

Luz, Câmera, Ação! Quando a resistência ao poder e controle organizacional provoca o riso¹

Valdir Machado Valadão Junior, Cíntia Rodrigues Oliveira Medeiros e Fabiane Deus Teixeira

Resumo

Analisando a temática da resistência sob o prisma do humor, estabelecemos como objetivo para esta pesquisa identificar aspectos do discurso de vídeos de funcionários que representam sua resistência diante das organizações, utilizando-se da criatividade, do humor e do mau comportamento. Para tanto, foram analisados cinco vídeos extraídos da página Youtube, publicados entre maio de 2011 e fevereiro de 2015. Os resultados apontam que, tanto elementos relativos à imagem bem como ao discurso que acompanha os vídeos, atrelados ao contexto no qual estão inseridos, revelam a resistência dos sujeitos à hegemonia organizacional. Nossa análise apontou para duas formas de resistência na utilização do humor: (1) denúncia de práticas empresariais – *whistleblowing*; e (2) retirada. Destaca-se, também, o potencial da utilização da Internet como forma de disseminar atos de resistência organizacional, apontando este meio como campo para investigações futuras sobre o tema.

Palavras-chave

Humor. Resistência. Cultura.

Abstract

By examining workplace resistance from a humorous perspective, the aim of this research is to identify aspects of employees' discourses, found in Internet videos, which represent their resistance to organizations, through creativity, humor and misbehavior. To achieve such objective, we analyzed five videos from YouTube, posted between May 2011 and February 2015. Results underline that both image and discourse elements present in the videos, as well as their contexts, reveal employees' resistance to organizational hegemony. Our analysis pointed out two forms of resistance within the use of humor: (1) denunciation of business practices - *whistleblowing*; and (2) withdrawal. Results also emphasize the potential of the Internet as a means of dissemination of resistance acts against organizations and indicate it as a

means that deserves further attention in future research on the matter.

Keywords Humor. Resistance. Culture.

INTRODUÇÃO

Ainda que o termo “resistência” possa remeter-nos a situações nas quais o mau comportamento surge de forma violenta ou desafiadora, focamos, neste artigo, nas situações de resistência bem-humoradas e que provocam o riso, constituindo-se, assim, uma contradição à abordagem funcionalista do humor, enfatizando o efeito positivo do uso do humor nas organizações (MEDEIROS; ALCADIPANI, 2016).

Outro aspecto a ser considerado em nosso trabalho é a importância da Internet como canal de expressão política dos sujeitos, por meio do qual são manifestas as opiniões e insatisfações com o governo, com práticas sociais e com as empresas, inclusive aquelas com as quais os indivíduos possuem ou possuíram vínculo empregatício, sendo este último contexto o foco deste estudo. Para os trabalhadores e ativistas, a Internet representa um espaço de negociação livre e de célere responsividade (ASH, 2016; CASTELLS, 2017), pois, uma vez emitidas suas opiniões e manifestações, estas se tornam públicas e podem macular a imagem das empresas. Por este motivo, as empresas tentam posicionar-se de forma ágil, a fim de controlar as opiniões dos internautas por meio do discurso (MEDEIROS *et al.*, 2013).

Analisando a temática da resistência nas organizações sob o prisma do humor, nosso objetivo nesta pesquisa foi identificar aspectos do discurso de vídeos de funcionários que representam sua resistência diante das organizações, por meio da paródia, da sátira e da apropriação (SANT’ANNA, 1985). Para tanto, analisamos cinco vídeos, elaborados por trabalhadores, extraídos da página Youtube, publicados entre dezembro de 2011 e fevereiro de 2015.

Este artigo está estruturado em cinco seções, além desta introdução, assim caracterizadas: iniciamos apresentando abordagens da resistência nos estudos organizacionais, seguidos da abordagem do humor nesta área; na sequência, explicitamos a metodologia de análise e de seleção dos vídeos do Youtube, objetos deste estudo; prosseguindo, mostramos os resultados da análise, estando reservada à seção final a apresentação das considerações finais.

PODER, CONTROLE E RESISTÊNCIA: AMEAÇA À HEGEMONIA ORGANIZACIONAL

A resistência surge nas organizações como uma contrapartida às tentativas de controle por parte da classe detentora do poder das organizações e possui “caráter multidimensional, emergindo de diferentes formas nos mais variados contextos, tendo se tornado familiar no

local de trabalho contemporâneo” (MEDEIROS; ALCADIPANI, 2016, p. 132). Os estudos sobre a dinâmica do poder bifurcam-se, pelo menos, em duas abordagens dissonantes: a funcionalista e a crítica.

Sob a primeira perspectiva, o poder é visto como um recurso que pode ser utilizado de forma ilegítima pelos oponentes dos gestores, ou pelos próprios gestores, como forma de controlar esses ataques ilegítimos. Por outro lado, na abordagem crítica, o poder é usado como forma de dominação (HARDY; CLEGG, 1998). Nesta última perspectiva, a resistência surge como uma tentativa de contra-atacar a hegemonia da classe dominante. O humor atua, assim, como um código oculto, um recurso da prática de resistência nas organizações, o qual revela as manifestações políticas de um determinado grupo e que pode contribuir para a formação da imagem organizacional (MARQUES; OLIVEIRA, 2012).

Na tradição Weberiana (WEBER, 1998), poder e dominação complementam-se, sendo o primeiro a possibilidade de impor a vontade de uma pessoa sobre o comportamento de outra pessoa; já a dominação manifesta-se como o resultado da crença derivada do exercício do poder. No entanto, tais relações não ocorrem de forma tranquila e a resistência à dominação assumirá diferentes contornos.

Dentre as diversas maneiras que a resistência aparece na literatura referente ao campo dos estudos organizacionais, destacam-se o produtivismo como estratégia defensiva (DEJOURS, 1987; 1993); o conservadorismo, tecnicismo, corporativismo e resistência à mudança (MERTON, 1978); e, em uma perspectiva organizacional, Hall (1984; 2004) cita Blau (1964), indicando outros comportamentos, dentre os quais, a retirada, a tentativa de contornar a situação sem confronto e o confronto direto. Hall (2004) também discute, como consequência das relações de poder, a obediência e o envolvimento, conformismo e conflito.

