

O HUMOR COMO ESTRATÉGIA DISCURSIVA DE RESISTÊNCIA: AS CHARGES DO SINTTEL/MG

Alexandre de Pádua Carrieri*

RESUMO

Este trabalho tem por objetivo analisar o humor nas charges produzidas pelo sindicato dos trabalhadores em telecomunicação de Minas Gerais, o Sinttel/Minas Gerais. O humor enquanto estratégia de ação produzia fissuras no discurso corporativo e o sindicato, enquanto um grupo de atores organizacionais da Telemig/Telemar-Minas, se posicionava com uma visão de mundo e de empresa contrária aos grupos dominantes - alta administração e gerência. Foram analisados 20 anos de charges, que apareceram nos jornais do Sinttel/MG, enquanto uma estratégia discursiva na construção da visão de mundo do grupo do sindicato contrapondo-se a alta administração da empresa. O uso de humor como estratégia discursiva materializa-se nas charges analisadas, interpenetrando os diversos discursos organizacionais, criando modos de resistência simbólica como formas de tentar difundir e inculcar aos participantes organizacionais os seus próprios valores. É sob um enfoque crítico que se processa a análise das charges e suas mini-narrativas, revelando a habilidade do grupo do sindicato para desenvolver uma estratégia discursiva no campo organizacional.

ABSTRACT

This work has the objective of analysing the humour in the cartoons produced by the Union of Workers of the Telecommunication of Minas Gerais - Sinttel/Minas Gerais. The humour while action strategy produced fictions in the corporative speech and the Union, while was constituted by a group of organisational actors of the former Telemig/Telemar-Minas, which possessed a worldview contrary to the one of the dominant groups - the company's high management and administration. Twenty years of periodical's cartoons - as well as the discursive strategy employed in the construction of the worldview of the union's group - have been analysed. The use of humour as a discursive strategy is very clear in the cartoons analysed, penetrating in a broad range of organisational speeches, creating modes of symbolic resistance and to inculcate Sinttel's values to the organisational participants. The analysis of the cartoons are processed under a critical approach, disclosing the ability of the Sinttel/MG to develop a discursive strategy at the organisational field.

* Prof. CEPEAD/FACE/UFMG

INTRODUÇÃO

Este trabalho tem por objetivo analisar o humor nas charges produzidas pelo sindicato dos trabalhadores em telecomunicação de Minas Gerais, o Sinttel/Minas Gerais. O humor enquanto estratégia de ação produzia fissuras no discurso corporativo e o sindicato, enquanto um grupo de atores organizacionais da ex-Telemig, hoje Telemar-Minas, se posicionava com uma visão de mundo e de empresa contrária aos grupos dominantes: alta administração e gerência.

Muitos trabalhos analisam o humor. Ele, enquanto objeto de estudo, aparece sob inúmeras formas, que por si só, possibilitam uma gama de investigações. Assim, piadas, brincadeiras, sátiras, ironias, charges, aparecem como fontes de pesquisas nos Estudos Organizacionais (EO). Em uma breve análise dos trabalhos, verificam-se duas fortes linhas de pesquisas: a primeira analisa o humor nas organizações sob o ponto de vista funcionalista, em que é estudado como mais uma ferramenta de controle gerencial; a segunda aborda o humor de forma crítica. Sob esse olhar crítico há várias facetas do humor que podem ser contempladas. Todavia, predomina a visão dele como uma tática de resistência dos subordinados aos domínios gerenciais e organizacionais, em uma diversidade de manifestações, entre elas a charge, foco deste trabalho.

O trabalho com as charges dos jornais do Sinttel/MG começou já com Rodrigues (1991) e Collinson e Rodrigues (1995). Este trabalho procede a uma continuação que vai até 2000. Optou-se por uma análise das charges por várias razões, mas a principal é que os atores organizacionais, geralmente, referem-se a essas charges como uma forma inteligente de fazer oposição, de mostrar alguma resistência aos grupos dominantes da Telemig/Telemar-Minas, mesmo que não resultem em ações, planos ou algo concreto. Além disso, segundo Hardy e Phillips (1999) e Morris (1991), as charges contêm representações concisas de uma diferente visão de mundo, evidenciando distintas perspectivas da organização, de sua gestão e possuem um tipo de humor considerado subversivo, traduzindo significados de dominação e resistências. Podendo, muitas vezes, serem consideradas mini-narrativas construídas na tentativa do grupo do sindicato descrever como ele via a empresa e como se identificava com ela.

Inúmeras charges foram colhidas, aproximadamente 500, dentre os 20 anos de jornais do Sinttel/MG analisados. Usou-se como apoio metodológico a Análise do Discurso para desconstruir as narrativas, os arranjos discursivos que existem nas charges. As charges foram então agrupadas e analisadas, principalmente, segundo temas e personagens, podendo-se, então, traçar alguns percursos semânticos (FARIA, 2001): o primeiro, que vai de 1980 até 1990, denominado percurso das relações de trabalho; o segundo percurso semântico, denominado da mudança, vai de 1990 até 1994; e o terceiro, da privatização, que vai de 1994 até 2000. Neste último período deve-se, também, observar que os dois outros percursos anteriores reaparecem com alguma intensidade. Em todos os três períodos buscou-se processar uma análise do humor nas charges, nas mini-narrativas construídas, por um grupo de atores sociais, como estratégias discursivas dentro de um espaço organizacional em que dominavam outros atores, outros grupos.

O HUMOR: CAMINHOS TEÓRICOS E PESQUISAS NOS ESTUDOS ORGANIZACIONAIS

O humor é definido nos vários trabalhos como uma forma de expressar ou perceber o que é divertido, engraçado, irônico, satírico. Várias são as áreas que o estudam, dentre elas a Psicologia (FREUD, 1960), Antropologia (RADCLIFFE-BROWN, 1940), Economia (GALBRAITH, 1972) e até mesmo a Administração (LINSTED, 1985;

RODRIGUES e COLLINSON, 1995). O humor, enquanto objeto de pesquisa, aparece sob inúmeras formas que, por si só, possibilitam uma gama de investigações. Assim, piadas, brincadeiras, sátiras, ironias e charges aparecem como fontes de pesquisas nos Estudos Organizacionais (EO) (COLLINSON, 1988; VINTON, 1989; TRETHERWEY, 1999; HATCH e EHRLICH, 1993). De maneira geral nos EO, isto é, nas pesquisas e análises sobre o humor nas organizações, predominam as abordagens funcionalista e crítica.

Em uma breve análise dos vários, mas nem tantos, trabalhos sobre humor na área dos EO, pode-se observar uma dominância da perspectiva funcionalista. As análises são realizadas no intuito de promover o humor como mais uma ferramenta administrativa para o aumento dos controles e da satisfação no trabalho. Sob esta perspectiva, apareceriam autores que construiriam tabelas para a análise do humor organizacional, questionários no sentido de padronizar as pesquisas em relação ao humor, escalas que tendem a "aprisionar" as pessoas e organizações sob o signo de terem baixa, alta ou média orientação para o humor (BOOTH-BUTTERFIELD; BOOTH-BUTTERFIELD, 1991) e, por fim, até mesmo um *Index* para o humor, em que este seria analisado como tendo funções positivas, neutras e negativas para as gerências e organizações (GRAHAM; PAPA; BROOKS, 1992).

Além dos já citados, também são trabalhos representativos dessa abordagem funcionalista os de Malone (1980), Dandridge, Mitroff e Joyce (1980), Duncan (1982; 1985), Linstead (1985), entre outros. Em geral, esses trabalhos mostram como o humor facilitaria a introjeção dos valores gerenciais pelos demais grupos organizacionais. O humor facilitaria a comunicação dos valores, ritos, mitos, enfim, de uma suposta ordem organizacional. Para a maioria dos autores dessa perspectiva, o humor aparece como um artefato cultural. Sob um olhar mais amplo, estes autores veriam a possibilidade de se gerenciar a cultura da empresa. A organização teria uma grande e forte cultura administrável (SMIRCICH, 1983).

