

Humor na Internet: Trabalhadores Utilizam Nova Estratégia para Protestar contra Demissões e Terceirizações

Autoria: Raquel Alves Furtado, Alexandre de Pádua Carriero, Paula Fernandes Furbino Bretas

RESUMO

O objetivo deste artigo é analisar de que forma trabalhadores de uma grande empresa siderúrgica brasileira, a Usiminas, utilizaram o humor para se manifestar contra demissões e terceirizações, ocorridas em 2009. Foram analisados dois vídeos caseiros, postados no youtube. Este artigo é parte de uma pesquisa mais ampla, que abrangeu a história da empresa nos últimos 50 anos. As terceirizações não são uma novidade no contexto das relações de trabalho, sendo decorrentes do processo chamado de reestruturação produtiva que se estabeleceu a partir dos anos 1980 (MAZZALI, 2007; CARVALHO NETO, FERNANDES, 2005). No entanto, até 2008 a Usiminas não tinha terceirizado diversas áreas. Neste ano, com a troca da presidência, a alta gestão propôs um amplo conjunto de mudanças e o slogan “um novo jeito de ser Usiminas”. A empresa iniciou um processo de demissões e terceirizações, que foi ampliado com a crise mundial que eclodiu em 2008. Neste novo cenário, os trabalhadores se valeram de uma ferramenta gratuita, o site de vídeos youtube, para desconstruir o discurso oficial. Enquanto a siderúrgica pregava, por intermédio de seus meios de comunicação, a implantação de um “novo jeito de ser Usiminas”, que seria mais moderno, transparente e participativo, os trabalhadores produziram dois vídeos caseiros para contar uma outra história (BOJE, 2001), ridicularizar o discurso oficial e protestar contra as demissões e terceirizações. Esta estratégia pode ser considerada um “discurso de reação” (SOUZA, 2003). 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 estudadas por outros autores (CARRIERI, 2001, 2004; RODRIGUES, COLLINSON, 1995). Ao combinar a utilização do humor com a internet, no entanto, os trabalhadores demonstraram sua capacidade de se atualizar e encontrar novas formas de se manifestar diante das situações que vivem. Isso 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 terceirizações não tenham sido revertidas, a “nova” gestão foi substituída pelos acionistas após dois anos de mandato. Os acionistas não explicitaram os motivos, mas considera-se que os diversos protestos realizados pelos trabalhadores contribuíram para esta decisão. Os vídeos foram analisados a partir da técnica de análise de discurso de base francesa (MAINGUENAU, 1998; PÊCHEUX, 1990), 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 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 do vídeo associam a empresa a uma figura feminina, ora mãe, ora amante, e o trabalho na usina como algo que estava predestinado em sua vida. Eles demonstram o sentimento de abandono e traição, condizente com este tipo de situação (WETZEL, 2000).

1. Introdução

O objetivo deste artigo é analisar de que forma trabalhadores de uma grande empresa siderúrgica brasileira, a Usiminas, utilizaram o humor para se manifestar contra demissões e

terceirizações, ocorridas em 2009. Este artigo é parte de uma pesquisa mais extensa, sobre os 50 anos desta 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 (MAZZALI, 2007; CARVALHO NETO, FERNANDES, 2005; VIDAL, MEDEIROS, 2001; YAZBEK JÚNIOR, SERIO, 2001). No entanto, nesta empresa, especificamente, a privatização, ocorrida em 1991, foi considerada menos traumática para os trabalhadores diante da comparação com outras siderúrgicas, pois o corte de empregos ocorreu de forma mais gradativa, principalmente através do estímulo à aposentadoria e programas de demissão incentivada (CAMARA, 2007).

Em relação à prática de terceirização, até 2008, a empresa mantinha como empregados próprios trabalhadores não só considerados importantes no processo produtivo, como da área da manutenção, mas também de áreas de apoio, como os motoristas. Neste ano, entretanto, uma nova gestão assumiu a empresa, e propôs um amplo conjunto de mudanças. Os projetos foram reunidos sob um projeto guarda-chuva intitulado “Reinventando”, que propunha um “novo jeito de ser Usiminas”. Em decorrência de medidas de “racionalização” e “desburocratização”, a empresa iniciou um processo de demissões, primeiramente na sede, em Belo Horizonte. O processo foi ampliado com a crise mundial de 2008, atingindo os trabalhadores da usina de Ipatinga, no interior do Estado de Minas Gerais, com mais força no início de 2009 (JORNAL DIÁRIO DO AÇO, 2009a; 2009b; 2009c; EPONINE, 2009; USIMINAS, 2009a).