Gabriel (2008) faz uma reflexão sobre as formas de resistência ao controle organizacional. Este autor, a partir das ideias de Debord (1997), considera as organizações como a “sociedade do espetáculo”, pois essas se caracterizam pela valorização da imagem, de fotos, da exposição e de espetáculos, também motivada pela mídia. Para o autor, a “sociedade do espetáculo” encaixa-se na concepção das organizações como “jaulas de vidro”, as quais, embora demonstrem a abertura das instituições modernas, revelam um sistema de controle frágil.

Essa fragilidade da hegemonia organizacional dá abertura a episódios de resistência de diferentes tipos. O trabalho de Gabriel (2008) resultou na identificação de três formas de resistência verificadas nas organizações contemporâneas, encapsuladas pela transparência das “jaulas de vidro”. A primeira forma de resistência, a *whistleblowing*, é um recurso de denúncia com caráter político e está relacionado com a tentativa dos empregados de se sobreporem à voz dominante da organização, por meio do atentado à imagem da empresa à qual estão vinculados. Conforme o autor, o *whistleblowing* está estreitamente relacionado com a “sociedade do espetáculo”, clamando por transparência e exposição, sendo os episódios de delação, por si só, espetáculos.

Outra forma de resistência verificada é a por retirada (HIRSCHMAN, 1970, citado por GABRIEL, 2008). Este recurso mostra a ausência de lealdade do trabalhador, o qual, em situações complexas ou que o desagradam, retira-se da organização ao invés de criticar ou desafiar o sistema, como um ato de liberdade para fazer o que deseja. O autor aponta, ainda, a resistência por distanciamento, na qual o trabalhador adquire a postura de manter-se alheio ao controle gerencial, sem demonstrar conformidade ou se rebelar contra o fato (COLLINSON, 2002).

Este estudo discute uma das táticas da primeira forma de resistência ao exercício do poder nas organizações: trata-se do uso de humor como forma de confronto às estruturas do poder organizacional, o que apresentamos na seção seguinte.

AS FACES DO HUMOR

Na literatura, entre as atitudes relacionadas com a resistência está o mau comportamento (KIRCHHOFF; KARLSSON, 2012; MEDEIROS; ALCADIPANI, 2016), argumentos e estratégias retóricas (SYMON, 2005) e o humor (TAYLOR; BAIN, 2003; TANG; BHATTACHARYA, 2011; WESTWOOD; JOHNSTON, 2011). Os episódios em que o humor surge no cotidiano das organizações são analisados de diferentes formas na literatura do campo dos estudos organizacionais. O humor nas organizações, o qual pode ser manifestado por meio de paródia (KENNY, 2009), de sátira (TANG; BHATTACHARYA, 2011), de piadas e palhaçadas (TAYLOR; BAIN, 2003), é um tema de crescente interesse em estudos organizacionais, dada a ambiguidade e a complexidade envolvida nesses episódios.

No que se refere às pesquisas que abordam o humor nas organizações, nota-se uma variedade de temas relacionados, incluindo o humor como instrumento de discriminação e de aproximação de homossexuais no ambiente de trabalho (IRIGARAY; SARAIVA; CARRIERI, 2010), humor como canal para expressar emoções que não são facilmente expostas em interações formais (GRUGULIS, 2002) ou como uma forma a ser gerenciada em favor da produtividade da empresa (MALONE, 1980).

Segundo Carrieri (2004), o humor pode funcionar, ainda, como mecanismo por meio do qual as ambiguidades e os paradoxos organizacionais são revelados e os indivíduos envolvidos nesses processos seriam capazes de criar e manter suas próprias subjetividades e identidades, por exemplo, em períodos de mudança como ocorreu nos processos de privatização da Telemig (CARRIERI; RODRIGUES, 2001) ou mesmo as expressões de resistências nas diferentes fases da gestão dessa mesma organização (RODRIGUES; COLLINSON, 1995).

Barsoux (1996) defende que o humor espontâneo pode atuar como uma ferramenta a ser gerenciada a fim de produzir resultados efetivos no sentido de amenizar o ambiente de trabalho e facilitar a comunicação e a responsividade dos membros da organização. No entanto, esta visão funcionalista, ao desconsiderar a complexidade do humor, exclui seu caráter potencialmente subversivo e de resistência, o qual não pode ser banido da vida institucional (WESTWOOD; JOHNSTON, 2013). Estes autores apontam, também, que tanto o tipo de humor quanto seus efeitos no ambiente dependem do contexto no qual estão

inseridos. A análise do contexto pode revelar ocorrências paradoxais do humor, refletindo tanto as relações de poder, a fim de manter o *status quo* organizacional, como posturas de resistência e de subversão à ordem vigente (WESTWOOD; JOHNSTON, 2011).

Essa visão dualística sobre o humor transcende os estudos organizacionais e pode ser corroborada no campo sociológico. Tang e Bhattacharya (2011) ponderam que humor em forma de sátira pode estar imbuído tanto de uma manifestação do poder simbólico e da resistência à cultura e à política dominante bem como pode representar a ausência de poder político e a resignação à classe dominante.

Para Collinson (2002), a complexidade do humor está relacionada com a postura dos gestores tanto de estimular bem como de suprimir os gracejos. O humor, por vezes encorajado com uma tentativa de “empoderar” os trabalhadores, pode ser, de fato, suprimido. O caminho inverso também é verificado, pois, ao tentar excluir o humor, o gestor pode provocar a sua existência. Desse modo, para o referido autor, o humor crítico é uma “faca de dois gumes” sobre as organizações, pois, se por um lado pode facilitar a comunicação institucional, por outro pode reforçar tensões e hierarquias de poder no ambiente de trabalho.

Como forma de resistência, Contu (2008) faz uma analogia das manifestações do humor, bem como da paródia e do cinismo, referentes ao consumo do café descafeinado, uma vez que, ainda que seja uma forma de resistência, não traria ônus ao praticante e não alteraria o *status quo* que vincula o indivíduo ao empregador, o que remete ao termo “resistência descafeinada”. Ao utilizar a Internet como meio de disseminar o humor resistente, os trabalhadores passaram por uma espécie de empoderamento e encontraram, na rede, uma arma para auxiliar na luta simbólica contra a hegemonia organizacional (FURTADO; CARRIERI; BRETAS, 2014).

