

Humor como estratégia discursiva: uma análise das charges do jornal sindical Folha Bancária

Daniel Francisco Bastos Monteiro, Gabriel Farias Alves Correia e
Alexandre de Pádua Carrieri

RESUMO

O objetivo do artigo é analisar como o humor enquanto estratégia discursiva em charges é capaz de revelar as práticas do Sindicato dos Bancários de São Paulo. O trabalho se torna relevante a partir da possibilidade de evidenciar práticas de resistência, transgressão ou contradição em organizações por meio de charges veiculadas em seus canais oficiais de comunicação. Adotamos a metodologia qualitativa e analisamos, com base na analítica de poder foucaultiana, cinco charges publicadas no jornal sindical *Folha Bancária*, além de nove reportagens e documentos públicos disponíveis no sítio do sindicato e da Fundação Projeto Travessia. Os resultados sugerem contradições nas práticas do sindicato, revelando incoerências em parcerias com bancos privados, estratégias de sindicalização que enfraquecem as lutas coletivas e a ausência de resultados expressivos em seus canais de denúncias contra o assédio moral.

Palavras-Chave: humor; charges; jornal sindical; estudos organizacionais.

Recebido em: 04/11/2020

Revisado em: 07/07/2021

Aprovado em: 16/07/2021




Humor as a discursive strategy: an analysis of the cartoons from the Folha Bancária union newspaper

ABSTRACT

The aim of the paper is to analyze how humor as a discursive strategy in cartoons is able to reveal the practices of the São Paulo Bank Workers. The work becomes relevant from the possibility of showing practices of resistance, transgression or contradiction in organizations through cartoons published in their official channels of communication. We adopted the qualitative methodology and analyzed, based on Foucault's power analysis, five cartoons published in the *Folha Bancária* union newspaper, in addition to nine reports and public documents available on the website of the union institution and the Fundação Projeto Travessia. The results suggest contradictions in the union's practices, revealing inconsistencies in partnerships with private banks, unionization strategies that weaken collective struggles and the absence of expressive results in its reporting channels against moral harassment.

Keywords: humor; cartoons; union newspaper; organization studies.

Daniel Francisco Bastos Monteiro 

Universidade Federal de Minas Gerais, Brasil
Mestre em Administração,
Universidade Federal de Minas Gerais, Brasil

danielbfmadm@gmail.com

Gabriel Farias Alves Correia 

Universidade Federal de Minas Gerais, Brasil
Doutorando e Mestre em
Administração, Universidade Federal
de Minas Gerais, Brasil

correiafga@gmail.com

Alexandre de Pádua Carrieri 

Universidade Federal de Minas Gerais, Brasil
Doutor em Administração,
Universidade Federal de Minas Gerais, Brasil

alexandre@face.ufmg.br

Introdução

O objetivo desse artigo é analisar como o humor enquanto estratégia discursiva nas charges é capaz de revelar práticas do Sindicato dos Bancários e Financeiros de São Paulo, Osasco e Região (SINBF). Ele se apresenta como resultado de um projeto de pesquisa maior que deu origem a uma dissertação de mestrado. Em todo projeto analisamos o total de quatorze charges, sendo que selecionamos cinco delas no recorte proposto neste artigo, tendo em vista que essas nos possibilitam atender e evidenciar o escopo aqui proposto.

A escolha da charge como objeto de pesquisa se pauta no fato de ela ser, segundo Miani (2016), uma prática discursiva que tem como um dos seus principais elementos constitutivos o humor, sendo esse último importante estratégia de comunicação que expressa e pode até confrontar e resistir ao poder dominante, como pontuado no trabalho precedente de Oliveira e Marques (2012). Além disso, ela deve ser estudada enquanto documento, detentora de uma memória que apresenta significativa importância histórica, podendo, assim, vir a ser utilizada como fonte histórica documental e suporte empírico para compreender as mudanças relacionadas ao mundo do trabalho, ao contexto político, econômico e social de certa época (Miani, 2012).

Comportamentos ou discursos que envolvem o humor podem revelar tanto ou até mais sobre a organização, sua gestão, sua cultura e os seus conflitos do que os dados obtidos por meio de questionários estruturados de coleta de dados (Colisson, 2002). Desse modo, considerar o humor como um fenômeno superficial ou algo a ser ignorado no ambiente organizacional consiste em ignorar e subestimar uma temática de estudo que pode trazer novas visões e possibilidades de análise para as pesquisas referentes à área de Estudos Organizacionais (EOR), principalmente no tocante aos estudos relacionados aos diversos fenômenos organizacionais, como as relações de poder e as ações de resistência (Carrieri, 2004; Oliveira & Marques, 2012).