Neste cenário, os trabalhadores se valeram 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 (2008-2010) estava veiculando no momento. Enquanto a siderúrgica pregava, por intermédio de seus meios de comunicação, a implantação de um “novo jeito de ser Usiminas”, que seria mais moderno, transparente e participativo (USIMINAS, 2009b), os empregados produziram dois vídeos caseiros (montagem de fotos e imagens extraídas da internet musicadas com paródias) para desconstruir e ridicularizar este discurso e protestar contra as demissões e terceirizações (WRONNEY1, 2009a; WRONNEY1, 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 (CARRIERI, 2001, 2004; RODRIGUES, COLLINSON, 1995). Alguns trabalhos analisaram charges e quadrinhos (CARRIERI, 2004; RODRIGUES, COLLINSON, 1995). Ao combinar a utilização do humor com a internet, no entanto, os trabalhadores demonstraram sua capacidade de se atualizar e encontrar novas formas de se manifestar diante das situações que vivem. Com a utilização da internet, as histórias (BOJE, 2001) dos trabalhadores, que se constituem em discursos (MAINGUENAU, 1998) ganham um poder de alcance e penetração na sociedade muito maior. Estes vídeos podem ser assistidos em qualquer lugar do mundo, ultrapassando o âmbito da comunidade onde 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. Neste 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 foram analisados a partir da técnica de análise de discurso de base francesa (MAINGUENAU, 1998; PÊCHEUX, 1990), 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 análise das imagens que acompanham a

letra. As análises foram feitas de forma conjunta, visto que as imagens e o discurso se completam.

Considera-se que a análise dos vídeos constitui-se em 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 em que eles não foram induzidos a se posicionar. Além disso, possibilita a análise de um fenômeno do ponto de vista dos próprios trabalhadores e não apenas de seu representante formal, o sindicato.

Neste artigo são analisados dois vídeos. O primeiro, postado no youtube com o nome “Chora Usiminas”, tem o título “Novo jeito de ser Usiminas: ferrar com todo mundo” e obteve 5091 acessos (até abril/2011). O segundo, postado com o nome “Convaço, não, mamãe”, tem o título “Novo jeito de ser Usiminas: todo mundo vai virar empreiteira”, e obteve 4687 acessos (até abril/2011). Embora a postagem no youtube tenha sido feita através de um pseudônimo, de forma anônima, o sindicato apoiou esta manifestação espontânea dos trabalhadores, divulgando os vídeos em seu boletim quinzenal e informando a forma de localizar os vídeos 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 se baseava na estabilidade do emprego. Os autores do vídeo associam a empresa a uma figura feminina, ora mãe, ora amante, e o trabalho na usina como algo que estava predestinado em sua vida. Eles demonstram o sentimento de abandono e traição, condizente com este 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 terceirizações não tenham sido revertidas, a gestão que lançou o discurso do “novo jeito de ser” foi substituída pelos acionistas após dois anos de mandato. Os acionistas não explicitaram os motivos, mas considera-se que os diversos protestos realizados pelos trabalhadores contribuíram para a decisão.

2. Referencial Teórico

2.2. As terceirizações e o rompimento do contrato psicológico do trabalho

O processo de globalização, a desregulamentação dos mercados e a evolução tecnológica estão moldando um novo contexto mundial, dentro de um ambiente caracterizado por uma crescente competitividade entre as empresas, desde o final dos anos 1980. A competição acirrada fez com que empresas multinacionais de todo o mundo se reestruturassem para competirem entre si. Além de fusões, aquisições e alianças internacionais, muitas empresas iniciaram o processo de adequação de suas estratégias, processos e métodos de gerenciamento para atender às novas exigências do mercado. Esse movimento acabou provocando transformações nas configurações organizacionais, com substituição dos modelos de gestão. Antes, eram caracterizados pelo controle, centralização e hierarquização. Agora, por modelos mais flexíveis. (SERIO, 2001; VIDAL E MEDEIROS, 2001; CARVALHO NETO E FERNANDES, 2005; DEDDECA, 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

(BENDASSOLI, 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 estas mudanças parece estar ligada ao impacto direto sobre suas vidas profissionais e pessoais”.

A terceirização surge no âmbito das estratégias voltadas para a flexibilização através 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 demandem 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 siderúrgicas, 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 “sub-classe” 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).

2.3. 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. (IRIGARAY, SARAIVA, CARRIERI, 2010; CARRIERI, 2004; DUARTE, PAULA, 2007).