Ao associar humor e resistência nas organizações, a literatura distancia-se da abordagem funcionalista e aponta alternativas para a análise sobre o poder e controle organizacional. O humor tem sido utilizado como resposta a situações sérias, como no caso de exercício do poder, fazendo com que o enunciado humorístico seja ambíguo (KUIPERS, 2008), mas caracterizando a resistência (WESTWOOD; JOHNSTON, 2013). Dessa maneira, ao colocar como foco protestos de trabalhadores contra decisões organizacionais, esta pesquisa propõe-se a explorar uma das faces do humor: como resistência contra o controle e poder organizacional.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A pesquisa conduzida neste artigo é de caráter qualitativo, uma vez que entendemos que as relações humanas produzem significado e nos propomos a explorar “o nível de simbólico, dos significados e da intencionalidade” (MINAYO; SANCHES, 1993, p. 245). Para construir o *corpus* de pesquisa, recorreremos à indicação de membros do grupo de pesquisa dos autores deste artigo. Dos 14 vídeos indicados, selecionamos aqueles que atendiam aos seguintes critérios: a) vídeo produzido por trabalhadores de forma individual ou por meio de sindicatos de classe; b) o protesto como teor do vídeo; e c) vídeo utilizando o humor.

Apropriando-se da teoria de Sant’Anna (1985) sobre os recursos de linguagem para o campo audiovisual, o humor presente no material coletado inclui as formas de: (1) paródia, a qual seria um exagero e desvio total do texto inicial; e (2) apropriação, consistindo na reprodução de um objeto em contexto diferente do usual. Ambos os estilos citados, segundo o mencionado autor, são formas de dessacralizar o texto original. Além da paródia e da apropriação, também foi identificado o uso da sátira, a qual pode ser considerada uma forma de ataque (GRIFFIN, 1994).

Depois de realizada a seleção dos vídeos, assistimos a cada um deles, anotando as nossas impressões gerais e aspectos principais, como temas e expressões verbais e não verbais. Em seguida, assistimos pela segunda vez, com o intuito de transcrever o vídeo, pausando e voltando várias vezes para certificarmos-nos da transcrição. Na fase seguinte, lemos as transcrições e codificamos o material, o que permitiu a categorização dos vídeos nos seguintes grupos, considerando o estudo de Gabriel (2008): Grupo I: resistência *whistleblowing* e Grupo II: resistência por retirada. Destaca-se que a resistência por distanciamento não foi encontrada nos vídeos analisados, o que se deve ao caráter mais velado desse tipo de resistência.

Em síntese, o conteúdo dos vídeos foi analisado por meio de recursos da técnica de análise fílmica, a qual considera o contexto, o fio condutor e o objetivo, devendo o material, um filme ou fragmento, ser desconstruído e reconstruído a partir da visão do analisador (VANOYE; GOLIOT-LÉTÉ, 2008), atrelada à técnica da análise de conteúdo dos textos contidos nos vídeos e do vídeo classificado como paródia, devido ao caráter interpretativo da análise e a necessidade de decodificação das mensagens (MOZZATO; GRZYBOVSKI, 2011). Para facilitar a operacionalização da análise, os vídeos selecionados foram, primeiramente, colocados nas categorias de análise e identificados por meio do estilo de linguagem utilizado, bem como da categoria à qual se enquadram na página Youtube, de acordo com seus autores, conforme apresentado no Quadro 1.

Quadro 1 - Vídeos analisados e grupos de análise

VÍDEO	Estilo de linguagem	Categoria do Youtube
Grupo I – WHISTLEBLOWING		
1) “Operários protestam cantando praticamente pelado (sic) ‘YMCA’ na Espanha” https://www.youtube.com/watch?v=zdRXidO_h_Y	Apropriação	Pessoas e blogs
2) “Professora faz paródia de ‘Beijinho no ombro’ direcionada ao Secretário de Educação em Contagem” https://www.youtube.com/watch?v=FoeLDMPT2dQ –	Paródia	Notícias e política
3) “Exploração de trabalhador tem nome” https://www.youtube.com/watch?v=KEJV6ilzWx4 - acessado em 22 jun. 2015	Sátira	Pessoas e blogs

VÍDEO	Estilo de linguagem	Categoria do Youtube
Grupo II – RETIRADA		
4) “An Interpretative Dance For My Boss Set To Kanye West’s Gone” https://www.youtube.com/watch?v=Ew_tdY0V4Zo - acessado em 22 jun. 2015	Apropriação	Comédia
5) “Google, I Quit” https://www.youtube.com/watch?v=RJSiZhPSKPQ - acessado em 22 jun. 2015	Apropriação	Comédia

Fonte: Elaborado pelos autores com base no material de pesquisa.

TRABALHADORES EM AÇÃO: A PRODUÇÃO DO HUMOR COMO FORMA DE RESISTÊNCIA

Os resultados encontrados são apresentados por vídeo analisado e, em seguida, fazemos a discussão dos resultados. Ressalta-se que, em alguns casos, para o completo entendimento das publicações, foi necessária a pesquisa em outras fontes, a fim de entender o contexto de produção e, desse modo, interpretar o conteúdo dos episódios de resistência.

Quadro 2 - Operários protestam cantando praticamente pelado (sic) ‘YMCA’ na Espanha

CARACTERÍSTICAS	
Duração	2 min 36 s
Trilha sonora	Música “YMCA” - Village People
Ambientação	Dependências da fábrica da ABB – País Basco/Espanha
Número de visualizações em 12/7/2015	3.488

Fonte: Elaborado pelos autores com base no material da pesquisa

O vídeo 1 (Quadro 2) foi publicado no site Youtube em 9/5/2011, tendo sido produzido por funcionários da multinacional ABB, na Espanha, como forma de protesto contra o fechamento da fábrica localizada no País Basco/Espanha e a transferência das instalações para a Turquia. A intenção dos idealizadores da filmagem era chamar a atenção das autoridades, visto que esses acreditam que seria injustificável que uma empresa, cujo faturamento do triênio anterior foi de R\$ 100.000.000,00 (cem milhões de reais), demitisse toda a linha de produção (BARBOSA, 2011).