A abordagem crítica do humor nas organizações possibilita uma análise mais aprofundada dos fenômenos organizacionais. Várias facetas - as brincadeiras, as ironias, as piadas - do humor são analisadas sob esta perspectiva. Todavia, o tema do humor como uma tática de resistência dá o mote principal às pesquisas dessa abordagem. Autores como Collinson (1988), Morris (1991), Trethewey (1999), Hardy e Phillips (1999) realizam estudos críticos evidenciando em seus trabalhos o humor como uma tática de resistência. Por meio do humor, os atores sociais analisados, principalmente os que compõem o chão-de-fábrica, buscariam subverter as estruturas de dominação organizacional. O humor ofereceria uma válvula de escape, mesmo que temporária, ao controle gerencial. Outra vertente dessa perspectiva de estudos organizacionais críticos é a pesquisa sobre o humor e os gêneros, sobretudo o feminino visto pelo masculino, realizada por Meyer (1997), Vinton (1989), entre outros.

Essa perspectiva crítica de pesquisa sobre o humor nos EO utiliza-se da Análise dos Discursos (AD) como principal ferramenta metodológica, pois os discursos, segundo Mumby e Stohl (1991), focalizariam as várias interpretações e as múltiplas significações atribuídas à realidade organizacional. Assim, conforme os dois últimos autores, os estudos sobre práticas simbólicas - incluindo o humor - podem ser mais bem evidenciados pelos discursos que as sustentam, podendo-se observar os processos pelos quais as pessoas, os grupos, os atores organizacionais constroem suas visões de mundo e de empresa.

De maneira geral, para essa abordagem crítica, o poder do humor estaria relacionado à sua capacidade de revelar contradições, absurdos e, conseqüentemente, as ambigüidades. Tal habilidade, por sua vez, buscaria promover uma articulação dos agentes envolvidos no sentido de praticar uma resistência, ao mesmo tempo em que os protegeria de represálias. Aqueles autores inseridos nessa perspectiva ressaltam, contudo, que existem certas limitações, pois o humor, seja em piadas, charges etc., tende a reduzir os acontecimentos a alguns poucos elementos, produzindo uma visão simplificada e até parcial da vida organizacional.

Diferentemente da abordagem funcionalista, que pesquisa humor sob o ponto de vista de uma ferramenta de controle gerencial e organizacional, buscando controlar as relações entre grupos, a abordagem crítica estaria pesquisando o humor intragrupos, mas deixa de lado o entre-grupos, das relações entre classes, categorias que são mostradas e poderiam ser descortinadas por meio do humor. Essa é a falha, em particular apontada por alguns autores como Vinton (1989), a essa perspectiva crítica. Aproveitando-se desse apontamento é que este trabalho busca analisar as charges do grupo sindical, enquanto grupo organizacional da Telemig/Telemar-Minas que interpreta o dia-a-dia da empresa e evidencia as várias relações entre-grupos.

No Brasil, notadamente na área dos estudos organizacionais, são poucos os trabalhos sobre o humor. Há a pesquisa de Rodrigues e Collinson (1995) que, também, analisa as charges do mesmo grupo sindical. É um trabalho que critica a linha funcionalista de ver o humor como uma válvula de escape dos controles organizacionais e, diferente disso, focaliza o humor como uma prática dos diversos atores organizacionais, uma estratégia criada, elaborada, construída pelos diversos atores, mas capitalizada pelo grupo sindical. E enquanto tática de resistência tornada prática, muitas vezes traz represálias concretas por parte do grupo gerencial. Um outro trabalho bastante interessante, que não é propriamente sobre humor, mas sobre história em quadrinhos, é o de Cavedon e Lengler (2002). Esses pesquisadores analisam as histórias em tiras de Scott Adams, consideradas "o meio pelo qual a realidade organizacional será desvendada, através da desconstrução dos postulados da administração moderna que se encontram submersos" (CAVEDON; LENGLER, 2002:1) nas narrativas que os quadrinhos relatam ao leitor enquanto mini-discursos usados para promover reflexões.

MINI-NARRATIVAS – ASPECTOS METODOLÓGICOS DO ESTUDO: AS CHARGES DE HUMOR ENQUANTO ESTRATÉGIAS DISCURSIVAS

Tendo como objetivo principal analisar humor das charges produzidas pelo Sinttel/MG, pretendeu-se investigar, por meio dos discursos, a (re)elaboração de estratégias de ações (de resistência) às visões da alta administração e da gerência da Telemig, criando novas formas de agir e até mesmo novas subjetividades aos demais empregados. Segundo Woodilla (1998), os arranjos discursivos que existem nas organizações impregnam as interações - tanto as estimulando como as refreando - e essas, por sua vez, modelam as interpretações das significações existentes nas visões de mundo que permeiam a organização, resultando disto inúmeras narrativas que caberia ao pesquisador descortinar.

Para Marshak (1998), Oswick, Keenoy e Grant (1997), Jones (1998) e Alvesson (1994), a pesquisa de uma organização com enfoque nos discursos - escritos e falados - oferece novas e importantes possibilidades de análise crítica. Segundo esses autores, o estudo dos discursos nos EO tem sido ignorado por prevalecerem, na literatura administrativa, os estudos pertinentes às ações, à eficácia e à eficiência, ao aumento da produtividade. Para eles, essa predominância reflete a preferência das sociedades atuais pelo concreto e não pela reflexão, pelo pensamento e pela crítica. Para esses autores, os atores organizacionais, pela influência dos discursos, modificam (permanentemente) parte de suas referências e papéis, modelam suas práticas e executam seus trabalhos.

O estudo dos discursos, segundo Boje (1995), rompe com o domínio dos estudos organizacionais baseados nas metáforas "mecanicistas" - "imagem da organização como uma máquina feita de partes que se interligam, cada uma desempenhando um papel claramente definido no funcionamento do todo" (MORGAN, 1996:17) e "organicistas" - com foco na:

[...] atenção em compreender e administrar as necessidades organizacionais e as relações com o ambiente [...] Somos encorajados a compreender como as organizações nascem, crescem, desenvolvem-se, declinam e morrem, além de como são capazes de se adaptarem a ambientes em mutação (MORGAN, 1996: 17).

Para Boje (1995), os estudos que se utilizam dos discursos nas organizações criam uma nova metáfora baseada na "linguagem". Essa nova metáfora conceitua as pessoas como seres de pensamento e de palavra, que engendram discursos nas suas interações. Nessa perspectiva, surgem estudos que analisam as organizações como conversações, como narrativas, como histórias; organizações como produtos de múltiplas vozes, histórias, charges, piadas, narrativas, conversações.

As charges podem ser consideradas, segundo Hardy e Phillips (1999) e Morris (1991), mini-narrativas que iluminam certas regularidades e características do objeto caracterizado nos desenhos, mas podem suprimir outras, no interesse do grupo que manipula, cria as charges. Enquanto (mini)narrativas, exploram acontecimentos da história da organização. O estudo de narrativas organizacionais, para Mumby e Clair (1997), ganha cada vez mais ênfase nos estudos organizacionais. Esses autores apontam que os estudos das narrativas são fontes importantes para o conhecimento sobre as organizações. Todavia, deve-se sempre estudar as narrativas, ressaltam eles, como resultado de um processo, de uma construção social da realidade em que vivem os grupos e indivíduos nas organizações.

Enquanto (mini)narrativas, as charges analisadas constroem discursos. Um discurso compreende temas e figuras "[...] que materializam valores, carências, desejos, explicações, justificativas e racionalizações [...]" (FIORIN, 1988: 43), isto é, "um conjunto de temas e de figuras que materializa uma dada visão de mundo" (FIORIN, 1988: 32). Desse modo, as charges dos jornais do Sinttel/MG exploram temas, ou melhor, um conjunto de temas e personagens que materializam a visão de mundo deste grupo organizacional. Uma vez agrupadas as charges é possível proceder a sua desconstrução, como foi feito neste estudo.

