presente nos dois vídeos, mas aparece também a figura da parceira amorosa/amante. No primeiro vídeo analisado, os narradores utilizam o recurso de desdenhar o empregador, como se a volta deles estivesse sendo solicitada pela empresa. Essa estratégia, que remete à situação amorosa em que um parceiro se arrepende do término da relação, parece ter sido utilizada para, simbolicamente, valorizar os trabalhadores. No segundo vídeo, no entanto, eles terminam pedindo à empresa, insistentemente, com o refrão, que não os mande para nenhuma das duas empresas que prestam serviço à empresa estudada. Apesar do

discurso de súplica, ele é feito entre risadas, o que funciona como a “válvula de escape” sugerida por Carrieri (2004).

Considera-se que a análise dos vídeos foi interessante para a compreensão da percepção de trabalhadores em função de um quadro de demissões e terceirizações. Acredita-se que a utilização da análise de discurso do humor pode ser uma nova opção metodológica para os pesquisadores interessados em dar voz aos indivíduos e compreender fenômenos mais espontâneos.

A pesquisa tem várias limitações. Uma delas é que, pelo fato de os vídeos terem sido postados anonimamente, não se sabe quantos trabalhadores participaram de sua produção. O trabalho ficaria mais rico se fosse possível incluir a análise

de trabalhadores sobre os vídeos. Considera-se, no entanto, que o número de acessos foi significativo, mostrando que os vídeos tiveram grande repercussão. Pretende-se, futuramente, ouvir os trabalhadores da empresa sobre os vídeos, para comparar suas percepções com a análise realizada.

Espera-se, ainda, que este artigo contribua para estimular outros pesquisadores a utilizar metodologia semelhante. A Internet é um novo grande mundo, no qual há muito material disponível que pode ser analisado. Acredita-se que o estudo de manifestações espontâneas possa contribuir para ampliar a percepção dos pesquisadores sobre a forma como os trabalhadores vivenciam suas experiências e interagem com a realidade social que os cerca. ◆

REFERÊNCIAS

- Bauer, M. W., & Gaskell, G. (2002). *Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático*. Petrópolis: Vozes.
- Bendassoli, P. F. (2009, outubro/dezembro). Recomposição da relação sujeito-trabalho nos modelos emergentes de carreira. *Revista de Administração de Empresas (RAE)*, 49(4), 387-400.
- Boje, D. M. (1995). Stories of the storytelling organization: a postmodern analysis of Disney as “Tamara-Land”. *Academy of Management Journal*, 38(4), 997-1035.
- Boje, D. M. (2000). *Narrative methods for organizational and communication research*. London: Sage.
- Bourdieu, P. (2005). *O poder simbólico*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil.
- Câmara, G. A. N. (2007). *Fusões e aquisições. Análise do desempenho, da performance e da competitividade: estudo de caso do sistema Usiminas*. Belo Horizonte: UFMG/Cepead.
- Carrieri, A. de P., Leite-da-Silva, A. R., Souza, M. M. P., & Pimentel, T. D. (2006). Contribuições da análise do discurso para os estudos organizacionais. *Economia e Gestão*, 6(12), 1-22.
- Carrieri, A. de P. (2001). *O fim do “mundo Telemig”: a transformação das significações culturais em uma empresa de telecomunicações*. Tese de Doutorado, Faculdade de Ciências Econômicas da Universidade Federal de Minas Gerais, MG, Brasil.
- Carrieri, A. de P. (2004, maio/agosto). O humor como estratégia discursiva de resistência: as charges do Sinttel/MG. *Revista Organizações e Sociedade*, 11(30), 29-48.
- Carvalho Neto, A. M., & Fernandes, B. (2005). As práticas gerenciais frente aos principais desafios apontados pelas maiores empresas brasileiras na gestão de terceirizados. *Anais do Encontro Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração – EnANPAD*, Brasília, DF, Brasil, 29.
- Cavedon, N. R., & Stefanowski, F. de L. (2008, julho/setembro). O riso que integra, o riso que separa: identidade organizacional em um sebo de Porto Alegre. *Revista Organizações e Sociedade*, 15(46), 137-152.
- Dedecca, C. S. (2009). Flexibilidade e regulação de um mercado de trabalho precário: a experiência brasileira. In N. A. Guimarães, H. Hirata, & K. Sugita (Orgs.). *Trabalho flexível: empregos precários?* São Paulo: Edusp.
- Donadone, J. C. (2002, janeiro/junho). A apropriação e recontextualização de práticas organizacionais. *RAE-eletrônica*, 1(1), 1-14.
- Duarte, S. R., & Paula, L. C. C. R. de. (2007). O humor no ambiente de trabalho: um estudo epistemológico. *Anais do Encontro Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração – EnANPAD*, Rio de Janeiro, RJ, Brasil, 31.
- Eponine, C. (2009, 27 de maio). Usiminas demite mais 810. *Jornal Hoje em Dia*.
- Faria, A. A. M., & Linhares, P. T. S. (1993). O preço da passagem no discurso de uma empresa de ônibus. In I. L. Machado. (Org.). *Análises de discursos: sedução e persuasão*. Belo Horizonte: Fale/UFMG/NAPq (Cadernos de Pesquisa, 13).
- Fiorin, J. L. (2004). *Linguagem e ideologia* (Coleção Especial). São Paulo: Ática.
- Godoi, C. K. (2006). Perspectivas de análise do discurso nos estudos organizacionais. In C. K. Godoi, R. Bandeira-de-Melo, & A Barbosa da Silva (Orgs.). *Pesquisa qualitativa em estudos organizacionais: paradigmas, estratégias e métodos*. São Paulo: Saraiva.
- Houaiss, Antônio. (2011?). Ferrar. In *Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa*. Recuperado em 13 abril, 2011, de <http://houaiss.uol.com.br/busca.jhtm?verbete=ferrar&stype=k>
- Irigaray, H. A. R., Saraiva, L. A. S., & Carrieri, A. de P. (2010, setembro/outubro). Humor e discriminação por orientação sexual no ambiente organizacional. *Revista de Administração Contemporânea (RAC)*, 14(5, art. 7), 890-906.
- Maingueneau, D. (1998). *Termos chave da análise de discurso*. Belo Horizonte: UFMG.