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; enquanto 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), através de uma diversidade de manifestações, entre elas os vídeos publicados na Internet, objeto de estudo do presente estudo. 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 se entender um 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: a) Convívio, na tentativa de afastar-se psicologicamente de situações desagradáveis; b) Re-enquadramento, vendo uma situação sob outra perspectiva para encontrar mais facilmente soluções; c) Celebração, para chamar a atenção para aspectos positivos de uma situação; d) Comunicar com ambigüidade, para suavizar mensagens e evitar reações defensivas; e) 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 através do humor. Carrieri (2004) também salienta o poder do humor para revelar contradições, absurdos e ambigüidades. Utilizando-se do humor, os atores assumem sua postura de resistência ao mesmo tempo em que se protegem de eventuais represálias (CARRIERI, 2001, 2004; RODRIGUES, COLLINSON, 1995). 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 aos 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. Neste 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. Deste modo, o humor nas organizações pode ser uma ferramenta teórica interessante para se compreender melhor como as ambigüidades e os paradoxos estruturam a realidade das empresas e dos atores sociais que as constroem. (CARRIERI, 2004).

2.4. O Caso USIMINAS

A empresa siderúrgica USIMINAS fundada em 1958, em Belo Horizonte, é atualmente um conglomerado de empresas, e possui duas usinas, sendo a primeira na cidade de Ipatinga (MG) e a usina de Cubatão, adquirida em outubro de 1991. A Usiminas foi a primeira empresa a ser privatizada dentro do Programa Nacional de Desestatização promovido pelo governo Collor, em 1991, e também passou por demissões e terceirizações.

Ao longo dos primeiros seis anos pós-privatização houve uma diminuição de 33,02% nos postos de trabalho (OLIVEIRA, 2000). Contudo, o desligamento de 85% do efetivo de pessoal (pós-privatização) da USIMINAS foi feito por meio de aposentadoria, com complementação salarial pela caixa dos empregados, benefício este incorporado à remuneração dos empregados. (OLIVEIRA, 2000). Além disso, vários benefícios foram incorporados na remuneração total dos trabalhadores. Neste sentido, de acordo com trabalhadores entrevistados em outra pesquisa recente realizada por um dos autores deste artigo, o chamado contrato psicológico foi mantido inalterado.

Em 2008, o antigo presidente da empresa, que ocupava o cargo por 21 anos foi substituído pelos acionistas pelo executivo Marco Antônio Castello Branco, uma troca amplamente noticiada pela imprensa especializada em negócios com conotação positiva. 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 chamado Reinventando. Este projeto lançou uma nova marca e um novo slogan: “um novo jeito de ser Usiminas”. Dessa forma, todas as peças de comunicação interna, os discursos do presidente e os comunicados escritos reforçavam o slogan “o novo jeito de ser Usiminas”, definido como: “um jeito moderno, colaborativo e transparente, construído com o envolvimento e a autonomia de equipes que fazem a diferença.” (USIMINAS (2011b)).

Entretanto, 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 iniciou 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, embora ativos profissionalmente. Finalmente, a crise mundial foi usada como justificativa pela empresa para as demissões e terceirizações. De setembro de 2008 a meados de 2009, a empresa cortou 2168 postos de trabalho (EPONINE, 2009).

Em 2009, o sindicato inicia (ou amplifica a voz dos trabalhadores?) o discurso de reação que vai ressignificar o “novo jeito de ser Usiminas”, lançado pela empresa, através de 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.

3. Metodologia

Mainguenau (1998, p. 43-44) aponta que o discurso pode ser definido como um “sistema compartilhado pelos membros de uma comunidade lingüística”, dividindo-se em função de seu “posicionamento num campo discursivo” (ex: “discurso comunista”, “discurso surrealista”); tipo de discurso (ex: “discurso jornalístico”, “discurso administrativo”, “discurso do professor na sala de aula”); de produções de uma categoria de locutores (ex: “discurso das enfermeiras”, “discurso das mães de família”); de uma função de linguagem (ex: “discurso polêmico”, “discurso prescritivo”). Os discursos estão em permanente contato, e em disputa uns com os outros. (MAINGUENEAU, 1998). Esta visão se aproxima 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 se posicionar, aceitando ou confrontando estes discursos. Neste 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 (“o novo jeito de ser Usiminas”).

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 Godoi (2006); Rodrigues e Leopardi, (1999); Carrieri *et al* (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. Carrieri (2004) e Rodrigues e Collinson (1995) 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 (PIERCE, 2000). Bauer e Gaskel (2005) 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 analisar os vídeos produzidos por trabalhadores da Usiminas, 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, 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 que se referem).

Neste artigo são analisados dois vídeos. O primeiro, postado no youtube com o nome “Chora Usiminas” (WRONNEY, 2009a), tem o título “Novo jeito de ser Usiminas: ferrar com todo mundo” e obteve 5091 acessos (até abril/2011). O segundo, postado com o nome “Convaço, não, mamãe” (WRONNEY, 2009b), tem o título “Novo jeito de ser Usiminas: todo mundo vai virar empreiteira”, e obteve 4687 acessos (até abril/2011).