O vídeo é iniciado com um livro, no qual há a denúncia de que “Depois de anos de inúmeros lucros, a ABB deixa seus empregados... com uma mão na frente outra atrás” (tradução livre dos autores). A partir de então, a cena é cortada para os trabalhadores nus, no ambiente de trabalho, cobrindo as genitálias apenas com as ferramentas utilizadas para o trabalho na fábrica.

Analisando os elementos visuais, interpretamos que o fato de os empregados optarem por se apresentarem nus no vídeo é uma alusão à ideia de que esses não têm nada a esconder para a sociedade e que foram deixados sem qualquer recurso, pela empresa ABB, o que pode ser confirmado pela frase inicial do vídeo: “deixa seus empregados... com uma mão na frente outra atrás”, uma expressão comumente utilizada para se referir a quem saiu de uma situação sem nenhum recurso ou bem. Ainda sobre os elementos da imagem, destaca-se uma cena em que, no primeiro plano, há uma serra sendo utilizada e, no segundo plano, um trabalhador abaixado de costas para a serra. A forma como o enquadramento foi feito simulava, metaforicamente, um abuso sexual, o que indica que os trabalhadores estavam se sentindo abusados e desmoralizados pela situação. É importante ressaltar que, nas estrofes em que a música entoava a frase “*young man*” (rapazes, em tradução livre), os funcionários/atores apontavam para a câmera, o que pode ser interpretado como um objetivo de mostrar ao espectador que aquela situação de desemprego e de abuso poderia acontecer com qualquer um.

Ademais, os funcionários fizeram a gravação dentro das dependências da fábrica, o que remete, além do humor, ao mau comportamento como forma de resistência. Esta característica está vinculada, principalmente, ao fato de os trabalhadores-personagens do filme estarem nus no ambiente de trabalho, geralmente caracterizado pela formalidade das vestimentas. As próprias ferramentas de trabalho são utilizadas no vídeo como acessórios que, em vez de empregadas para construir o patrimônio físico da empresa, são usadas para destituir o patrimônio moral da organização.

A resistência dos trabalhadores à atitude da empresa é depreendida por meio da frase citada no vídeo: “Lutamos por nosso futuro, nosso trabalho”. O caráter de denúncia do material, enquadrado na categoria de resistência *whistleblowing*, é inferido pelas seguintes frases contidas no vídeo e que podem macular a imagem da empresa em questão: “Mais lucros, menos empregados”; “160 famílias sem emprego por avaréza”; “ABB transfere sua fábrica para país de baixo custo”; e “Por que permitem um ERE com trinta milhões em lucros?” (traduções livres dos autores). Nesta última frase, os trabalhadores fazem um apelo ao governo espanhol por ter permitido a emissão, à ABB, de *Expediente de Regulación de Empleo (ERE)*, o qual consiste na autorização para que uma empresa em má situação econômica possa demitir trabalhadores. Assim, a resistência dos funcionários da ABB é direcionada, também, ao órgão regulador do emprego na Espanha.

Notamos, ainda, que, apesar de os emissores e receptores diretos do vídeo serem espanhóis, o uso de música de língua inglesa reconhecida mundialmente indica a intenção dos emissores de disseminar o protesto além das fronteiras espanholas. Esse recurso, inclusive, pode estar relacionado com o fato de a ABB ser uma empresa multinacional. Além do uso do idioma inglês, destacamos o fato de os trabalhadores terem utilizado a nudez no vídeo, o que, por ser um tabu em diversas sociedades, é um recurso que, por si só, chama a atenção para o protesto.

A intenção de que seja dada atenção ao fechamento da fábrica por meio do riso fica evidente nessa declaração, retirada da página *Exame.com*, dada pelo porta-voz dos trabalhadores da

ABB: “O vídeo faz rir, mas a mensagem é séria. O fechamento da fábrica nos deixa sem nada, sem roupa, sem recursos e sem futuro” (BARBOSA, 2011).

Quadro 3 - Vídeo 2: Professora faz paródia de ‘Beijinho no ombro’ direcionada ao Secretário de Educação em Contagem

CARACTERÍSTICAS	
Duração	1 min 27 s
Trilha sonora	Paródia da música “Beijinho no obro” - Valeska Popozuda
Ambientação	Rua não identificada em Contagem – MG
Número de visualizações em 12/7/2015	44.885

Fonte: Elaborado pelos autores com base no material da pesquisa

O vídeo2 (Quadro 3) foi publicado no Youtube em 11/4/2015, em protesto contra a gestão da Secretaria de Educação do Município de Contagem-MG e em reivindicação ao aumento salarial, concessão de benefícios e melhorias nas escolas (BRAGON, 2014). Como se trata de uma gravação do ato de protesto, os elementos visuais mais interessantes do ponto de vista da produção de resistência é o fato de que a professora/cantora direciona a palavra a alguém que, aparentemente, seria o secretário de educação do município. No vídeo, pode ser observada a significativa quantidade de pessoas presentes no local aplaudindo o ato, o que sugere que o humor reforça a solidariedade e a coletividade do grupo, trazendo mais força ao episódio de resistência.

A letra da paródia criada faz denúncias com a intenção de desvalorizar a imagem da Prefeitura Municipal de Contagem e dos órgãos vinculados à educação, sendo, portanto, enquadrada na categoria *whistleblowing*:

Desejo a toda a prefeitura vida longa
 Pra que ela veja cada dia mais nossa vitória
 Greve da gente, você não respeita e zomba
 Aqui dois corpos são o povo e a gente faz história
 Acredito em lei, faço ela de escudo
 Late mais alto que da sala eu não te escuto
 Lá da escola quase não dá pra te ver
 Eu tô dando aula e ocê querendo aparecer
 Não sou covarde já tô pronta pro combate
 Educação e salário de qualidade
 O meu sensor de arrogância explodiu
 Temos o pior secretário do Brasil
 Beijinho no ombro pra aquele que se esconde

Beijinho no ombro pra quem tem medo da educação

Beijinho no ombro pros corruptos aos montes

Beijinho no ombro, quero a valorização (Transcrição de dados de pesquisa)

Originalmente, a letra da música “Beijinho no ombro” remete à valorização dos indivíduos e representa uma barreira às críticas externas. No caso em análise, o “beijinho no ombro” sugere a superioridade dos professores em detrimento dos políticos corruptos, como se estes estivessem tirando o foco da educação e o voltando para si mesmos, o que justificaria o ato de greve dos professores.