REFERÊNCIAS

- Mazzali, L. (2007). Terceirização dos serviços de manutenção: a relação entre a grande empresa cliente e as pequenas empresas fornecedoras. *Anais do Encontro Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração – EnANPAD*, Rio de Janeiro, RJ, Brasil, 31.
- Pêcheux, M. (1990). *Discurso: estrutura ou acontecimento*. Campinas: Pontes.
- Peirce, C. S. (2000). *Semiótica* (3a ed.) São Paulo: Perspectiva.
- Piccinini, V. C., & Oliveira, S. R. de. (2011). Organização do trabalho num contexto de liberalização. In M. C. Cacciamali, R. Ribeiro, & J. Macambira (Orgs.). *Século XXI: transformações e continuidades nas relações de trabalho*. Fortaleza: Instituto de Desenvolvimento do Trabalho/Banco do Nordeste do Brasil/Universidade de São Paulo.
- Revista Exame. (2008, 12 de junho). Desconstruindo Rinaldo. Ed. 920.
- Rodrigues, M. S. P., & Leopardi, M. T. (1999). *O método de análise de conteúdo*. Fortaleza: Fundação Cearense de Pesquisa e Cultura.
- Rodrigues, S. B., & Collinson, D. L. (1995). 'Having fun'? Humour as resistance in Brazil. *Organization studies*, 16(5), 739-768.
- Saraiva, L. A. S. (2009). *Mercantilização da cultura e dinâmica simbólica local [manuscrito]: a indústria cultural em Itabira, Minas Gerais*. Belo Horizonte: UFMG.
- Saraiva, L. A. S., & Moura, S. R. (2009). Práticas políticas em relações empresariais de terceirização no setor de mineração de Minas Gerais. *Anais do EnGPR*, Curitiba, Paraná, Brasil, 2.
- Silva, J. R. G., & Wetzel, U. (2004). Configurações de tempo e a tentativa de adaptação dos indivíduos às mudanças organizacionais. *Anais do Encontro Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração – EnANPAD*, Curitiba, PR, Brasil, 28.
- Souza, P. de. (2003). A boa nova da memória anunciada: o discurso fundador da afirmação do negro no Brasil. In E. P. Orlandi. *Discurso fundador: a formação do país e a construção da identidade nacional* (3a ed.). Campinas, SP: Pontes.
- Vidal, J. S. de F., & Medeiros, J. J. (2001). Aspectos estratégicos e operacionais do processo de terceirização dos serviços de manutenção de uma ferrovia. *Anais do Encontro Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração – EnANPAD*, Campinas, SP, Brasil, 25.
- Wetzel, U. (2000). Transformação do contrato psicológico no contexto da privatização: estudo de casos. *Anais do EnEO*, Curitiba, PR, Brasil, 1.
- Wood Júnior, T., & Caldas, M. P. (2005, julho/setembro). Rindo do quê? Como consultores reagem ao humor crítico e à ironia sobre sua profissão. *Revista Organizações e Sociedade*, 12(34), 83-101.
- Wronney1. (2009a, 14 de novembro). YouTube. Recuperado em 14 abril, 2011.
- Wronney1. (2009b, 14 de novembro). YouTube. Recuperado em 14 abril, 2011.
- Yazbek Júnior, J., & Serio, L. C. di. (2001). Estruturas organizacionais, inovação tecnológica e terceirização em ambientes dinâmicos. *Anais do Encontro Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração – EnANPAD*, Campinas, SP, Brasil, 25.