Dentre as possibilidades de abordagem acerca do humor, optamos por trabalhar com a perspectiva que o compreende como uma possibilidade de crítica social, resistência ou transgressão. Dessa maneira, consideramos que o humor pode exercer um papel desmistificador, haja vista que ele pode ajudar a desmascarar a realidade, captar o indizível, contestar a ordem vigente e desmontar os falsos equilíbrios sociais. Assim, ao escolhermos esta perspectiva, corroboramos o pensamento de Eco (1989), que ao abordar a relação do humor com o conceito de carnaval bakhtiniano, salienta que o humor pode ser uma possibilidade de crítica social e de transgressão ao nos lembrar de que, ao mesmo tempo em que estamos sujeitos a certas leis que nos regulam socialmente, também pode haver razões para não as obedecer.

Enfatizamos a perspectiva teórica que aborda o humor enquanto estratégia discursiva de resistência, tendo em vista que autores como Hardy e Phillips (1999), Carrieri (2004), Kuipers (2011), Adegoju e Oyebode (2015), os quais nos mostram que essa abordagem possui potencial de expressar e refletir os conflitos, as incongruências, as possíveis práticas de resistência

e de poder, tendo potencial de associação ao ambiente social, político e laboral, além de ser evidenciada por meio dos discursos presentes em gêneros humorísticos como a charge.

No tocante ao estudo das relações de poder e das ações de resistência, a partir de uma perspectiva foucaultiana, o tema da resistência está intrinsecamente associado às relações de poder (Foucault, 1985; 2013). No entanto, em relação às pesquisas sobre relações de poder nas organizações, há diferentes abordagens sobre o assunto, por exemplo, a gerencialista, a funcionalista e a analítica de poder foucaultiana. Para fins deste trabalho, nos aproximamos da última, tendo em vista que ela não considera a ideia de dicotomias (legítimo e ilegítimo; dominantes e dominados) ou de que alguém possua ou detenha o poder, visto que o poder deve ser entendido como práticas e relações de poder, que somente existem enquanto uma multiplicidade de pontos de resistência que não estão presos às estruturas, na medida em que tais pontos estão presentes em todo o tecido social (Foucault, 1985).

Na presente pesquisa, que é qualitativa, foram analisadas cinco charges, além da análise de 9 reportagens publicadas no jornal sindical *Folha Bancária* (FB). De modo complementar, analisamos documentos públicos disponíveis no site institucional do SINBF e da Fundação Projeto Travessia (FPT). A partir da analítica de poder foucaultiana, analisamos “como” e “por que” determinados enunciados e discursos se manifestam em detrimento de outros. Chegamos a dois percursos semânticos: as estratégias internas do sindicato e a representação sindical. Os resultados sugerem contradições nas práticas da instituição, revelando parcerias com empresas nas quais deveria criticar, haja vista representar os interesses dos trabalhadores; estratégias de sindicalização que enfraquecem as lutas coletivas e a ausência de resultados expressivos em seus canais de denúncias.

Finalmente, o texto se divide em cinco seções, incluindo essa introdução. Na segunda, realizamos a revisão teórica abarcando diretrizes sobre o humor e sobre a charge como estratégia discursiva. Na terceira seção, tecemos os apontamentos metodológicos para, em seguida, apresentarmos os dados e discutirmos os resultados. Finalizamos o artigo explanando nossas considerações finais.

Direcionamentos teóricos

Breves apontamentos sobre o humor e as pesquisas organizacionais

A literatura acerca do humor não apresenta definições canônicas, sendo possível estabelecermos apontamentos que indiquem a inexistência de uma teoria unívoca para o tema, haja vista que se trata de uma temática ampla, complexa e não perene ao longo da história (Saliba, 2017). Além disso, de acordo com Ottoni (2007), as pesquisas relacionadas ao humor se intensificaram no Brasil a partir dos anos 1990, com a publicação de livros e

elaboração de teses, dissertações e artigos. Para esta autora, o crescimento e a legitimação do humor enquanto campo de pesquisa está associado em parte à sua transformação em bem econômico, que contribuiu para a sua mercantilização e transformação em produto, tornando-o, assim, um tema mais atrativo e interessante não apenas para os veículos de comunicação, mas também para a sociedade.