Também ressaltamos, nesse vídeo, que a ambientação do ato de resistência na rua acompanha a tentativa da trabalhadora-personagem de desmoralizar a mencionada Prefeitura, uma vez que a rua é local público onde possivelmente circulariam pessoas não pertencentes ao movimento dos professores e que poderiam mudar seu ponto de vista com relação aos administradores da cidade. A ideia de que haveria um alinhamento das opiniões a respeito da administração do município é refutada pelo apoio dos espectadores do ato, os quais aplaudem e se manifestam em concordância com a trabalhadora.

Quadro 4 - Vídeo 3: Exploração de trabalhador tem nome

CARACTERÍSTICAS	
Duração	1 min 48 s
Trilha sonora	Sem trilha sonora
Ambientação	Açougue
Número de visualizações em 12/7/2015	195.998

Fonte: Elaborado pelos autores com base no material da pesquisa

O vídeo 3 (Quadro 4), elaborado pela “Confederação Nacional dos Trabalhadores nas Indústrias Alimentícias” e publicado no Youtube em 12/2/2015, faz alusão a uma série de propagandas veiculadas por um frigorífico, protagonizadas por um ator de destaque nacional. A ambientação é um açougue. A cliente chega e pede, ao atendente, a carne do “ator famoso”. Embora não seja citado o nome da empresa, pressupõe-se que os espectadores relacionem o vídeo com as propagandas da empresa, as quais são amplamente disseminadas nos meios publicitários.

Ao reforçar o pedido pela carne do “ator famoso”, o atendente informa que a empresa da qual a cliente comprará aumentou o valor cobrado aos funcionários pelo plano de saúde, apesar do baixo salário, em média, ser de R\$ 1.000,00. A seguir, o atendente acrescenta que a mesma empresa doou cerca de R\$ 350.000.000,00 para as eleições para cargos políticos, porém, não concede o benefício aos funcionários. Ao final, o atendente menciona que sabe dessas informações por trabalhar na empresa, tendo que fazer segunda jornada de trabalho para “completar o orçamento doméstico”.

Nessa cena, destaca-se a menção a um fato relacionado à política (doação de imensa quantia em dinheiro para as eleições), o que já é essencialmente polêmico, para chamar atenção para a causa dos trabalhadores. O fato de ter sido utilizada essa informação política pode ser entendido, também, como uma ameaça à imagem da empresa, a fim de que o objetivo, ou seja, melhores salários e benefícios, seja alcançado. O vídeo 3, ao tornar público um conflito interno (sobre as questões salariais dos funcionários), traz à tona as questões relativas ao que é privado nas organizações e as formas públicas de lidar com seus conflitos (MARQUES; OLIVEIRA, 2012).

Quadro 5 - Vídeo 4: An Interpretative Dance For My Boss Set To Kanye West's Gone

CARACTERÍSTICAS	
Duração	1 min 44 s
Trilha sonora	Música "Gone" - Kanye West
Ambientação	Dependências da empresa Next Media Animation – Taipei/Taiwan
Número de visualizações em 12/7/2015	19.552.138

Fonte: Elaborado pelos autores com base no material da pesquisa

O vídeo 4 (Quadro 5) foi publicado no Youtube em 28/9/2013 e é o de maior repercussão, em termos de visualizações, entre os vídeos analisados, tendo sido produzido por uma americana que trabalhava na empresa taiwanesa "Next Media Animation" (FOLHA DE S. PAULO, 2013). As imagens mostram que a funcionária fez a gravação sem a ajuda de outras pessoas, nas dependências da empresa, aparentemente vazia. Ao longo do filme, ela dança em ambientes da empresa e toma a atitude, inclusive, de subir sobre a mesa.

O contexto de produção do vídeo é explicado pela autora em legendas² ao longo do filme:

São 4 h 30 e ainda estou no trabalho

Eu trabalho para uma empresa bacana que produz novos vídeos

Por quase dois anos, sacrifiquei meus relacionamentos, meu tempo e minha energia por este emprego

E meu chefe só se preocupa com quantas visualizações cada vídeo recebe

Então eu pensei em fazer um vídeo sozinha para focar no conteúdo em vez de na quantidade de visualizações

E para fazer com que meu chefe saiba que...

Eu me demito

Fui (transcrição)

O vídeo foi categorizado como resistência por retirada, o que, conforme aponta Gabriel

(2008), é uma estratégia observada nos funcionários no mundo contemporâneo, visto que, desprovidos de lealdade às empresas nas quais atuam, preferem buscar outro emprego a enfrentar conflitos internos. Além do uso do humor, o fato de ter sido gravado no ambiente de trabalho, à semelhança do Vídeo 1, com comportamento diferente do devido, caracteriza o ato de resistência também como um mau comportamento (THOMPSON; ACKROYD, 1995).

Quadro 6 - Vídeo 5: *Google, I Quit*

CARACTERÍSTICAS	
Duração	3 min 07 s
Trilha sonora	Música "My Way" - Frank Sinatra
Ambientação	Dependências da empresa Google
Número de visualizações em 12/7/2015	519.766

Fonte: Elaborado pelos autores com base no material da pesquisa

O vídeo 5 (Quadro 6) teve sua publicação em 16/9/2015 e foi produzido por um funcionário, dentro das dependências da empresa em foco. A produção apresenta um tom de despedida do autor para com o "Google", o que pode ser verificado tanto pela letra da música de fundo bem como pelo texto mostrado na tela. O vídeo em questão foi interpretado como resistência por retirada, o que, ao criar a falsa ideia de escolha, remete ao consumismo dos dias atuais, no qual as pessoas veem a possibilidade de escolher entre uma e outra empresa: "A retirada, então, ao contrário da expressão, representa uma atitude de 'pegar ou largar', uma atitude que não busca confrontar ou desafiar a realidade social, mas valoriza a liberdade do indivíduo de agir como quiser" (GABRIEL, 2008, p. 322).