Desconstrução não quer dizer destruição. Desmontar, para analisar e entender o real significado do significante, as entrelinhas e elementos subjacentes ao discurso [...] Na desconstrução [...] é feita uma leitura aproximada do texto, usando-se a práxis da nova crítica - *close reading* - para analisar os significados e expor seus paradoxos e elementos não revelados, utilizando-se os atributos da linguagem, influências históricas e suposições culturais do texto (CAVEDON; LENGELER, 2002: 6).

As charges podem ainda ser consideradas verdadeiros documentos de uma "outra" história organizacional. Segundo Rowlinson e Procter (1999), o uso de documentos que relatam a história dos grupos organizacionais (como as charges aqui analisadas) é tão importante quanto qualquer entrevista. Para esses autores, essa fonte de informação é imprescindível para os estudos que buscam casar as pesquisas sobre a história de grupos e organizações. Eles consideram que os documentos escritos retratam mais fielmente uma conjuntura histórica, já que as respostas às entrevistas - quando se referem a um passado já vivido pelos atores - advêm de reflexões construídas *a posteriori*. Além disso, os documentos podem facilmente revelar o que esses autores denominam de "lado obscuro" da organização e das práticas gerenciais.

A escolha do Sinttel/MG se deu por conta dos atores organizacionais desse segmento terem desenvolvido um discurso que se contrapunha ao dominante enunciado pela diretoria da Telemig (CARRIERI, 2001; RODRIGUES, 1991)¹. Em suas estratégias aparecem as charges veiculadas nos seus jornais: "O Bode Berra" e "O Bodim Semanal". Ao utilizar as charges, o grupo sindical permite que sua visão

¹ Para Rodrigues (1991), o grupo de sindicato formava uma contracultura, isto é, uma cultura que cria modos de resistência simbólica como formas de tentar difundir e inculcar aos participantes organizacionais os seus próprios valores. Além disso, buscavam atuar justamente sobre essa imagem, expondo fraquezas e suas contradições na cultura dita dominante.

organizacional seja "evidenciada", o que neste estudo foi alcançado por meio da análise das charges em conjunto com algumas entrevistas - principalmente com os criadores dos desenhos, no sentido de aprofundar idéias e resolver dúvidas sobre determinada situação representada nos desenhos - e pesquisados outros documentos como Relatórios Anuais e jornais da própria empresa - o "DDdicas" e depois o Jornal "Telemar".

Foram coletadas aproximadamente 500 charges, divididas segundo temas e, secundariamente, personagens. Com base nos temas e personagens, pode-se construir uma estratégia para a análise do humor nas charges dos jornais do sindicato. Adotou-se o que Faria (2001) denomina de percurso semântico: o primeiro que vai de 1980 até 1990, denominado percurso das relações de trabalho, em que a Zizi, a telefonista, se configura como principal personagem - é um percurso desenvolvido para os acontecimentos internos à Telemig, com personagens e ações que falam diretamente aos empregados. O segundo percurso semântico, denominado da mudança, vai de 1990 até 1994. É um percurso em que aparece a incorporação de temas importantes para a sociedade brasileira e é, também, resultado de uma mudança interna do grupo que formava o sindicato. Ocorre a saída do chargista principal e entrada de outro desenhista; há, outrossim, a informatização da empresa, talvez o acontecimento mais importante no período, reduzindo o papel da telefonista como um ator da finalização da comunicação entre as pessoas, principalmente na discagem interurbana. Por último, o terceiro percurso semântico da privatização, que vai de 1994 até 2000, cujas charges buscam enfatizar a venda da empresa e suas conseqüências para os empregados e para a sociedade brasileira. Neste período reaparecem os percursos da mudança e das relações de trabalho abordados em temas como o da reengenharia, o da empresa pecadora e o da participação nos lucros e reposição salarial.

É importante mencionar que "O Bode Berra" teve sua publicação interrompida em setembro de 1994, retornando em fevereiro de 1996, mas, dessa vez, somente a cada 45 dias e não mais quinzenalmente, o que não foi concretizado. Por outro lado, ganhou destaque um boletim denominado "O Bodim Semanal" ("O Bodim" ou "Bodim"), cuja periodicidade menor propiciava notícias sempre recentes sobre as empresas de telecomunicações.

RIR E REFLETIR, EIS A QUESTÃO

Os jornais do Sinttel/MG, "O Bode Berra", assim como "O Bodim", introduziram, via humor, fissuras no discurso dominante, abordando temas constantemente invocados como importantes pela alta administração e pelas gerências, bem como veiculando abundantemente piadas, ironias e metáforas sobre os dirigentes da organização, buscando desestabilizar o poder dos gerentes e diretoria da Telemig, reinterpretando o dia-a-dia da empresa para os demais grupos e atores organizacionais.

DE 1980-1990: BERRANDO AOS QUATRO VENTOS

O jornal "O Bode Berra", ou como era mais conhecido "O Bode" foi criado em 1980. Logo no início, concentra-se nas denúncias sobre as más condições de trabalho e as dificuldades no relacionamento entre superiores e subordinados. Estes dois temas configuram o percurso semântico denominado de relações de trabalho, em que se desenvolve a luta simbólica e ideológica do Sinttel/Minas Gerais - representante dos empregados - contra os ocupantes de posições dominantes na Telemig². Percurso este que será dominante neste jornal e que possibilitou o de-

² A partir de 1984, aparecem outros percursos semânticos menores, como o do ataque contra o empreguismo e as mordomias. De 1986 em diante, começam a aparecer notícias sobre as greves.

envolvimento de inúmeros personagens humorísticos. De maneira geral, as charges narram, principalmente, as penúrias de Zizi, a telefonista heroína, e o despotismo grosseiro do Poderoso Chefinho, que a atormentava e controlava segundo preceitos tayloristas (FIG. 1, 2 e 3).

Segundo Rodrigues (1991) e Rodrigues e Collinson (1995) as charges de "O Bode" constroem cenários em que aparecem ocorrências da vida cotidiana da empresa e são apresentadas por várias personagens que aparecem segundo os temas abordados (FIG. 4 e 5):

Zizi, a telefonista; Vaselino, o ladino; Cagoni, o covarde; e o Poderoso Chefinho, o patrão explorador e cruel - representam, em várias situações, as relações mais comuns entre patrão e empregado (RODRIGUES, 1991: 150).

De maneira geral

Zizi representa a função da empresa e, através do seu instrumento básico de trabalho, o telefone, fala com todos os empregados numa linguagem comum. Como mulher, gosta de falar ao telefone sobre diferentes assuntos, principalmente sobre a crueldade e a exploração do trabalho. Representando esse trabalho árduo e explorado, ela convive diariamente com os fantasmas da repressão, do controle e do desestímulo. Nos seus dramas, Zizi sente-se esmagada, oprimida e reprimida, porém sempre reage passivamente. Isso não quer dizer, no entanto, que ela seja alienada; ao contrário, percebe com clareza as injustiças e crueldades do sistema. Sua vingança manifesta-se no nível do inconsciente, do desejo, do pensamento não-sujeito à dominação. Sua resistência às pressões revela-se sempre no âmbito do particular - desabafa com a família ou com os amigos -, não tendo suas reações qualquer repercussão organizacional (RODRIGUES, 1991: 169).

O discurso de "O Bode Berra" sempre se posicionou contra quem teria poder de decisão na Telemig. Denúncias não faltavam, e seu alvo ia desde a presidência até os gerentes de seção, todos denominados "Chefinhos". Outro tema constante era o ataque à estrutura militar, a grande hierarquia militar que predominava na empresa. Aos poucos as charges com a Zizi e/ou o Poderoso Chefinho vão desaparecendo, até surgirem raríssimas vezes. Segundo informações coletadas, o sindicato ficou sem seu chargista principal, desarticulando-se todo o esquema da Zizi e dos Chefinhos. Além disso, segundo o Relatório Anual (1990, 1991 e 1992), nesta época ocorreu uma mudança tecnológica: a forte informatização do setor. Assim a telefonista deixa de ser a grande referência simbólica da luta entre sindicato e alta administração da Telemig.