4. Análise dos dados

Neste artigo, são analisados dois vídeos, “Chora Usiminas” (com 5025 exibições, até abril de 2011) e “Usimec, não, Convaço, não” (com 4624 exibições até abril de 2011). A USIMEC, Usiminas Mecânica, é uma empresa do Sistema Usiminas, que integra a cadeia produtiva do Sistema Usiminas (USIMINAS, 2011a). A Convaço é uma empresa originária de Ipatinga, Minas Gerais, fundada em julho de 1970, com o objetivo de atender demandas nas áreas de manutenção da Usiminas, ou seja, contratada pela Usiminas como terceira. (CONVAÇO, 2011). Os vídeos foram postados anonimamente no youtube, mas o sindicato dos metalúrgicos de Ipatinga (Sindipa) apoiou a manifestação espontânea, divulgando a

matéria “Revolta chega à internet” em seu boletim quinzenal. O sindicato informou ainda como encontrar os vídeos na internet. (SINDICATO DOS TRABALHADORES METALÚRGICOS DE IPATINGA, 2009a).

Os dois vídeos seguem o mesmo padrão e foram postados com o mesmo pseudônimo (WRONNEY) e login (endereço virtual). Eles iniciam com uma tela com fundo azul e as mesmas fontes brancas com o título, sendo que os títulos usam a expressão “Um novo jeito de ser Usiminas”. Para acompanhar a imagem, uma voz masculina canta uma paródia de músicas conhecidas, e no final do vídeo “Usimec, não ...” há risadas. À medida que a música é cantada, aparece uma seqüência de imagens, provavelmente extraídas da internet.

Em seguida, apresenta-se a análise do vídeo “Chora Usiminas”, cujo título é: “Um novo jeito de ser “Usiminas”. “Ferrare com todo mundo””. As letras das músicas são consideradas como narrativas dos trabalhadores. A transcrição tentou manter o ritmo da música. Foram acrescentados apenas sinais de pontuação, e 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**, usina, 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, Usiminas**, implora que eu volte de novo! **Você fez eu de bobo**. Eu não quero mais você. Chora, Usiminas. **Você teve eu de moleque**. Vou ficar na Usimec! porque **ela paga bem melhor que você**. (WRONNEY, 2009a).

Nesta 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 “o novo jeito de ser”, com sentido oposto: “ferrar com todo mundo”. O verbo ferrar, nesta acepção, 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, a marca se assemelharia a uma ferradura (SINDICATO DOS TRABALHADORES METALÚRGICOS DE IPATINGA, 2009b). Ou seja, nesta 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 um 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.



Figura 1: Criança dormindo na rua

Fonte: WRONNEY1. Um novo jeito de ser “USIMINAS”: “Ferrare com todo mundo”. YouTube, 14 de novembro de 2009a. Disponível em: < http://www.youtube.com/watch?v=W5_X1cGhQP4 > Acesso em 14/04/2011

Esta imagem, no sentido literal e metafórico, evidencia que os trabalhadores, adultos, estão se comparando a uma criança. Eles associam uma relação entre pais e filhos a uma 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, “reinventar” 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. Com a utilização deste “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, usina, eu magoei”. A repetição do verbo magoar reforça o sentimento de traição, perda. A imagem que acompanha esta frase no vídeo é a de uma pessoa em situação de muita tristeza e dor (Figura 2).

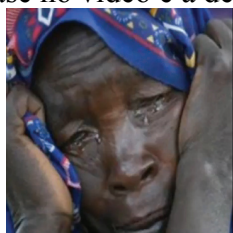


Figura 2: Pessoa em estado de sofrimento

Fonte: WRONNEY1. Um novo jeito de ser “USIMINAS”: “Ferrari com todo mundo”. YouTube, 14 de novembro de 2009a. Disponível em: < http://www.youtube.com/watch?v=W5_X1cGhQP4 > Acesso em 14/04/2011

Esta imagem denota muito sofrimento. O uso da primeira pessoa (“eu”) e do vocábulo “usina” 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 usina é personificada e tratada como uma relação afetiva, sendo que a usina, substantivo feminino, configura-se como uma figura de 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 se sentem 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 desta “revolta”. A possibilidade de que esta “revolta” tenha se manifestado de outras formas, no local de trabalho, é silenciada.

Quando os trabalhadores “perguntam” à empresa (“usina”), com quem 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 esta é uma das primeiras que aparece no Google imagens quando se digita a palavra escravidão. Neste sentido, é razoável supor que as imagens foram buscadas na internet a partir de palavras escolhidas propositadamente, 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 com um estado de coisas muito ruim e penoso.