Apesar do tom de agradecimento e de satisfação com o "Google", alguns trechos escritos no vídeo, ao serem analisados com mais profundidade, sugerem um posicionamento contrário. No trecho, "Considerarei o Google como minha casa por 4 anos / 1635 dias, para ser exato / (mas quem está contando?)". Embora o autor tente explicitar sua satisfação com o trabalho com a frase "mas quem está contando?", o fato de ele ter, realmente, contado os dias de trabalho sugere que estaria "contando os dias" para deixar a empresa. Ainda, há uma crítica velada no trecho "Sabe aquela sensação? / Depois do Dia de Ação de Graças? / Quando você come muito? / Então, sou eu / O trabalho foi divertido / e a comida foi saciante / Mas eu já tive a parte que me é de direito", indicando que o que parece divertido e satisfatório é, de fato, cansativo.

Trabalhar na Empresa Google é um atrante para o público em geral, isto, porque as representações do trabalho nesta empresa são de uma atividade lúdica e libertadora. No entanto, o vídeo mostra o oposto, em especial, na cena em que o autor sai das dependências da empresa e apresenta-se uma filmagem panorâmica dos arredores, sugerindo que o vidro que cerca o sujeito nas organizações, em vez da ambiguidade assumida por Gabriel (2005), representa mais do que uma bela moldura ou uma forma de enfatizar a fragilidade que nos

cerca, mas, sim, um meio de aprisionar o trabalhador.

DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Diante das análises apresentadas, cabe observar que os tipos de resistência identificados por Gabriel (2008), quais sejam: *whistleblowing*, por retirada e por distanciamento, serviram como base para caracterização dos vídeos tratados neste trabalho, não tendo sido identificados, porém, nenhum vídeo que representasse o terceiro tipo de ato de resistência. Notamos também que o trabalho do referido autor pode ser estendido às manifestações de resistência coletadas em vídeos da Internet.

Ademais, concluímos que os cinco vídeos em discussão, embora tenham sido utilizados diferentes recursos de linguagem, são episódios que utilizam o humor como forma de “expressar resistência e subversão à ordem social, de revelar e brincar com paradoxos, irracionalidades e incongruências da vida organizacional e de expor e oferecer um contraponto aos abusos organizacionais e gerenciais” (WESTWOOD; JOHNSTON, 2013, p. 221). O humor atua, assim, não como uma forma de aliviar o estresse e a tensão do ambiente de trabalho ou permitir uma melhor comunicação entre os membros institucionais, mas como um chamariz para assuntos sérios e delicados para seus emissores, com o intuito de “revelar comportamentos ocultos ou mal compreendidos da vida organizacional” (WOOD JR.; CALDAS, 2005). Dessa maneira, a análise dos vídeos confirma os achados de estudos realizados considerando abordagens alternativas ao funcionalismo, indicando ainda que a resistência pode surgir de variadas maneiras, não se resumindo ao confronto explícito, podendo ainda ser manifesta por meio do engajamento ao mau comportamento organizacional.

Conforme apontam Marques e Oliveira (2012, p. 108), deve-se levar “o humor a sério para entender certas manifestações de vontade política no Brasil, bem como observar como a construção da imagem de certas organizações pela via da ‘brincadeira’ presente no discurso de humor nos informa também como se conforma o que é o ‘público’ como valor e experiência para um grupo”. Ao utilizar o humor para protestar contra situações sérias, seja por meio de paródias, analogias ou outros estilos, é possível recair na ambiguidade (KUIPERS, 2008), ou seja, pode causar confusão sobre a conformidade ou não com a situação. No entanto, os estudos que ampliam a significação de resistência para além do confronto explícito, permitem afirmar que o humor pode ser entendido como uma forma de resistência, bem como o mau comportamento (CARRIERI; RODRIGUES, 2001; CARRIERI, 2004; MEDEIROS; ALCADIPANI, 2016).

Os vídeos analisados que foram produzidos dentro das dependências das organizações, utilizando o espaço para fim diverso do que se pretende, ao se tornarem públicos, por meio da divulgação pela Internet, adquirem importância no que diz respeito à forma como podem afetar a imagem organizacional. Nossa análise encontrou um aspecto interessante nos vídeos, de forma mais preponderante naquele referente ao Google, que é a manifestação

do autor quanto a sua satisfação por trabalhar na empresa. Isto levanta questões importantes sobre os sentimentos que levam às manifestações de resistência e são raramente estudados: vingança, revanche, decepção e outros sentimentos semelhantes. Estes sentimentos podem levar indivíduos a engajarem-se no mau comportamento organizacional (THOMPSON; ACKROYD, 1995; KIRCHHOFF; KARLSSON, 2012; MEDEIROS; ALCADIPANI, 2016). Pelas análises, salienta-se, também, que o mau comportamento é “condicionado, moldado e reconfigurado pelo contexto político, institucional e econômico no qual o processo laboral opera” (DUNDON; VAN DEN BROEK, 2012, p. 154).

Com relação aos aspectos do discurso de vídeos de funcionários que representam sua resistência diante das organizações, verificou-se que tanto elementos relativos à imagem quanto ao discurso que acompanha os vídeos são elementos que revelam a resistência dos sujeitos à hegemonia organizacional. Entretanto, a significação e o completo entendimento do conteúdo estão atrelados ao contexto de produção dos vídeos, uma vez que, em não havendo conhecimento prévio da pesquisadora sobre o tema, foi necessária a busca de informações em outras fontes.

Reforçando essa consideração sobre sua abrangência, a Internet pode dar um novo sentido às manifestações individuais de resistência, passando de atos potencialmente fragilizados dos sujeitos (BESSI; GRISCI, 2008) para um importante instrumento de repercussão e de encorajamento da resistência, da subversão e do mau comportamento organizacional.