Em termos de estratégias desenvolvidas, as charges criadas e publicadas no "O Bode" tiveram resultados interessantes em termos da melhoria das condições de trabalho. Ao final dos anos oitenta e começo dos noventa buscou-se discutir internamente as condições de trabalho, começaram a montar as CIPAS - Comissões Internas de Prevenção de Acidentes. Deve-se destacar que as charges como as das FIG. 1, 2, 3 e 5 resultaram, por parte da alta administração, em ações concretas como, por exemplo, em cursos de (re)treinamento para a gerência visando a uma melhor formação no atendimento às pessoas, e também aos empregados. Os cursos visavam quebrar o ranço de quartel militar que os muitos gerentes tinham e que foram socializados. Por outro lado, buscava-se esvaziar as críticas do sindicato quanto ao autoritarismo, prepotência da "empresa". Quando se realiza uma leitura dos jornais da empresa - o "DDdicas" - observa-se que há várias reportagens que informavam aos gerentes sobre cursos que envolviam um "novo" enfoque sobre trabalhos em equipe, participação...

Um exemplo de uma estratégia que, de certo modo, fez com que a empresa procurasse desenvolver uma contra ação, foi a FIG. 5. Ela é uma charge que teve bastante impacto na empresa, pois fazia paródia de um comercial que se tornou

famoso, aquele que dizia que não bastava ser pai, tinha que participar, propunha uma nova visão do que é ser pai e, ao mesmo tempo, tocava no tema da grande-família-Telemig. Em muitos fragmentos discursivos corporativos, observados no jornal "DDdicas" da época, apareciam sempre menções à palavra família, a grande família coesa e comprometida da Telemig - a empresa é a mãe e o presidente/diretor/gerente o(s) pai(s). A charge criticava a pretensa ilusão da Grande Família, mostrando as significações institucionalizadas e legitimadas das relações entre gerentes/chefinhos e os empregados e, em última instância, entre organização e empregados.

DE 1990 ATÉ 1994: UMA ÉPOCA DE MUDANÇAS

Deste período pode-se evidenciar um percurso semântico denominado de mudança. Mudanças da sociedade brasileira e organizacionais. Essa foi uma época de consolidação da democracia no Brasil. A sociedade havia elegido, depois de anos, seu presidente. Havia uma movimentação da sociedade em busca de melhorias (CARRIERI, 2001). O grupo sindical preocupa-se com a inserção do sindicato e da Telemig na sociedade mineira e brasileira:

[...] havia um projeto do sindicato cidadão. Eu estava buscando aquela palavra mágica, mas é isso, era uma questão de projeto mesmo. Era uma questão de projeto, de um sindicato aberto à realidade do mundo. E a gente buscou viver isso em um período no começo dos anos noventa (Sindicalista).

De um modo geral, o discurso de "O Bode Berra" continua a posicionar-se contra quem teria o poder de decisão na Telemig - os gerentes. Todavia, é interessante destacar que as personagens das charges desse jornal, já no começo dos anos noventa, não coincidiam com as descritas por Rodrigues (1991). Como já foi mencionado, raríssimas vezes aparecem os desenhos referentes à Zizi e ao Poderoso Chefinho, pela perda do chargista principal do jornal e pela substituição da telefonista por recursos tecnológicos. Agora esses recursos completavam as ligações (GOUSSEVSKAIA, 2000). Além disso, o "Bode" era mesmo um jornal com várias matérias e seções, como qualquer grande jornal, ficando sua confecção cara e mais trabalhosa:

[...] o projeto era o seguinte, era isso, O Bode Berra seria trimestral, O Bodinho semanal e o Bodinho Mural seria mensal. Mas O Bode teve uma certa dificuldade de trânsito sabe... de acontecer... e foi por uma questão interna, foi na área da imprensa, da própria imprensa. No fundo dava mais trabalho, era maior, tinha que ser mais trabalhado, as notícias deveriam ser mais articuladas... dava mais trabalho [...] (Sindicalista).

Assim, em 1994 é a fase de ascensão do boletim semanal "O Bodim". Este jornal era menor, mais barato, mais simples e com a facilidade de ser editado e trazer sempre notícias recentes sobre as empresas de telecomunicações, sobre os acontecimentos gerais e atuais. De maneira geral, nesta fase, o humor, como uma estratégia usada para mostrar as fissuras do discurso gerencial/empresarial, é usado para fazer a ligação de temas mais abrangentes veiculados em Brasília com os da empresa. Busca-se, pelo humor, trazer os temas da sociedade brasileira e do setor de telecomunicações para a empresa. A desestruturação das charges Zizi e Chefinho forçou o sindicato a encontrar outras formas de continuar produzindo seus jornais com o uso de humor. Sem a Zizi, o sindicato tentava criar outras personagens que talvez viessem substituir a heroína, buscando angariar a mesma simpatia e força de penetração junto aos empregados.

De maneira geral, os temas e personagens do novo jornal buscavam uma interseção com a sociedade brasileira, oportunizando conversações do mundo interno da empresa com o seu ambiente, com sua realidade. Desde 1990, o Sindica-

to alertava a preparação do setor de telefonia para a privatização. Os discursos elaborados mostram as estratégias traçadas pelo governo e cumpridas pelas diretorias das empresas estatais. A desregulamentação do setor, a terceirização de alguns serviços para as empreiteiras, o enxugamento indireto do quadro de pessoal das empresas pela não-reposição dos quadros, são temas fartamente descritos nos jornais. A charge (FIG. 6), denominada "Estão levando o filé", é muito representativa do discurso sobre essa época, sobre a privatização. Pela metáfora "filé" entende-se a transmissão de dados e a telefonia móvel. Quem compra é um personagem de terno, que sai do açougue sorrindo de felicidade. Já o freguês, que não consegue efetuar a compra do "filé", apresenta-se mais simplesmente trajado, realçando a diferença social de quem estaria lucrando com essa suposta privatização branca.

Uma outra charge escolhida para representar essa época, cria em tom jocoso a "Coluna da Marieta Perekovskaya" (FIG.7). Uma perereca que daria conselhos aos empregados semelhantemente a colunistas de jornais e revistas. Nessa coluna estabelece-se sempre um paralelo entre a empresa, as condições de trabalho e algo como, por exemplo, o "Inferno", mostrando as vantagens deste frente à empresa. Na verdade, esta charge é a continuação de outras passadas, que enfatizavam o tema das péssimas condições de trabalho na empresa. Foi uma forma do sindicato reeditar um dos seus principais temas veiculados nos seus jornais. Enquanto estratégia criada, Marieta Perekovskaya, e sua coluna, seria usada sempre que precisasse mostrar que a empresa não tinha boas condições de trabalho e que havia outros lugares melhores como o inferno, a Antártida, o Pólo Norte, a Sibéria... Ela cria, em seu discurso, comparações absurdas e ridículas, trabalhando com oposições que, segundo Maingueneau (1996), faz surgir de sua leitura um universo imaginário de outros lugares onde o trabalho seria melhor do que na Telemig. Mas não foi uma personagem que durou, sendo aos poucos esquecida e substituída por outros que o sindicato experimentava.

1994 ATÉ 2000: "QUEM, EU?" MUITO PELO CONTRÁRIO

Esta época destaca-se, como principal, o percurso semântico da privatização. Não se pode dizer que o percurso da mudança (organizacional) tivesse acabado, ele está presente com os temas da qualidade total e da reengenharia. O percurso das relações de trabalho também está muito presente nos temas como o da campanha salarial, da participação dos lucros, da empresa como pecadora, descomprometida com o Brasil e do "Não" ao acordo coletivo que a empresa desejava ver aprovado que são desenvolvidos no "Bodim". Talvez o mais importante a ser destacado seja que em 1994 surgiu, neste boletim, um personagem importante que, a partir de então, tornou-se mote das principais charges, mediante as quais se faziam as denúncias contra as decisões e ações referentes aos temas relacionados ao discurso dominante. Esse personagem é denominado "Quem, eu?":

Esse personagem, [...] um cara com um olho, numa caverna escura, em que só aparecia o olho. Sabe, resgatei isso. Falei: mas é isso, se eu não sei desenhar, o meu personagem é o olho dentro da caverna. Então era isso. Era um... personagem reflexivo... O objetivo era botar a categoria dentro da caverna, observando o mundo, o que acontecia lá.