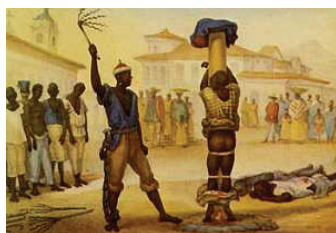


Figura 3: Castigo no pelourinho

Fonte: WRONNEY1. Um novo jeito de ser “USIMINAS”: “Ferrar com todo mundo”. YouTube, 14 de novembro de 2009a. Disponível em: < http://www.youtube.com/watch?v=W5_X1cGhQP4 > Acesso em 14/04/2011

Na sequência, surge um novo personagem. Os narradores abandonam, temporariamente, o uso do “eu” para mostrar que esta história está sendo vivenciada por um grupo de empregados específico dentro da empresa “nós da Manutenção”. Os trabalhadores neste ponto também recorrem ao discurso do compromisso com a empresa, geralmente utilizado pela própria empresa. Ou seja, eles afirmam que nas horas mais necessárias (“quando o bicho pegava”), eram eles quem 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, neste ponto, a empresa/usina 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 o personagem usina, embora ressignificado, continua um personagem feminino, e a relação continua sendo referenciada com base no afeto e não na racionalidade.

As frases seguintes 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, Usiminas, implora que eu volte de novo! Você fez eu de bobo. Eu não quero mais você.”. Ou seja, o trabalhador se empodera, ainda que simbolicamente, e passa ele próprio a dizer que não vai mais fazer “papal de bobo” e que agora é ele que não quer mais a empresa. Esta 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 interessada na empresa, aceitando e valorizando a outra empresa do grupo (“ela paga bem mais do que você”).

O segundo vídeo “Usimec, não, Convaço, não” tem o seguinte título: “Um novo jeito de ser “USIMINAS” Todo mundo vai virar empreiteira”. A letra, transcrita da mesma forma explicada acima, é a seguinte:

No dia em que eu nasci. **Já tava escrito a minha sina.** Mudá pra Ipatinga, e **trabalhá na Usimina.** **Aí veio a confusão.** **Castello Branco deixou nós na mão.** Fez uma **grande doidera.** **Passou nós tudo pra empreiteira.** **Usimec não, mamãe!** Usimec não, mamãe! Usimec não, mamãe! **Usimec não.** **Zoiudo foi embora, e deixou nós sem espaço.** Nem despediu de mim. **Nem falou tchau, nem deu abraço.** Fui regramá com ele. Ele me disse: sabe o que eu acho? **Trabaiá na Usimec, ainda é meió do que na Convaço.** **Convaço, não, mamãe!** Convaço, não, mamãe! Convaço, não, mamãe, Convaço não mamãe! Convaço, não. [risos] (WRONNEY, 2009b).

Nesta narrativa, a imagem utilizada para se referir 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, esta 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 analisar o que está implícito. Considerando que 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 deste nascimento reforça a concepção de “natureza” em contraposição à cultura/civilização. Isto é, 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, escolha. Esta imagem é seguida de uma foto da usina de Ipatinga. Fica implícito que o trabalhador vê a empresa, na figura da usina, como muito maior do que o indivíduo. O indivíduo não teve escolha, seu destino, pré-definido desde seu nascimento, foi trabalhar na empresa, como se a empresa o atraísse para ela, uma fatalidade da “natureza”.



Figura 4: Bebê saindo do ovo

Fonte: WRONNEY1. Um novo jeito de ser “USIMINAS”: “Todo mundo vai virar empreiteira”. YouTube, 14 de novembro de 2009b. Disponível em: <
http://www.youtube.com/watch?v=aHe4j2fBE_4> Acesso em 14/04/2011

Em seguida, os narradores dizem que “aí veio a confusão”. A utilização da preposição de lugar “aí” com sentido temporal indica que a mudança não era esperada, foi repentina. Ou seja, 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 esta “confusão” é ilustrada com uma foto de policiais (Figura 5), de cassetete na mão, na arquibancada de um estádio de futebol, dispersando torcedores. Além da 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 e 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.

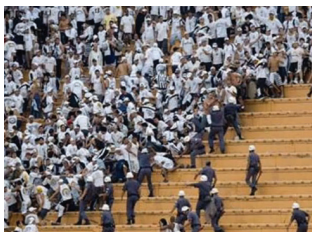


Figura 5: Repressão policial a torcedores

Fonte: WRONNEY1. Um novo jeito de ser “USIMINAS”: “Todo mundo vai virar empreiteira”. YouTube, 14 de novembro de 2009b. Disponível em: <
http://www.youtube.com/watch?v=aHe4j2fBE_4> Acesso em 14/04/2011

Os narradores introduzem o personagem do presidente da empresa à época, Marco Antônio Castello Branco, nomeando-o na letra e ilustrando o discurso com a imagem de um

castelo branco (Figura 6). Ao dizer que “Castello Branco deixou nós na mão” eles se referem novamente ao tema do abandono/traição já referido na análise do primeiro vídeo. A utilização da imagem de um castelo, que remete 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. Este significado, que estaria implícito, aponta para a visão sobre o presidente, distante da realidade dos trabalhadores, intocável. Esta percepção contrasta com a relação de proximidade estabelecida com a “usina” 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.