Com base nas considerações de Gabriel (2005), consideramos que o uso desse tipo de mídia pode constituir um recurso político de ameaça e de resistência às “jaulas de vidro” organizacionais. Isso porque, a mídia, ao invés de mostrar as organizações como molduras brilhantes e embelezadoras de imagens glamourizadas, reforça o outro lado do vidro, apontando as formas de armadilhas que aprisionam os sujeitos, evocando sentimentos ambíguos de confusão, de sofrimento, de ansiedade e de esperança.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao mostrar aspectos do discurso de vídeos produzidos por trabalhadores que representam sua resistência diante das organizações utilizando-se da criatividade, do humor e do mau comportamento, nosso objetivo neste trabalho foi alcançado. Ao conduzir nossa análise com base na proposta de Gabriel (2008) sobre manifestações de resistência, associada à temática do humor, apontamos que, a despeito dos recursos e fontes de poder das organizações, os trabalhadores acompanham as mudanças contextuais (sociais, culturais e tecnológicas) para manifestar seus protestos contra situações de descontentamento. Nesse sentido, os trabalhadores colocam na rede mundial seus protestos, viabilizando que estes sejam visualizados de forma mais abrangente, o que, de certo modo, influi na construção da reputação e imagem da organização.

Os resultados da análise apontam que tanto elementos relativos à imagem quanto ao discurso que acompanha os vídeos, atrelados ao contexto no qual estão inseridos, são elementos que revelam a resistência dos sujeitos à hegemonia organizacional. Destaca-se,

também, o potencial da utilização da Internet como forma de disseminar atos de resistência organizacional, apontando este meio como campo para investigações futuras sobre o tema.

Como contribuição, entendemos que nossos resultados ampliam a compreensão sobre a utilização do humor como forma de manifestação contra a hegemonia organizacional, destacando um aspecto relevante: em momento anterior à manifestação de resistência, houve, de algum modo, a manifestação de satisfação pela organização, o que levaria a uma questão instigadora sobre vingança, revanche, decepção e outros sentimentos do gênero que são negligenciados no estudo das organizações. Apontamos ainda a Internet como importante meio de disseminação de episódios de resistência contra organizações. Mais especificamente, destacamos como contribuição desta pesquisa a possibilidade de utilizar como material empírico vídeos produzidos por trabalhadores e postados na rede social Youtube, indicando que os trabalhadores encontram formas criativas para a resistência. Além disso, indicamos esse canal como uma fonte de dados relevantes para a análise dos fenômenos associados às organizações.

Entre as limitações deste estudo, destacamos o fato de que a análise reproduz a visão dos autores sobre os vídeos, os quais podem ser interpretados de outras formas e com outros apontamentos. Também consideramos que, para refutar a condição da Internet como meio de disseminação das formas de resistência, seria necessário apresentarmos um exemplo de vídeo que mostrasse a forma de resistência por distanciamento (GABRIEL, 2008), o que não foi encontrado nas buscas feitas no Youtube.

Haja vista o alcance das publicações e a velocidade com que são disseminadas, sugerimos como possibilidade de futuras investigações, o uso de outros conteúdos na Internet como fonte de pesquisa para identificar quais outros mecanismos, além do humor, são utilizados por trabalhadores para expressar resistência às organizações. Indicamos a busca por materiais que retratem, de forma bem-humorada, a resistência contra a hegemonia organizacional em outras fontes na Internet, incluindo, além de vídeos, materiais como publicações e fotos em blogs e redes sociais, comentários em publicações de blogs, redes sociais e sites.

NOTAS

- 1 Submetido à RIGS em: dez. 2016. Aceito para publicação em: set. 2017.
- 2 Tradução livre dos autores

REFERÊNCIAS

ASH, T. G. *Free Speech: Ten Principles for a Connected World*. New Haven: Yale University Press, 2016.

BARBOSA, D. Trabalhadores gravam vídeo sem roupa na Espanha. **Exame.com** 16 jun. 2011. Disponível em: <http://exame.abril.com.br/negocios/noticias/trabalhadores-gravam-video-sem-roupa-para-protestar-contra-fechamento-de-fabrica>. Acesso em: 12 jul. 2015.

BARSOUX, J. L. Why organisations need humour. **European Management Journal**, v. 14, n. 5, p. 500-508, 1996.

BESSI, V. G.; GRISCI, C. L. I. Expressões da resistência no cotidiano do trabalho em bancos portugueses. **RAC eletrônica**, v. 2, n. 3, p. 374-391, 2008.

BRAGON, R. Em Contagem (MG), professora protesta com versão de 'Beijinho no Ombro'. **UOL**. 15 abr. 2015. Disponível em: <http://educacao.uol.com.br/noticias/2014/04/15/em-contagem-mg-professora-protesta-com-versao-de-beijinho-no-ombro.htm>. Acesso em: 12 jul. 2015.

CARRIERI, A. de P. O humor como estratégia discursiva de resistência: as charges do SINTTEL/MG. **Revista Organização e Sociedade**, Salvador, v. 11, n. 30, p. 29-48, maio/ago. 2004.

_____; RODRIGUES, S. B. As transformações nas significações culturais em uma empresa de telecomunicações: de empresa pública a filial privada. In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO. 25. Campinas, 2001. **Anais...** Rio de Janeiro: Anpad, 2001.

CASTELLS, M. **Redes de Indignação e de Esperança**. Movimentos Sociais na era da Internet. Rio de Janeiro: Zahar, 2017.

COLLINSON, D. L. Managing humour. **Journal of Management Studies**, v. 39, n. 3, p. 269-288, 2002.

CONTU, A. Decaf resistance on misbehavior, cynicism, and desire in liberal workplaces. **Management Communication Quarterly**, v. 21, n. 3, p. 364-379, 2008.

DEBORD, G. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

DEJOURS, C. **A loucura do trabalho**: estudo de Psicopatologia do Trabalho. São Paulo: Cortez, 1987.

_____. Uma nova visão do sofrimento humano nas organizações. In: CHANLAT, J. F. **O indivíduo na organização**: dimensões esquecidas. São Paulo: Atlas, 1993.

DUNDON, T.; VAN DEN BROEK, D. Institutionalism: reconceptualizing the resistance and misbehavior binaries. **Advances in Industrial and Labor Relations**, v. 19, p. 141-159, 2012.