Considerando a temática humorística, cabe situá-la historicamente. Burke (2000) considera que para trabalhar o humor é preciso considerar seu caráter sócio-histórico, já que o termo apresentou mudanças no decorrer da história. Silva (2012) complementa que esse termo varia de acordo com a sociedade e a época, e por isso tem apresentado diferentes significados e funções ao longo da história. O autor expõe que a origem do termo “humor” remete à Península dos Balcãs, na Grécia Antiga, e se referia às substâncias líquidas que circulam no corpo (sangue, fleuma, bílis amarela e bílis negra), que correspondiam, respectivamente, aos temperamentos sanguíneo, fleumático, colérico e melancólico. Atrelado a isso, ainda segundo o autor, em seus primórdios, o humor também era associado ao termo *pathos*, que possuía conotação médica (enfermidade, patologia) e retórica (uma das três partes da retórica grega), sendo que essa vinculação se enfraqueceu a partir do início do século XVI na Europa Central, período em que o termo passa a ser relacionado também à disposição particular e ao estado de alma momentâneo.

Possenti (2010) nos ajuda a compreender a partir de uma analogia com o campo da literatura, na qual propõe que o humor também pode ser considerado um campo discursivo. Isso porque o discurso humorístico, assim como o literário, apresenta diferentes gêneros, aborda qualquer assunto, tem a sua ordem discursiva e, por conseguinte, o seu conjunto de regras que regulamentam e organizam a sua circulação e as suas produções discursivas, do mesmo modo que se trata de um campo bastante heterogêneo no que diz respeito às abordagens teóricas. Pires (2014) complementa que o campo discursivo do humor concede ao pesquisador vários recursos cognitivos, dados empíricos e analíticos que são singulares, da mesma forma que o permite ter acesso a um discurso que se relaciona de maneira peculiar com a estrutura social, política e cultural que o circunda.

Tonelli e Zambaldi (2019) chamaram atenção sobre trabalhos que possuem o humor como objeto de estudo, apresentando, de forma geral, diversas possibilidades de bem-estar, de controle, mas também de resistência, reafirmando a riqueza que compõe a temática que pode ser ainda mais explorada nos Estudos Organizacionais. Partimos ainda das contribuições já consolidadas de Westwood e Johnston (2011) para mapearmos os estudos que relacionavam o humor e as organizações. Segundo eles, os primeiros trabalhos não possuíam caráter funcionalista, visto que consideravam o humor como uma válvula de escape, que era utilizada pelos trabalhadores para lidar com a rotina entediante decorrente da burocracia e dos processos industrializados. Essa perspectiva foi abordada anteriormente por diversos autores (Taylor & Bain, 2003), sendo o estudo publicado por Collinson (1988) um dos primeiros a ter destaque por considerar que o humor nas organizações poderia assumir a forma de resistência.

Carrieri (2004) nos apresenta a existência de duas principais linhas de pesquisas sobre humor na área de Estudos Organizacionais: a perspectiva funcionalista e a perspectiva crítica. A funcionalista o trata como ferramenta de controle gerencial, intencionando comunicar os valores da organização de uma forma sutil e divertida, como fora desenvolvido recentemente em trabalhos como os de Vivona (2014), Weaver e Mora (2016) e Andrade, Araújo e Souza (2017). A segunda perspectiva abordada por Carrieri (2004) parte de uma leitura crítica acerca do humor, na medida em que é considerado uma estratégia de resistência dos trabalhadores, principalmente em relação aos controles implementados em grande parte das organizações, como desenvolveram Medeiros e Alcadipani (2016), Valadão, Medeiros e Teixeira (2017) e Alcadipani, Hassard e Islam (2018).

Ademais, Rodrigues e Collinson (1995) ressaltam que, por meio do humor, as ambiguidades, incoerências e paradoxos associados ao contexto organizacional tornam-se mais claras e evidentes. Todavia, segundo Weick e Westley (2004), apesar deste potencial do humor em gerar desordens, desfigurar e expor as tensões e as contradições do ambiente organizacional, ele não ameaça a ordem vigente da organização, tendo em vista que não há mudanças profundas no que se refere ao *modus operandi* e ao *status quo* organizacional. Dentre as inúmeras formas de se analisar o humor nas organizações a partir de um enfoque crítico, uma das possibilidades é a análise do gênero humorístico charge, conforme contribuições de Collinson e Rodrigues (1995), Carrieri (2004), Pena, Saraiva, Silva e Lage (2017) e Vidal Maia e Matias (2018). Nesse sentido, abordaremos as contribuições teóricas relacionadas à temática no próximo tópico.