Figura 6: “Castello Branco”

Fonte: WRONNEY1. Um novo jeito de ser “USIMINAS”: “Todo mundo vai virar empreiteira”. YouTube, 14 de novembro de 2009b. Disponível em: <
http://www.youtube.com/watch?v=aHe4j2fBE_4> Acesso em 14/04/2011

O ato atribuído especificamente ao presidente é ter “passado” todos os trabalhadores pra 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 esta situação “doida”, os trabalhadores se valem de uma imagem de futebol (aliás, ao longo dos vídeos são utilizadas várias imagens de campos de futebol) sendo que esta mostra um homem caracterizado como um galo (mascote do time Atlético mineiro) com uma grande bandeira do time Cruzeiro ao fundo. Esta é uma imagem que explicita uma situação ambígua, confusa, esquizofrênica, pois os dois times de futebol são os maiores rivais no Estado de Minas Gerais.



Figura 7: Galo x Cruzeiro

Fonte: WRONNEY1. Um novo jeito de ser “USIMINAS”: “Todo mundo vai virar empreiteira”. YouTube, 14 de novembro de 2009b. Disponível em: <
http://www.youtube.com/watch?v=aHe4j2fBE_4> Acesso em 14/04/2011

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



Figura 8: Zoiudo

Fonte: WRONNEY1. Um novo jeito de ser “USIMINAS”: “Todo mundo vai virar empreiteira”. YouTube, 14 de novembro de 2009b. Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=aHe4j2fBE_4> Acesso em 14/04/2011

Este animal, da família dos lêmures, pode ser uma referência também ao presidente, pois “zoiudo” é um apelido dado a pessoas que têm os olhos grandes. Este “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: “Convaço, 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 Usiminas. 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 no entanto, entre risos, é ambíguo e indica a utilização do humor como “válvula de escape” que permite lidar psicologicamente com uma situação difícil (WOOD JR e CALDAS, 2005)

5. Considerações finais

Wood Jr 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: a) tentativa de afastar-se psicologicamente de situações desagradáveis; b) 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 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 das mesmas expressões veiculadas nos canais de comunicação oficiais para ridicularizá-lo. Desta forma, o “novo jeito de ser Usiminas” ganhou uma conotação negativa, e oposta a do discurso dominante. Neste sentido, a manifestação cultural humorística realizada pelos trabalhadores se constitui em 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”. Esta situação levou os trabalhadores a representarem sua situação com imagens relacionadas com a metáfora de crianças frágeis e expostas ao perigo, remetendo a uma imagem de fragilidade. Várias palavras e expressões utilizadas, assim como as imagens que ilustram os vídeos, apontam para os sentimentos de abandono, traição e injustiça. Esta percepção dos trabalhadores é consistente com as conseqüências da violação do contrato psicológico de trabalho indicadas por Wetzel (2000).

Também se constatou que os autores do vídeo associam a usina onde 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 desdenharem o empregador, como se a volta deles estivesse sendo solicitada pela empresa. Esta 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 presta serviço à Usiminas. 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 na 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, que se interessam por dar voz aos indivíduos e compreender fenômenos mais espontâneos.

A pesquisa tem várias limitações. Uma delas é que, pelo fato dos 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, onde há muito material disponível que pode ser analisado. Acredita-se que o estudo de manifestações espontâneas pode contribuir para ampliar a percepção dos pesquisadores sobre a forma como os trabalhadores vivenciam suas experiências e interação com a realidade social que os cerca.

Referências

BENSASSOLLI, Pedro F. **Recomposição da relação sujeito-trabalho nos modelos emergentes de carreira**. Revista de Administração de Empresas, São Paulo, v. 49, n.4, out./dez. 2009

BOJE, David M. **Stories of the storytelling organization: a postmodern analysis of Disney as "Tamara-Land"**. Academy of Management Journal, v. 38, n. 4, p. 997-1035, 1995

BOJE, David M. Narrative Methods for organizational and communication research. New Mexico State University. SAGE Publications, 2001

BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2005

CAMARA, Guilherme Augusto Nunes. Fusões e aquisições. **Análise do desempenho, da performance e da competitividade: Estudo de Caso do Sistema Usiminas**. Belo Horizonte: UFMG/ CEPEAD, 2007

CARRIERI, A. de P.; LEITE-DA-SILVA; A. R.; SOUZA; M. M. P.; PIMENTEL, T. D. **Contribuições da análise do discurso para os estudos organizacionais**. Economia e Gestão, v. 6, n. 12, 2006

CARRIERI, Alexandre de Pádua. **O Humor Como Estratégia Discursiva De Resistência: As Charges Do Sinttel/MG.** Revista Organizações e Sociedade, Salvador, v.11, n.30, Maio/Agosto - 2004

CARRIERI, Alexandre de Pádua; RODRIGUES, Suzana Braga; FARIA, Antônio Augusto M. de. **O Fim do "mundo Telemig": a transformação das significações culturais em uma empresa de telecomunicações.** 2001. 326f. Tese (Doutorado) - Universidade Federal de Minas Gerais, Faculdade de Ciências Econômicas.