Foram dois momentos - dentro e fora da caverna. [...] Ele está dentro de uma caverna [...] observando o mundo, aí depois ele sai [...] ele vai para o claro [...]. Essa não foi uma proposta minha, foi de quem trabalhava comigo. Não sei o que ele sentiu [...] talvez estivesse na hora de entrar alguma luz, iluminar um pouco mais o personagem [...] (Sindicalista e criador do personagem).

O personagem principal da tira é muitas vezes representado somente por dois olhos - ora grandes, ora pequenos -, outras vezes também aparece uma boca e, em outras, ainda as mãos. Há em algumas charges outras personagens como, por exemplo, um papagaio que serve como "consciência" do personagem principal. Segundo o próprio criador, a personagem 'Quem, eu?' representava a categoria dos trabalhadores em telecomunicações, dentro de sua caverna, segura de si, de seu emprego, de sua vida, enquanto o mundo acontecia lá fora. Uma categoria sem rosto! Pode também significar uma visão do próprio sindicato, que via a categoria sem uma face definida, sem uma identidade que, no fundo, representasse alguma escolha, seja de uma determinada visão de mundo, de uma identidade, de valores que, supostamente, o sindicato estaria oferecendo. O nome da personagem é elucidativo: "Quem" é um pronome interrogativo referente à pessoa. Ao mesmo tempo, a expressão "Quem, eu?" parece significar que a pessoa não quer ser referida, buscando ausentar-se. Dessa forma, sugere que a categoria era chamada pelo sindicato a manifestar-se, a identificar-se, pois era vista como querendo ausentar-se, não se mobilizar, assistindo a tudo "alienada" do processo histórico pelo qual passava o país; muitas vezes, aceitando a visão de mundo construída pela alta administração da empresa sem nenhuma resistência. No geral, as tiras dessa nova personagem podem ser divididas em dois grupos: um com a personagem dentro da caverna, no escuro, e outro com a personagem fora da toca, mais iluminada, como que forçando uma movimentação da categoria. Afinal, muitas coisas aconteciam, como, por exemplo, a privatização do setor (FIG. 8 e 9).

Conforme está retratado na FIG. 8, o discurso dirige-se diretamente aos trabalhadores. A sátira dos quadrinhos remete ao tema da alienação. Durante a década de noventa, este será um dos grandes temas explorados pelo grupo do sindicato: a alienação no sentido da não-participação, não-movimentação contra as decisões que vinham de cima - diretoria da empresa e governo. Ao mesmo tempo, havia um projeto desse grupo no sentido de fazer um sindicato cidadão, preocupado com os temas importantes para a sociedade. A personagem desenhada dentro de uma caverna representa a categoria dos trabalhadores em telecomunicações, seguras em sua empresa, em seu emprego, com seu salário.

A outra charge, FIG. 9, é sobre o tema da quebra do monopólio e, indiretamente, sobre uma possível privatização. Dois temas também explorados e importantes no mesmo período. Para o grupo, o que o governo almeja para o setor, desde o começo dos anos noventa, está muito claro: é a sua privatização. Primeiro indiretamente, com alguns serviços sendo terceirizados; depois, em meados dos anos noventa, diretamente, com o fim do monopólio; e, finalmente, no final da década, com a venda do setor em um leilão. Juntas, as tiras sugerem que, sem uma movimentação dos trabalhadores, sem sua união, a privatização iria mesmo acontecer. Assim, os trabalhadores, com a ajuda do sindicato, deveriam sair da caverna.

Já em outras tiras, o personagem "Quem, eu?", muitas vezes agora, aparece lendo um jornal denominado "O Picareta", sempre tecendo algum comentário irônico sobre o que está lendo, como exemplifica a FIG. 10, no qual há uma notícia sobre o então Ministro das Comunicações e sobre a Lei Geral das Telecomunicações (LGT). Na notícia, o Ministro diz que a lei se parece com ele - teria o estilo dele - e ambos são retratados, no quadrinho ao lado, como monstros. Para o sindicato, a lei formulada era um monstro, precisando, portanto, ser mudada, pois estaria decretando o fim das empresas públicas de telecomunicações.

Nas tiras do "Quem, eu?" no percurso semântico da privatização, freqüentemente, abordava-se o tema da defesa dos interesses da sociedade brasileira, para promover a união sindicato-sociedade. Procurava-se, assim, veicular uma imagem de defensor do bem público, dos pobres, dos fracos e dos oprimidos brasileiros. Não por coincidência, eram coladas nos jornais as figuras de super-heróis, como por exemplo, o super-homem. Assim, em tom de pilhéria, divulgava-se o receio de que a diretoria, com relação ao possível proprietário da empresa, não sabia por quem torcer, se para a França, Itália ou Espanha, mas o fato é que

não torcia para o Brasil. Segundo a visão do grupo do sindicato, era um momento de muito terror na empresa, sendo preciso mobilizar tanto os empregados como a sociedade para se posicionarem contra a privatização (FIG. 18).

O percurso semântico da mudança (organizacional) reaparece aqui como é mostrado na FIG. 11, na qual o tema da reengenharia é satirizado. Este tema é percebido pelo sindicato como um modismo gerencial, uma forma de se gastar dinheiro e protelar as decisões que deveriam ser tomadas rapidamente. A charge escolhida mostra que a proposta de reengenharia foi imposta, sem que fosse possível diálogo algum. Não houve nenhuma possibilidade de participação real dos trabalhadores sobre essa prática na empresa. Completando a narrativa da charge aparecia o fragmento discursivo abaixo:

Os desfiles de Paris mostram modas mais estáveis do que as das empresas. Refiro-me à reengenharia e outras "darlings du jour". [...] Neste vai-e-vem de decotes e comprimentos de saias empresariais, o forte, sempre, é a mistificação.

[...]As revistas de negócios reforçam a tendência. Afinal, as Elles e Vogues do ramo têm de mostrar a coqueluche e, para dar credibilidade, carece mostrar resultados. [...] Me engana que eu gosto. Toca história de sucesso retumbante, mostra executivos sorridentes. Depois que implantamos a ZZB, dizem, os lucros subiram 157%, e a produtividade, 63%.

[...] O que é, então, a famosa reengenharia? Um sucesso simples, e muito sexy, que parte do pressuposto correto de que as empresas são sempre burocratizadas, lentas e emaranhadas. Assim, precisam passar por um processo forte de enxugamento, diminuição de níveis hierárquicos e eliminação de procedimentos morosos. Eureka! (...) Fazer ventar e chover, porém, ninguém conseguiu até hoje [...] [Ricardo Semler] (BODIM, abril 1995).

É interessante destacar essa conjunção das charges - da reengenharia - com os discursos de profissionais notadamente reconhecidos no ambiente da empresa, como o texto de Ricardo Semler. Havia uma tentativa de mostrar as ambigüidades dos teóricos e do modelo de reengenharia muito evocado pela alta administração da empresa. Para Donadone (1999: 50), "as idéias de Semler serviam de guia na tentativa de adaptar-se às mudanças organizacionais que modificavam e desqualificavam as funções das médias e baixas gerências". Adotando esse empresário e suas idéias, o sindicato tenta aumentar seu campo de influência dentro da empresa, abarcando as médias e baixas gerências que, com a reengenharia, poderiam ter seus espaços reduzidos.

Uma variação importante do percurso semântico das relações de trabalho aparece na tira representada pela FIG. 12. A personagem "Quem, eu?" está consultando um dicionário para ver a definição de catraca, e perguntando-se qual dos elementos constituintes da catraca seria ele. A charge também sugere que os empregados acabavam se adaptando, sem se manifestar contra as pressões e arbitrariedades da diretoria e das gerências, segundo as quais o aumento do controle e da vigilância é uma prática comum na gestão das empresas modernas. A tira refere-se às catracas postas na entrada dos prédios da Telemig, como forma de controle de saídas/entradas de todos, pois estas funcionam somente com um cartão autorizado, que deveria ser passado tanto nas entradas como nas saídas (em número de vezes). De uma maneira nada sutil, a gestão da diretoria 95/98 acabou ganhando um apelido, "Gestão Catraca", externando o sentimento do grupo sindical com relação ao forte controle exercido sobre os empregados, buscando restringir-lhes qualquer tipo de resistência.