A Charge enquanto produto comunicativo e estratégia discursiva

A etimologia do termo charge remete ao francês *charger* – que significa carregar, exagerar ou carga, constituindo gênero textual, visual e ilustrativo, que busca focalizar uma determinada realidade, geralmente política, e sintetizar o fato (Gurgel, 2004). Segundo Cerrada (2011), a charge é considerada uma das modalidades de humor gráfico, assim como o cartum, a história em quadrinhos, a caricatura e as tiras cômicas.

Para Travaglia (2015), a charge pode ser classificada como um gênero discursivo humorístico, visto que os seus conteúdos são essencialmente vinculados ao humor (ou à ironia, sátira e sarcasmo). No entanto, segundo Gonçalves (2017), apesar de a charge ser entendida como um gênero humorístico, seria pertinente considerá-la também como um gênero crítico, que produz distintos efeitos de sentido, sendo o humor um deles.

Segundo Oliveira e Marques (2012), a charge enquanto prática discursiva cria mininarrativas e, com isso, articula discursos que são pautados em um viés crítico acerca de questões que não se restringem apenas a aspectos atrelados ao contexto organizacional – conflitos entre capital e trabalho –, mas também relacionados a questões sociais, políticas e culturais que se manifestam no âmbito social. Nesse sentido, à luz da concepção foucaultiana sobre a prática discursiva, a charge não consiste apenas em

uma representação humorística que expressa críticas, pensamentos ou ironias, visto que também produz ou reproduz enunciados que estão inseridos em um jogo enunciativo e relacionados a outros dispositivos de poder, por exemplo, o Sindicato, o governo e as instituições bancárias.

Deste modo, os enunciados extraídos das charges não são livres, neutros ou independentes, pois, como ressalta Foucault (2007, p. 110), “um enunciado tem sempre margens povoadas de outros enunciados”. Outro aspecto importante também abordado por esse autor refere-se à questão de que o enunciado não é prontamente visível, mas também não é oculto, ou seja, o enunciado é, ao mesmo tempo, não visível e não oculto.

Neste sentido, a identificação dos enunciados na charge não deve se pautar na interpretação de palavras, frases ou proposições, tendo em vista que, conforme mencionado anteriormente, a formação de um enunciado está associada a aspectos que vão além da linguagem. Dessa maneira, segundo Deleuze (1991), os enunciados se tornarão visíveis a partir do momento que consigamos adentrar em suas condições extrativas ou formação histórica, uma vez que o que pode ser dito ou não em determinada época está associado a determinadas condições de existência histórica.

No que se refere às características da charge, é possível pontuarmos sua composição sincrética e multimodal, isto é, ela apresenta a linguagem verbal e visual como constituintes de seu conteúdo (Tomazi, 2011). No tocante aos textos presentes na charge, esses podem, segundo contribuições prévias de Motta (2006), exercer um papel de ancoragem e guia de leitura para os leitores, tendo em vista que a função deles é ajudar na compreensão da representação imagética. Em relação à linguagem visual, segundo Silva Júnior e Silva (2021), ela é fundamental para a consolidação da charge enquanto produto comunicativo que produza efeito e seja acolhido pelos leitores, na medida em que os recursos verbais, de forma isolada, não seriam suficientes para alcançar tais objetivos.

Conforme aporte de Silva (2017), embora as linguagens verbal e visual presentes na charge possam parecer, em um primeiro momento, ingênuas e despreziosas, na verdade, elas podem significar uma ferramenta de conscientização, denúncia, reflexão e alerta. Isso porque, para a autora, ao mesmo tempo em que tais linguagens divertem, informam e ilustram, elas também refletem um posicionamento crítico e de confronto de opiniões a respeito da organização social, dos arranjos políticos e da disputa de poder.