CAVEDON, Neusa Rolita; STEFANOWSKI, Fabiana de Lima. **O riso que integra, o riso que separa: identidade organizacional em um sebo de porto alegre.** Revista Organizações e Sociedade, v.15, n.46, Julho/Setembro – 2008

CONVAÇO. **Site Institucional.** Disponível em: <<http://www.convaco.com.br/aempresa.aspx>> Acesso em 14/04/2011

DEDECCA, Claudio Salvatori. Flexibilidade e regulação de um mercado de trabalho precário: a experiência brasileira. In: GUIMARÃES, Nadya Araujo; HIRATA, Helena; SUGITA, Kurumi (orgs.) Trabalho flexível: empregos precários? São Paulo, Edusp – Editora da Universidade de São Paulo, 2009.

DONADONE, Julio César. **A Apropriação e Recontextualização de Práticas Organizacionais.** RAE-eletrônica, Volume 1, Número 1, jan-jun/2002.

DUARTE, Sergio Ricardo; PAULA, Luciana Campos Costa Rodrigues de. **O Humor no Ambiente de Trabalho: um Estudo Epistemológico.** IN: EnANPAD, XXXI, Rio de Janeiro. Anais...Rio de Janeiro, ANPAD, 2007.

EPONINE, Cássia. **Usiminas demite mais 810.** Jornal Hoje em Dia, Belo Horizonte, 27 maio 2009.

FARIA, A. A. M.; LINHARES, P. T. S. **O preço da passagem no discurso de uma empresa de ônibus.** IN: MACHADO, I. L. (Org.). Análises de discursos: sedução e persuasão. Cadernos de Pesquisa do NAPq. Belo Horizonte: FALE/UFMG/NAPq, n.13, 1993

FERNANDES, Beth; CARVALHO NETO, Antonio Moreira. **As Práticas Gerenciais Frente aos Principais Desafios Apontados pelas Maiores Empresas Brasileiras na Gestão de Terceirizados.** IN: EnANPAD, XXIX, Brasília. Anais...Brasília, ANPAD, 2005

FIORIN, José Luiz. **Linguagem e ideologia.** São Paulo: Ática, 2004. Coleção Especial.

GODOI, Christiane Kleinubing. **Perspectivas de análise do discurso nos estudos organizacionais.** IN: GODOI, Christiane Kleinubing; BANDEIRA-DE-MELO, Rodrigo; BARBOSA DA SILVA, Anielson (Orgs.). Pesquisa Qualitativa em Estudos Organizacionais: Paradigmas, Estratégias e Métodos. São Paulo: Saraiva, 2006.

HOUAISS, Antônio. **Ferrar.** IN: HOUAISS, Antônio. Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa. Disponível em: <<http://houaiss.uol.com.br/busca.jhtm?verbete=ferrar&stype=k>> Acesso em 13/04/2011

IRIGARAY, Hélio Arthur Reis Irigaray; SARAIVA, Luiz Alex Silva Saraiva; CARRIERI, Alexandre de Pádua Carrieri. **Humor e Discriminação por Orientação Sexual no Ambiente Organizacional**. Revista de Administração Contemporânea, Curitiba, v. 14, n. 5, art. 7, pp. 890-906, Set./Out. 2010.

JORNAL DIÁRIO DO AÇO. **"Não vamos aceitar o autoritarismo"**. 12 de dezembro de 2009a

JORNAL DIÁRIO DO AÇO. **PDV da Usiminas tem mais de 500 adesões**. 26 de maio de 2009b

JORNAL DIÁRIO DO AÇO. **Usiminas reafirma que as demissões são inevitáveis**. 28 de maio de 2009c

MAINGUENEAU, Dominique. **Termos chave da análise de discurso**. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 1998 Tradução Márcio Venício Barbosa, Maria Emília Amarante Torres Lima

MAZZALI, Leonel. **Terceirização dos serviços de manutenção: a relação entre a grande empresa cliente e as pequenas empresas fornecedoras**. IN: EnANPAD, XXXI, Rio de Janeiro. Anais...Rio de Janeiro, ANPAD, 2007

OLIVEIRA, Vanessa C. P. **Privatizações, emprego e negociações coletivas na siderurgia mineira na década de 90: estudos de caso em duas siderúrgicas desestatizadas**. In: CONGRESSO LATINOAMERICANO DE SOCIOLOGIA DEL TRABAJO, 3, Buenos Aires, 2000.