FOLHA DE S. PAULO. 30 set. 2013. Americana dança e publica vídeo no YouTube para pedir demissão. **Folha de São Paulo**. Disponível em: <http://classificados.folha.uol.com.br/empregos/2013/09/1349597-americana-danca-e-publica-video-no-youtube-para-pedir-demissao.shtml>. Acesso em: 12 jul. 2015.

FURTADO, R. A.; CARRIERI, A. P.; BRETAS, P. F. F. Humor na Internet: trabalhadores utilizam nova estratégia para protestar contra demissões e terceirizações. **Revista de Administração**, v. 49, n. 1, p. 33-44, 2014.

GABRIEL, Y. Glass cages and glass palaces: Images of organization in image-conscious

times. **Organization**, v. 12, n. 1, p. 9-27, 2005.

_____. Spectacles of resistance and resistance of spectacles. **Management Communication Quarterly**, v. 21, n. 3, p. 310-326, 2008.

GRIFFIN, D. H. **Satire: A critical reintroduction**. Lexington: University Press of Kentucky, 1994.

GRUGULIS, I. **Nothing serious? Candidates' use of humour in management training**. **Human Relations**, v. 55, p. 387-406, 2002.

HALL, R. **Organizações: estruturas e processos**. São Paulo: Prentice Hall, 1984.

_____. **Organizações: estruturas, processos e resultados**. São Paulo: Prentice Hall, 2004.

HARDY, C.; CLEGG, S. R. Alguns ousam chamá-lo de poder. In: CLEGG, S. T.; HARDY, C.; NORD, W. R. **Handbook de estudos organizacionais**. Vol. 2. São Paulo: Atlas, 1998. p. 261-289.

IRIGARAY, H. A.; SARAIVA, L. A.; CARRIERI, A. P. Humor e Discriminação por Orientação Sexual no Ambiente Organizacional. **RAC**, Curitiba, v. 14, n. 5, p. 890-906, set./out. 2010.

KENNY, K. **The performative surprise: parody, documentary and critique**. **Culture and Organization**, v. 15, n. 2, p. 221-235, 2009.

KIRCHHOFF, J. W.; KARLSSON, J. C. Expansion of output: Organizational misbehaviour in public enterprises. **Economic and Industrial Democracy**, v. 34, n. 1, p. 107-122, 2012.

KUIPERS, G. The Sociology of Humor. In: RASKIN, V. (Ed.). **The Primer of Humor Research**. New York: Mouton de Gruyter, 2008.

MALONE, P. B. Humor: a double-edged tool for today's managers? **Academy of Management Review**, v. 5, n. 3, p. 357-360, 1980.

MARQUES, A. C. S.; OLIVEIRA, L. Poder e Resistência: breve reflexão teórica sobre o papel do humor nos conflitos público-privado em contextos organizacionais. **Ciberlegenda** (UFF. Online), v. 1, p. 99-110, 2012.

MEDEIROS, C. R. O.; ALCAPADIPANI, R. In the corporate backstage, the taste of revenge: Misbehaviour and humor as form of resistance and subversion. **Revista de Administração**, v. 51, n. 2, p. 123-136, 2016.

MEDEIROS, C. R. O. *et al.* Online Social Networks and the New Organizational Spaces. **J. Technol. Manag. Innov.** v. 8, p. 154-165, 2013.

MERTON, R. K. Estrutura burocrática e personalidade. In: CAMPOS, E. **Sociologia da Burocracia**. 4. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 1978.

MINAYO, M. C. S.; SANCHES, O. Quantitativo-Qualitativo: Oposição ou Complementaridade? **Cad. Saúde Públ.**, Rio de Janeiro, v. 9, n. 3, p. 239-262, jul/set, 1993.

MOZZATO, A. R.; GRZYBOVSKI, D. Análise de conteúdo como técnica de análise de dados qualitativos no campo da administração: potencial e desafios. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 15, n. 4, p. 731-747, 2011.

RODRIGUES, S. B; COLLINSON, D. L. 'Having Fun?': humour as resistance in Brazil. **Organization Studies**, v. 16, n. 5, p. 739-768, 1995.

SANT'ANNA, A. R. **Paródia, paráfrase & cia**. São Paulo: Editora Ática, 1985.

SYMON, G. Exploring Resistance from a Rhetorical Perspective. **Organization Studies**, v. 26, n. 11, p. 1641-1666, 2005.

TANG, L.; BHATTACHARYA, S. Power and resistance: A case study of satire on the Internet. **Sociological Research Online**, v. 16, n. 2, p. 1-9, 2011.

TAYLOR, P.; BAIN, P. 'Subterranean worksick blues': humour as subversion in two call centres. **Organization Studies**, v. 24, n. 9, p. 1487-1509, 2003.

THOMPSON, P.; ACKROYD, S. All quiet on the workplace front? A critique of recent trends. **British Industrial Sociology**, v. 29, n. 4, p. 615-633, 1995.

VANOYE, F.; GOLIOT-LÉTÉ, A. **Ensaio sobre a análise fílmica**. Campinas: Papirus Editora, 2008.

WEBER, M. **Economia e Sociedade**. Brasília: UnB, 1998.

WESTWOOD, R.; JOHNSTON, A. Humor in organization: from function to resistance. **Humor**, v. 26, n. 2, p. 219-247, 2013.

WESTWOOD, R.; JOHNSTON, A. Reclaiming authentic selves: control, resistive humour and identity work in the office. **Organization**, v.18, n.2, p.1-22, 2011.

WOOD JR., T.; CALDAS, M. Rindo do quê? Como consultores reagem ao humor crítico e à ironia sobre sua profissão. **Organizações & Sociedade**, v. 12, n. 34, p. 83-101, 2005.

**Valdir
Machado
Valadão Junior**

Doutor em Engenharia de Produção (UFSC). Professor Associado IV Universidade Federal de Uberlândia. E-mail: valdirjr@ufu.br

**Cíntia
Rodrigues
Oliveira
Medeiros**

Doutora em Administração de Empresas (FGV/EAESP). Professora da Universidade Federal de Uberlândia. Coordenadora do PPGAdm/FAGEN/UFU. E-mail: cintia@ufu.br.

**Fabiane Deus
Teixeira**

Mestre em Administração (FAGEN/UFU). E-mail: fabiane@ufu.br