Importante salientar que a interpretação da charge demanda do leitor uma memória discursiva acerca dos fatos ocorridos, bem como conhecimento das condições de produção atreladas a ela, pois são tais aspectos que farão com que “[...] sejam acionadas leituras que tornem possível recuperar o(s) sentidos do texto com o qual a charge dialoga” (Souza, 2015, p. 72). Atrelado a isso, Possenti (2010), ao pesquisar sobre a relação dos textos humorísticos com o conceito de acontecimento foucaultiano – que, sucintamente, consiste em uma irrupção histórica de caráter singular –, assinala que o conteúdo das charges retrata acontecimentos visíveis do cotidiano e de curta duração (datados), assim como o fato de que os enunciados da charge podem se repetir, o que não é válido para os acontecimentos, uma vez que esses são singulares e únicos.

Tomazi (2011) ressalta que a charge consiste em um gênero discursivo que é necessariamente polifônico e dialógico, tendo em vista que os seus discursos são compostos por miscelâneas de vozes e pelo diálogo com outros discursos, o que reflete a sua intertextualidade. Somado a isso, a despeito de a charge ser um documento elaborado e assinado pelo chargista, os enunciados e os discursos que se manifestam nesse documento não se restringem somente ao seu posicionamento individual, pois, conforme salienta Fischer (2001, p. 9), “ao analisar um discurso, mesmo que o documento considerado seja a reprodução de um simples ato de fala individual (...), ele é ao mesmo tempo falante e falado, porque através dele outros ditos se dizem”. Associado a isso, para Foucault (2007), todo enunciado supõe formas/campo de coexistência ou campo de presença, no qual há uma correlação de diferentes enunciados relacionados a determinado discurso, que se apoiam se complementam e se distinguem em suas margens.

O humor é um dos principais elementos por meio dos quais a charge se estrutura, estabelece a sua crítica, expõe o tom jocoso, irônico e satírico em relação aos acontecimentos ou ações específicas, assim como às mudanças ocorridas no mundo do trabalho (Tomazi, 2011; Santos & Miani, 2015). Para mais, Godioli e Pedrazzini (2019) sustentam que o humor presente na charge não se restringe a um elemento que suscita apenas o riso, uma vez que ele também tem a função de ser um gatilho para a reflexão, crítica social, transgressão ou resistência ao descortinar e revelar os antagonismos presentes em fatos e acontecimentos.

Nesta seara, Possenti (2020) destaca que o humor presente nas charges pode ser mobilizado no sentido de apresentar críticas acerca de determinados acontecimentos estando a sua peculiaridade mais associada à forma de como ele transmite a mensagem do que ao conteúdo abordado. Assim, ainda na perspectiva deste autor, o humor retoma a fatos (conteúdo) que já são conhecidos no cotidiano das pessoas, mas é por meio de uma linguagem díspar (forma), que exagera e intensifica, como a metáfora e a caricatura, que ele transparece a sua peculiaridade, inventividade e produz o efeito de humor.

Outra característica relevante da charge refere-se à presença de algumas figuras de linguagem em seu conteúdo, que funcionam como gatilho humorístico ou mecanismos de raciocínio e cognição-discursiva, como a metáfora. Motta (2006) enfatiza a importância do potencial sintetizador, comunicativo e persuasivo da metáfora, que auxilia o leitor a compreender os discursos e assuntos abordados em representações humorísticas de maneira mais fácil e ágil. Além disso, o historiador da arte Gombrich (1999), em seu clássico texto *O arsenal do cartunista*, destaca a importância desta figura de linguagem no processo de tradução da realidade ou condensação de uma ideia complexa por parte do cartunista (chargista) para a representação imagética, da mesma forma que ressalta que ela não necessariamente está atrelada somente a linguagem verbal, visto que a metáfora também pode estar associada à imagem.

É válido ressaltar também que a charge apresenta uma relevante função social, haja vista que o seu propósito não equivale apenas em ser uma representação humorística com potencial de distração por meio de seu

aspecto imagético, como também expor críticas, alertar, denunciar, contestar e gerar reflexão e conscientização das pessoas em relação a diversos temas (Miani, 2016; Godioli & Pedrazzini, 2019).

Miani (2012) faz uma importante observação ao dizer que apesar de a charge ser uma representação humorística de caráter temporário, ou seja, que com o passar do tempo os fatos aos quais ela se refere serão esquecidos pela nossa memória social ou individual, não significa que a memória histórica deste gênero humorístico não seja preservada. Nesse sentido, as charges podem ser utilizadas como fontes históricas e suportes empíricos para compreendermos as mudanças relacionadas ao mundo do trabalho, ao contexto político, econômico e social de certa época, da mesma forma que podem ser consideradas como “(...) verdadeiros documentos de uma ‘outra’ história organizacional”, conforme já havia pontuado Carrieri (2004, p. 33).