PÊCHEUX, M. **Discurso: estrutura ou acontecimento**. Trad. bras. Campinas: Pontes, 1990

PEIRCE, Charles Sanders. **Semiótica**. São Paulo, ed. Perspectiva, 3.ed., 2000, trad. José Teixeira Coelho Neto.

PICCININI, Valmiria Carolina; OLIVEIRA, Sidinei Rocha de. **Organização do trabalho num contexto de liberalização**. In: CACCIAMALI, Maria Cristina; RIBEIRO, Rosana; MACAMBIRA, Júnior (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. 2011

REVISTA EXAME. **Desconstruindo Rinaldo**. Ed. 920. 12 de junho de 2008

RODRIGUES, Maria S. P.; LEOPARDI, M. T. **O método de análise de conteúdo**. Fortaleza: Fundação Cearense de Pesquisa e Cultura, 1999.

RODRIGUES, Suzana Braga; COLLISON, D. L. **'Having fun'? Humour as resistance in Brazil**. Organization studies, 16(5), 739-768, 1995

SARAIVA, Luiz Alex Silva. **Mercantilização da cultura e dinâmica simbólica local [manuscrito] : a indústria cultural em Itabira, Minas Gerais**. Belo Horizonte: UFMG, 2009.

SARAIVA, Luiz Alex Silva; MOURA, Sheila Rodrigues. **Práticas Políticas em Relações Empresariais de Terceirização no Setor de Mineração de Minas Gerais**. IN: EnGPR, II, Curitiba. Anais...Curitiba, ANPAD, 2009

SILVA, José Roberto Gomes da; WETZEL, Ursula. **Configurações de Tempo e a Tentativa de Adaptação dos Indivíduos às Mudanças Organizacionais**. IN: EnANPAD, XXVIII, Curitiba. Anais...Curitiba, ANPAD, 2004.

SINDICATO DOS TRABALHADORES METALÚRGICOS DE IPATINGA. **Revolta chega à Internet**. Informativo SINDIPA, Ipatinga, n.º 468, 14 dez. 2009a

SINDICATO DOS TRABALHADORES METALÚRGICOS DE IPATINGA. **30 milhões para a nova marca**. Informativo SIDIPA, Ipatinga, n.º 412, 20 mar. 2009b

SOUZA, Pedro de. **A boa nova da memória anunciada: o discurso fundador da afirmação do negro no Brasil**. IN: ORLANDI, Eni Puccinelli. Discurso fundador: a formação do país e a construção da identidade nacional. 3.ed. Campinas, SP: Pontes, 2003.

USIMINAS. **Comunicado**. Informe. Belo Horizonte, mai. 2009a.

USIMINAS. **Site Institucional**. Disponível em: <www.usiminas.com> Acesso em 14/04/2011a

USIMINAS. **Um jeito novo de ser Usiminas**. Disponível em: <http://www.umjeitonovodeseruserusiminas.com/um-jeito-novo-de-ser-usiminas/> Acesso em 27/04/2011b

USIMINAS. **Um novo jeito de ser Usiminas**. Edição Especial, Belo Horizonte, mar. 2009b, p.2

VIDAL, José Sales de França; MEDEIROS, Janann Joslin. **Aspectos estratégicos e operacionais do processo de terceirização dos serviços de manutenção de uma ferrovia**. IN: EnANPAD, XXV, Campinas. Anais...Campinas, ANPAD, 2001

WETZEL, Ursula. **Transformação do contrato psicológico no contexto da privatização: estudo de casos**. IN: EnEO, I, Curitiba. Anais... Curitiba, ANPAD, 2000

WOOD JÚNIOR, Thomaz; CALDAS, Miguel P. **Rindo do que? Como consultores reagem ao humor crítico e à ironia sobre sua profissão**. Revista Organizações e Sociedade, v.12, n.34, Jul./Set. 2005

WRONNEY1. **Um novo jeito de ser “USIMINAS”: “Ferrar com todo mundo”**. YouTube, 14 de novembro de 2009a. Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=W5_X1cGhQP4> Acesso em 14/04/2011

WRONNEY1. **Um novo jeito de ser “USIMINAS”: “Todo mundo vai virar empreiteira”**. YouTube, 14 de novembro de 2009b. Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=aHe4j2fBE_4> Acesso em 14/04/2011

YAZBEK JÚNIOR, João; SERIO, Luiz Carlos Di. **Estruturas Organizacionais, Inovação Tecnológica E Terceirização Em Ambientes Dinâmicos**. IN: EnANPAD, XXV, Campinas. Anais...Campinas, ANPAD, 2001