O tema salarial - do percurso semântico das relações de trabalho - tem nesta época da privatização forte apelo, pois unia os empregados e fazia o sindicato ganhar mais força de representação. Juntamente com esse tema, desenvolvia-se também o do Acordo Coletivo, todo ano negociado. As charges - FIG. 13 e 14 -

retratam esses temas. A FIG. 13 trata de um jogo denominado "Em busca do salário perdido"; cujas regras são: é preciso que se jogue até o fim, pois, se parar na metade, nunca se recuperará o salário perdido e, por esse motivo, é muito importante a persistência dos jogadores. No jogo só vale a mobilização, a consciência, a união. Ao final da partida, se houver a aprovação do Acordo em assembléia haverá peru no Natal. É um jogo muito interessante, construído com a história desse grupo, em que também estão relatadas paralisações, negociações, retaliações etc. havidas na relação entre o sindicato e as diretorias que ocuparam as presidências da Telemig. Já a FIG 14, ao mesmo tempo em que retrata uma retaliação da diretoria aos empregados, por terem dito "não" à proposta da empresa de reajuste salarial, evidencia também o questionamento, bastante irônico, à imagem da "mãe Telemig". Posicionando-se dessa forma, o grupo busca mostrar que as atitudes e propostas da diretoria/empresa não coadunam com as de uma mãe preocupada com seus filhos, como era a Telemig identificada por muitos empregados.

Concomitantemente com o tema da reposição salarial, aparece a campanha sobre a participação nos lucros - a PL³. No jornal "Bodim" aparece a todo o momento o questionamento: "Cadê a nossa PL?" na boca de inúmeras personagens: o Super-homem, os irmãos Marx, uma mão semelhante à da publicidade eleitoral usada pelo então Presidente da República⁴. Dentre as inúmeras charges, selecionou-se duas (FIG. 15 e 16), consideradas mais significativas. Deve-se destacar a charge do mendigo caído na rua, perguntando sobre a Participação nos Lucros e Resultados - PLR (FIG 16), que suscitou questionamentos dos empregados da organização ao próprio sindicato:

A fotografia do mendigo era um questionamento interessante. E era o seguinte: "Os excluídos não recebem nada, nem PL. Não têm que discutir PL, Não tem m... nenhuma". Aí vieram algumas pessoas e falaram: "Ah, o pobre é isso, somos nós da categoria". O pessoal apavorou, então botava foto de pobre, a categoria ficava ligando aqui, reclamando, perguntando se os pobres eram a categoria. Os caras nem sacavam a crítica que era ver a exclusão social, que a categoria poderia acabar assim também se não agisse, pergavam por um outro viés (Sindicalista).

No fragmento discursivo acima se observa que algumas charges resultavam em críticas que acabavam sendo interpretadas como ofensa à própria categoria. Por que seriam eles pobres, excluídos, se possuíam empregos, recebiam salários e até mesmo uma participação dos lucros da empresa? A charge buscava promover uma reflexão maior, da exclusão social por qual passavam as pessoas na sociedade brasileira, a do processo de não participação da luta sindical, de não participação ao que acontecia com a sociedade brasileira. Falava, como outras charges já mostraram, de uma categoria alienada em sua caverna chamada Telemig (ver também FIG. 8).

O tema da campanha da PL, além de ter sido uma estratégia usada pelo sindicato para buscar melhorar o nível salarial dos empregados da Telemig, mostrou a opção da alta administração por remunerar cada vez mais os acionistas, prática que se tornaria constante quando a empresa fosse privatizada, contrapondo-se ao tema desenvolvido pela diretoria, segundo a qual a privatização possibilitaria uma melhor participação dos empregados nos lucros da empresa. Ainda relacionado com o tema da PL, há outro, implícito, referente a um confronto mais direto entre o sindicato e a diretoria, representada aqui pelo próprio Presidente da empresa. Na charge (FIG 17) um palhaço representa os empregados da Telemig

³ A Telemig obtivera lucro líquido real e pôde distribuir uma parcela dele aos funcionários. Onze milhões, oitocentos e sessenta e três mil, esse foi o montante distribuído aos funcionários. Sendo isso muito festejado pela alta administração que queria mostrar que a PL seria uma prática muito comum quando a empresa fosse privatizada (DDdicas, junho/97).

⁴ A figura da mão aberta é usada na propaganda eleitoral da campanha de eleição do Sr. Fernando Henrique Cardoso e cada dedo se referia a um tema: trabalho, segurança, agricultura, saúde e educação.

perguntando sobre a PL e um indivíduo calvo, bem trajado, responde que está na hora-extra das sextas-feiras, reportando-se às festas que a diretoria da empresa promovia, nas quais os empregados participavam vendendo coisas como espetinhos etc. muitas vezes para complementar o salário. A figura vestida de terno fazia uma forte alusão ao presidente da empresa na época.

Depois da privatização, um percurso semântico que se destacou foi o das relações de trabalho. Agora a empresa "tinha" dono e as relações de trabalho eram outras, ninguém era mais funcionário público com estabilidade. Assim novos acordos trabalhistas deveriam ser feitos. A alta administração da empresa afirmava ser o sindicato o culpado dos acordos coletivos não serem assinados, desenvolvendo em seu discurso o tema do sindicato como "o grande mal". O grupo sindical não deixou por menos e criou o tema da empresa como "grande pecadora". Utilizando-se dos sete pecados capitais, um tema religioso, buscou criar uma imagem da Telemar-Minas como a empresa que nada respeita, somente voltada para o lucro. Na concretização dessa estratégia, usou-se para cada pecado uma figura, uma simbologia, um tema (FIG. 19).

A campanha desencadeada pelo sindicato foi muito bem elaborada, colocando efetivamente a empresa como "grande pecadora", grande exploradora do trabalho dos empregados, gananciosa por lucros, arcaica nas relações de trabalho, descomprometida com o Brasil e seu enorme desemprego etc., mostrando que quem verdadeiramente age contra os empregados é a diretoria da empresa, que está tentando acabar com os empregos, com os benefícios conquistados, com o diálogo, e aumentando a exploração das pessoas, demitindo-as e controlando-as. Um outro exemplo desses discursos que buscavam identificar a empresa como a "grande pecadora" aparece na charge do vampiro (FIG. 20). Nessa charge, o vampiro - sugador de sangue dos trabalhadores - conta uma grande quantidade de dinheiro, além disso, ironiza-se o novo lema da *holding*: "trim, trim, trinta e um", que aparece como o barulho da caixa registradora.

A identificação do sindicato como "o grande mal" e da empresa como "a grande pecadora" levaria a um confronto mais direto entre esses dois grupos. Segundo os documentos analisados, o confronto mais direto começou com as propostas da empresa para aprovação no Acordo Coletivo. Objetivando reprovar a proposta da empresa, o grupo sindical criou uma campanha, a campanha do "Seja positivo, diga não" (FIG. 21).

O impasse criado foi aumentando até que, em maio de 1999, ocorreu uma votação em todo o Estado mineiro, em que os empregados sindicalizados foram consultados quanto à aprovação ou reprovação da proposta da empresa:

Resultado Parcial: (SIM) 1.916 x 1.820 (NÃO). Apesar da absurda pressão da Telemar-Minas sobre a categoria, 1.820 trabalhadores disseram NÃO à proposta da empresa. [...] A diferença de 96 votos a favor da empresa, ao mesmo tempo em que representa a insegurança de 1.916 trabalhadores que temem perder seus empregos, representa também a determinação e firmeza de 1.820 trabalhadores que se negam a perder seus direitos, conquistas, dignidade, cidadania e brio. **Nossa homenagem e solidariedade aos trabalhadores que, em meio a tantos que perderam a esperança, mostraram que o medo, a angústia e o estresse não os impediram de manifestar sua independência** (BODIM ESPECIAL, 04/05/1999).