Percurso metodológico

Partindo do objetivo de analisar como o humor enquanto estratégia discursiva na charge é capaz de revelar práticas do Sindicato dos Bancários de São Paulo, adotamos os procedimentos teórico-metodológicos de cunho qualitativo. O projeto de pesquisa que deu origem a esse trabalho foi constituído por três *corpora* de pesquisa. O primeiro composto por 14 charges que foram publicadas no jornal FB, vinculado ao SINBF, o segundo formado por 30 reportagens publicadas na FB e o terceiro por dados provenientes do site institucional da FPT.

A escolha destes três *corpora* foi embasada na perspectiva defendida por Possenti (2010), que afirma que a charge, em geral, não consiste em uma representação humorística isolada, haja vista que está relacionada e contextualizada com parte do conteúdo presente no espaço discursivo na qual é publicada. Dessa maneira, para esse mesmo autor, para que a compreensão e a análise da charge não sejam rasas e restritas, é importante que haja um olhar analítico que vai além do seu conteúdo imagético-verbal, em que se busque identificar e problematizar tanto os fatos aos quais faz referência como as circunstâncias em que ocorreram.

Os dados foram coletados a partir do site institucional do SINBF, especificamente o Centro de Documentação Histórica do Sindicato Digital (CEDOC), e da FPT. O banco de dados possuía charges de 2005 a 2017 e jornais da FB de 2012 a 2017. Diante disso, optamos por estabelecer o primeiro recorte, que consistiu em analisarmos somente as charges que estivessem dentro do recorte temporal da FB. A presente decisão está calcada no fato de que a análise dos dados não se restringiria somente à charge, uma vez que o conteúdo do jornal também seria analisado, abrangendo tanto a edição em que a charge foi publicada como edições anteriores ou posteriores.

Realizamos um segundo recorte que consistiu em identificar o conjunto de temas que foram mais recorrentes nas charges e, posteriormente, agrupá-los em percursos semânticos. Chegamos a três percursos: estratégias internas do sindicato, representação sindical e medidas governamentais. O primeiro

engloba temas como a divulgação da agenda sindical, práticas institucionais e sociais associadas à concepção de sindicato cidadão e campanhas de incentivo a sindicalização por meio da divulgação de serviços e benefícios oferecidos aos filiados, entre outros. Já o segundo percurso aborda temas relacionados à terceirização e à privatização, como projetos de lei ou ações do governo federal, sejam relacionadas ao setor bancário ou não. Por fim, o último percurso abrange temas relacionados às condições de trabalho e às Campanhas Nacionais Unificadas, sendo essas organizadas pelo SINBF em parceria com os demais sindicatos bancários.

Para atingir o objetivo proposto nesse artigo, nos debruçamos sobre os dois primeiros percursos, envolvendo os temas mais abordados, como “sindicato cidadão” e “incentivo à sindicalização”, ambos do primeiro percurso semântico, e “negociações coletivas” do segundo. Utilizamos como critérios para a escolha desses percursos a riqueza do conteúdo em relação aos temas abordados e a capacidade de contribuir, satisfatoriamente, para o objetivo aqui proposto. Assim, mantivemos a análise de nove as reportagens da FB e parte dos dados da FPT, bem como optamos por trabalhar com cinco charges.

Quadro 1. Relação dos documentos do *corpora*

Tipo de documento	Fonte de pesquisa
Charge	Site institucional do sindicato: Centro de Documentação Histórica do Sindicato Digital
Reportagens do Jornal Folha Bancária	Site institucional do sindicato: Centro de Documentação Histórica do Sindicato Digital
Informações da Fundação Projeto Travessia	Site institucional da Fundação
Canal de denúncias de assédio moral “Assuma o controle”	Site institucional do sindicato

Fonte: Elaborado pelos autores

Adotamos uma analítica de pesquisa que nos permitiu desenvolver um conjunto de procedimentos e de estratégias de investigação. A construção dessa analítica foi pautada, de modo geral, em fundamentos teóricos utilizados por Michel Foucault em suas obras, mais especificamente, aqueles relacionados à teoria do discurso e à analítica de poder foucaultiana. Assim, não analisamos o discurso tendo como base os aspectos linguísticos e os elementos puramente lógicos e formais que o compõe, buscando, conforme Foucault (2007), as “condições de emergência” de cada discurso, não com o intento de identificar os aspectos determinantes de um dado discurso, mas no sentido de responder “como” e “por que” algumas práticas institucionais e políticas, culturais, econômicas e sociais estão relacionadas às suas condições de produção.