ABSTRACT

Humor on the Internet: workers employ new strategy to protest against resignations and outsourcing

The aim of this article was to analyze how the workers from EMPRESA employed humor to protest against resignations and outsourcing, which took place in the 2000's. While the steel company proposed the implantation of the "new way of being EMPRESA", which would be more modern, clearer, and participative, the workers produced and posted two videos on YouTube to tell their own history ridicularize the official discourse and protest. By using the combination of humor and the internet, the workers demonstrated their capacity of updating themselves and finding new ways to protest against their current living situation, which appeared to have increased their power in a symbolic fight. Although the resignations and outsourcing were not reversed, the "new" management was replaced by the stakeholders after two years of their mandate. The videos were analyzed by the French-based discourse analysis technique, which considered oral and written texts as discourses and with the support of semiotic methods to analyze the images associated with their words. The analyses indicated that the workers denounced the rupture of their psychological contract established with the company. The authors of the video associated the company with a female figure, sometimes a mother, sometimes a lover and the work in the factory as something fated in their lives. They demonstrated their feelings of neglect and betrayal, which were coherent with this type of situation.

Keywords: speech reaction, narratives, humor, Internet, power.

Humor en Internet: trabajadores han utilizado nueva estrategia para protestar contra las renunciaciones y tercerizaciones

El objetivo de este artículo es analizar de qué forma los trabajadores de la EMPRESA han utilizado el humor para manifestarse en contra de renunciaciones y tercerizaciones ocurridas en la década de 2000. Mientras la acería manifestaba la implantación de una “nueva manera de ser EMPRESA”, que sería más moderna, transparente y participativa, los trabajadores produjeron dos videos, y los subieron al YouTube, para contar otra historia, ridiculizar el discurso oficial y protestar. Al combinar el humor con la internet, los trabajadores demostraron su capacidad de actualizarse y encontrar nuevas maneras de manifestarse en contra de las situaciones que viven, lo que parece ampliar su poder en la lucha simbólica. Aunque las renunciaciones y tercerizaciones no hayan sido revertidas, la “nueva” gestión fue remplazada por los accionistas después de apenas dos años de mandato. Los videos fueron analizados a partir de la técnica de análisis de discurso de base francesa, que considera textos orales y escritos formas de discurso, y usa el soporte de la semiótica para análisis de las imágenes que acompañan la letra. La análisis indica que los trabajadores denuncian la ruptura del contrato psicológico establecido por la empresa. Los autores del video asocian la empresa a una figura femenina, a veces madre, a veces amante, y el trabajo en la planta como algo que estaba predestinado en su vida. Ellos demostraron el sentimiento de abandono y traición que condice con este tipo de situación.

Palabras clave: discurso reacción, narrativas, humor, Internet, poder.

inspiração

**A administração eficaz
concretiza-se em ações,
mas começa com ideias.**

A Rausp está voltada à disseminação de pesquisas e ideias que agreguem valor ao trabalho de acadêmicos e praticantes de Administração.

Assine a Rausp

*Para informações ligue (11) 3091-5922 ou 3818-4002
e-mail: rausp@usp.br*

www.rausp.usp.br