Evidenciando, de certa maneira, um empate, 1.916 trabalhadores aceitaram o que a empresa estaria oferecendo, o que, em última análise, era uma redução dos benefícios conquistados durante a existência da Telemig. Por outro lado, 1.820 empregados disseram "não" à proposta da diretoria, apoiando o sindicato⁵. Em

⁵ Segundo a legislação pertinente, somente com 2/3 dos empregados sindicalizados votando a favor da proposta é que se poderia aprovar o Acordo Coletivo. Legalmente a empresa perdeu. Ainda quando do final da pesquisa, em um "Bodim" de final de outubro, observou-se uma chamada do sindicato para a definição das reivindicações e pauta do Acordo Coletivo 1998/1999/2000.

termos de pleito numérico a empresa tinha ganhado, em termos da legislação vigente o sindicato venceu. Ao final, esses números acabam por significar, de certa forma, uma questão de representatividade dos dois grupos dentro da empresa, de seus valores, de sua visão da empresa e de sua visão de mundo. Representatividade que, para uma nova empresa como a Telemar-Minas, ainda estava sendo discutida ao final desta pesquisa.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho procurou analisar o humor, evidenciado em 20 anos de charges que apareceram nos jornais do sindicato dos trabalhadores em telecomunicação de Minas Gerais - o Sinttel/MG -, enquanto uma estratégia discursiva na construção de uma visão de mundo e de empresa. O uso de humor como estratégia discursiva materializa-se nas charges analisadas, interpenetrando os diversos discursos organizacionais, criando um modo de resistência simbólica como forma de tentar difundir e inculcar aos participantes organizacionais os valores do grupo sindical. Além disso, expõe fraquezas e contradições da visão dominante na empresa ou, até mesmo, expõe o lado obscuro das práticas organizacionais.

O modo pelo qual o grupo do sindicato definiu uma de suas principais estratégias de atuação foi concentrar-se nos desenhos, nas charges. As charges aqui expostas trazem, então, inúmeras representações da vida organizacional, em particular sobre temas e personagens relacionados à Telemig/Telemar-Minas. Contudo, como atores sociais, e não somente organizacionais, o grupo sindical também está mergulhado em "[...] uma encruzilhada de múltiplos componentes de representações advindas de entrecruzamentos de determinações coletivas de várias espécies, como: sociais, econômicas, tecnológicas, de mídia, [...]" (GUATTARI, 1986: 34), promovendo-se uma verdadeira colagem de discursos (CERTEAU, 1990). E isto fica claro nas charges a partir dos anos 90, quando temas mais abrangentes, como a privatização, mesclam-se aos temas internos, como a participação nos lucros.

O estudo das charges como mini-narrativas, pode ser visto como uma forma de expressão-criação de um grupo que buscava desmascarar as estratégias elaboradas pelos atores dominantes, bem como apontar a participação desses atores no processo de transformação da Telemig - empresa pública - em uma empresa privada. O uso das charges como forma criativa de expressão pode ser considerado uma estratégia de resistência. As charges criam mini-narrativas estabelecidas com base em conhecimentos particulares que podem ser de cunho cultural, histórico, social, técnico, burocrático. Assim, nessa forma de humor estaríamos as ações que possibilitariam aos indivíduos tentarem criar sua própria subjetividade, sua singularidade e manterem uma identidade própria.

As charges aqui analisadas não conseguem traduzir com grande exatidão o modo como o grupo sindical realmente via a empresa, os novos proprietários e a nova direção. Mas na sua visão, a alta administração é composta de pessoas que não têm identificação com a ex-Telemig, com a história da empresa. Além do mais, só lhes interessa obter grandes lucros; desrespeitam os empregados, fazendo inúmeras retaliações etc. Para o sindicato, tanto a ex-Telemig como os empregados e o próprio sindicato têm uma história (juntos) de construção da empresa: a "nossa empresa", que se refere agora também à Telemar-Minas. Há um sentido maior nas mini-narrativas: o sindicato e os empregados mesmo sob a dominação das diretorias e gerências, continuariam fazendo seu trabalho, zelando pelo serviço de telefonia, pela ligação entre as pessoas.

Por fim, o humor pode ser usado como uma fonte de pesquisa nos Estudos Organizacionais no sentido dele poder mostrar mais claramente a vida organizacional. Vida construída de paradoxos, ambigüidades e contradições. Várias são as possibilidades quando se prioriza o humor como um objeto de estudo, um exemplo é a sua análise como uma forma de estratégia de ação, uma forma de resistência. Como objeto de estudo pode-se evidenciar as possíveis negociações organizacionais que

advêm de seu uso por determinados atores organizacionais, observando as contradições do poder organizacional formal e informal. Por meio do humor, pode-se ver que o engraçado, o satirizado é, na verdade, a justaposição das incongruências e o reconhecimento das contradições organizacionais, que podem ser recuperadas nos discursos que envolvem o humor, como nas charges estudadas. A investigação do humor, como estratégia de resistência e de controle sugere implicações interessantes e importantes para a construção das relações de poder e dos relacionamentos no contexto dos espaços organizacionais. Deste modo, trabalhar com o humor, produzido nas organizações, pode resultar em uma ferramenta teórica para se compreender melhor como as ambigüidades e os paradoxos estruturam a realidade das empresas e dos atores sociais que as constroem.

REFERÊNCIAS

- ALVESSON, M.. Talking in organizations: managing identity and impressions about an advertising agency. *Organization Studies*, Berlin, v. 15, n. 4, p. 535-563, 1994.
- BOOTH-BUTTERFIELD, S. ; BOOTH-BUTTERFIELD, M. Individual differences in the communication of humorous messages. *Southern Journal of Communication*, v. 56, n. 1, p. 32-40, 1991.
- CARRIERI, A de P. *O fim do "mundo telemig": a transformação das significações culturais em uma empresa de telecomunicações*. Belo Horizonte: UFMG, 2001. (Tese de Doutorado)
- Bodim Especial*, Belo Horizonte: Sinttel, 04/05/1999.
- Bodimfax*, Belo Horizonte: Sinttel, 12/04/1996.
- BOJE, D. M. Stories of the storytelling organization: a postmodern analysis of Disney as "Tamara-Land". *Academy of Management Journal*, Madison, v. 38, n. 4, p. 997-1035, 1995.
- BOURDIEU, P. *Sociologia*. São Paulo: Ática, 1983.
- CAVEDON, N. R.; LENGLER, J. F. B. Desconstruindo temas e estratégias da administração moderna: uma leitura pós-moderna do mundo de Dilbert. In: Encontro Nacional de Programas de Pós-Graduação em Administração, 26, 2002, Salvador. *Anais...* Rio de Janeiro: Anpad, 2002. (CD-rom)
- CERTEAU, M. 1990. *L'invention du quotidien - 1'arts de faire*. Paris: Editions Gallimard.
- COLLINSON, D. L. 'Engineering Humor': masculinity, joking and conflict in shop-floor relations. *Organization Studies*, v. 9, n. 2, p. 181-199, 1988.
- _____. Strategies of resistance. In: Jermier, J.; Knights, D.; Nord, W. (Eds.). *Resistance and Power Organizations..* London: Routledge, 1994. p. 56-72.
- DANDRIDGE, T. C.; MITROFF, I.; JOYCE, W. F. Organizational symbolism: a topic to expand organizational analysis. *Academy of Management Review*, v. 5, n. 1, p. 77-82, 1980.
- DDicas*. Belo Horizonte: Telemig, janeiro-dezembro, 1990 a 1997.
- DONADONE, J. C. Novidades organizacionais e dinâmica social: a formação do guru gerencial brasileiro. *Teoria e Pesquisa*, São Carlos (SP), n. 30-31, p. 29-53, 1999.
- UNCAN, W. J. Humor in management: prospects for administrative research. *Academy of Management Review*, v.7, n. 2, p. 136-142, 1982.

- _____. The superiority theory of humor at work. *Small Group Behaviour*, v. 16, n. 4, p. 556-564, 1985.
- FARIA, A. A. M. Interdiscurso, intradiscurso e leitura. O caso de *Germinal*. In: Mari, H., Machado, I. L. e Mello, R. (Orgs.). *Análise do Discurso: Fundamentos e práticas*. Belo Horizonte: Núcleo de Análise do Discurso, Fale/UFMG, 2001, p. 241-287.
- FIORIN, J. L. *Linguagem e ideologia*. São Paulo: Ática, 1988.
- FREUD, S. *Jokes and their relation to the unconscious*. New York: Basic Books, 1960.
- GALBRAIT, J. K. (Orgs.). *Economia, paz e humor: ensaios*. Rio de Janeiro: Art Nova, 1972.
- GRAHAM, E. E.; PAPA, M. J.; BROOKS, G. P. Functions of humor in conversation: conceptualization and measurement. *Western Journal of Communication*, v. 56, n. 1, p. 161-183, 1992.
- GUATTARI, F. *Micropolítica: cartografia do desejo*. Petrópolis: Vozes, 1986.
- GOUSSEUSKAIA, A. *Mudança na Administração de Tecnologia no Setor de Telecomunicação: Estudo de caso da Telemar-Minas*. Belo Horizonte: UFMG, 2000. (Dissertação de mestrado)
- HATCH, M. J.; Ehrlich, S. B. Spontaneous humour as an indicator of paradox and ambiguity in organizations. *Organization Studies*, v. 14, n. 4, p. 505-526, 1993.
- HARDY, C.; Phillips, N. No joking matter: discursive struggle in the canadian refugee system. *Organization Studies*, v. 20, n. 1, p. 1-24, 1999.
- JONES, C. Foucault, discourse, organization. In: International Conference on Organizational Discourse: Pretexts, Subtexts and Contexts, 3, 1998, London. *Conference Proceedings Book...* London: KMPC, 1998 (CD-rom).
- LINSTEAD, S. 1985 Jokers wild: the importance of humour in the maintenance of organizational culture. *Sociological Review*, v. 33, N. 4, p. 741-767, 1985.
- MALONE, Paul B. III, Humour: a double-edged tool for today's managers? *Academy of Management Review*, v. 5, n. 3, p. 357-360, 1980.
- MAINGUENEAU, D. *Pragmática para o discurso literário*. São Paulo: Martins Fontes, 1996.
- MARSHAK, R. J. A discursive on discourse: redeeming the meaning of talk. In: Grant, D.; Keenoy, T; Oswick, E. (Eds.). *Discourse and Organization*. London: Sage, 1998. p. 15-30.
- MEYER, J. C. Humor in member narratives: uniting and dividing at work. *Western Journal of Communication*, v. 57, n. 12, p.188-208, 1997.
- MORGAN, G. *Imagens da organização*. São Paulo: Atlas, 1996.
- MORRIS, R. N. Cultural analysis through semiotics: Len Norris'cartoons on official bilingualism. *Canadian Review of Sociology and Anthropology*, Toronto, v. 28, n. 2, p. 225-254, 1991.
- MUMBY, D. K; CLAIR R. P. Organizational discourse. In: VAN DIJK (Org.). *Discourse as Social Interaction*. London: Sage. 1997. p. 181-205.
- MUMBY, D. K.; STOHL, C. Power and discourse in organization studies: absence and the dialectic of control. *Discourse & Society*, London, v. 2, n. 3, p. 313-332, 1991.
- O Bode Berra*. Belo Horizonte: Sinttel, 1980 a 1994.

O Bodim Semanal, Belo Horizonte: Sinttel, 1991 a 2000.

OSWICK, C.; KEENOY, T.; GRANT, D. Managerial discourses: words speak louder than actions?. *Journal of Applied Management Studies*, London, v. 6, n. 1, p. 5-12, 1997.

RADCLIFFE-BROWN, A. R. On joking relationships. *Africa*, n. 13, p. 195-210, 1940.

Relatório Anual. Belo Horizonte: Telemig, 1990 até 1992.

RODRIGUES, S. B. *O Chefinho, o Telefone e o Bode*: autoritarismo e mudança cultural no setor de telecomunicações. Belo Horizonte: Cepead/UFMG, 1991. (Tese para concurso de Prof. Titular)

RODRIGUES, S. B.; COLLINSON, D. L. Having fun? Humor as resistance in Brazil. *Organization Studies*, Berlin, v. 16, n. 5, p. 739-768, 1995.

RONWLINSON, M.; Procter, S. Organizational culture and business history. *Organization Studies*, Berlin, v. 20, n. 3, p. 369-396, 1999.

SMIRCICH, C. Concepts of culture and organizational analysis. *Administrative Science Quarterly*, Ithaca, v. 28, n. 3, p. 339-58, 1983.

TRETHEWEY, A. Isn't it ironic: using irony to explore the contradictions of organizational life. *Western Journal of Communication*, v. 63, n. 2, p. 140-167, 1999.

VINTON, K. L. Humor in the workplace: it is more than telling jokes. *Small Group Behavior*, v. 20, n. 2, p. 151-166, 1989.



FIGURA 1: Zizi, a telefonista robô
Fonte: O Bode Berra, outubro/83



FIGURA 2: Zizi, a telefonista e a política das portas abertas
Fonte: O Bode Berra, setembro/87

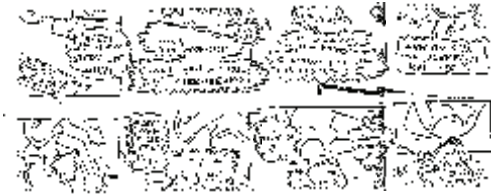


FIGURA 3: Zizi a telefonista
Fonte: O Bode Berra, abril/82



FIGURA 4: O Jeitoso Vaseline
Fonte: O Bode Berra, abril/87



FIGURA 5: O poderoso Chefinho, não basta ser pai
Fonte: O Bode Berra, abril/85



FIGURA 6: Açougue Teleco
Fonte: Bodim, agosto/1991



FIGURA 7: A perereca Marieta e seus conselhos
Fonte: O Bode Berra, agosto/1993



FIGURA 8: 'Quem, eu?' na caverna
Fonte: Bodim, março/1994



FIGURA 9: 'Quem, eu?' e a quebra do monopólio
Fonte: Bodim, maio/1994



FIGURA 17: A PL e a 'hora extra na Sexta'
Fonte: Bodimfax, 12/04/1996



FIGURA 18: 'Quem, eu?' e a torcida contra o Brasil
Fonte: Bodim, junho/1998

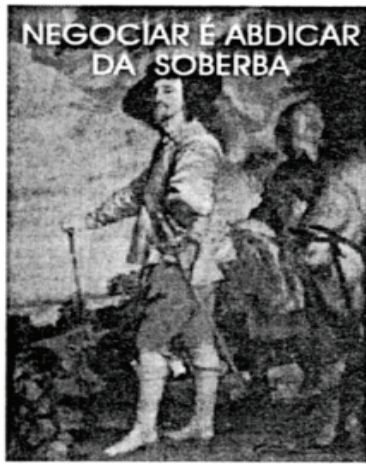


FIGURA 19: Alguns dos sete pecados capitais da TELEMAR-MINAS
Fonte: Bodim, dezembro/1998



FIGURA 20: O vampiro
Fonte: Bodim, junho/1999

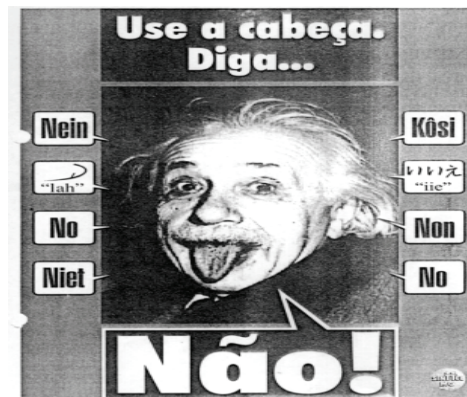


FIGURA 21: Campanha 'Diga não!'
Fonte: Bodim, abril/1999