Nosso gatilho de análise consistiu na leitura e análise prévia dos elementos imagéticos e verbais das charges, como a caricatura, os personagens e as figuras de linguagem (metáfora; ironia), visando identificar possíveis diálogos com o conteúdo do jornal em que foi publicada ou em edições anteriores e/ou posteriores. Posteriormente, analisamos os enunciados possíveis de serem extraídos a partir do desdobrar das charges.

Em outras palavras, tendo como referência Deleuze (1991), o processo analítico aplicado incide em “rachar” e desmontar o nosso corpus (charge) de pesquisa, no sentido de ir ao encontro das “condições que as abre” e as “condições extrativas” de cada enunciado e visibilidade, não nos esquecendo de que isso somente é possível se identificarmos os mecanismos de poder e as possíveis ações de resistência às quais esse corpus está relacionado. Além disso, este mesmo autor ressalta que tal processo analítico é importante, na medida em que os enunciados não estão inteiramente visíveis e nem ocultos, sendo preciso, assim, que a análise não se fundamente apenas no que está lógico ou evidente, como as palavras, frases e objetos.

Desdobrando as charges

A partir da representação das charges humorísticas, buscamos apresentar as incoerências evidenciadas nas práticas do SINBF por meio de dois percursos semânticos: as estratégias internas do sindicato e a representação sindical. Exploramos, aqui, as charges não apenas como uma representação gráfica, mas também com uma fonte documental histórica e uma prática discursiva que permite abordar temas e acontecimentos de forma peculiar quando comparada a outras fontes.

Estratégias internas do sindicato: sindicato cidadão e o incentivo à sindicalização

A compreensão da ideia de sindicato cidadão demanda um entendimento sobre a conjuntura política e econômica brasileira durante a década de 1990, sendo essa marcada pelo processo de globalização e o avanço do neoliberalismo, que implicaram transformações significativas para a sociedade e para a relação capital e trabalho, de acordo com Oliveira (2002). Tendo em vista esse cenário, várias foram as consequências negativas para os trabalhadores, como a precarização e a flexibilização do trabalho e o aumento do desemprego.

De acordo com Miani (2016), as transformações ocorridas no período histórico dos anos 1990 também trouxeram efeitos para o campo da ação sindical, uma vez que os sindicatos, principalmente os filiados à Central Única dos Trabalhadores (CUT), perderam o poder de barganha e a potencialidade de conseguir negociações coletivas favoráveis aos trabalhadores, assim como de obter êxito na luta por melhores salários, condições de trabalho e manutenção do emprego. O foco das ações sindicais, conforme pontuado por Oliveira (2002, p. 11), deixou de ser pautado em uma postura combativa, na medida em que os sindicatos passaram a adotar uma estratégia de ação mais defensiva ou propositiva, em que, gradativamente, passaram a incorporar uma agenda com temas que estivessem alinhados às questões sociais e aos direitos civis, como “(...) indicadores sociais (condições de saúde, educação, trabalho infantil, etc.); promover políticas públicas locais de potencialização do desenvolvimento regional, articular formas de pressão junto aos governos estadual e federal”.

Neste sentido, para Oliveira (2002), o espaço local e regional se torna um campo de possibilidades para a ação sindical em detrimento do espaço nacional, que antes era o mais explorado. Assim, as entidades sindicais direcionaram seus trabalhos para o contexto municipal e buscaram efetivar parcerias com Organizações não Governamentais (ONG's), empresários e outros atores sociais. Ou seja, os sindicatos tiveram que se adaptar ao cenário adverso proveniente da expansão neoliberal e pela conjuntura política brasileira, modificando o foco de suas ações e adotando uma agenda calcada no discurso da cidadania. Uma vez delineada essa breve explicação sobre o contexto histórico que serviu de base para a emergência da concepção de sindicato cidadão, apresentamos a Charge 1:



Figura 1: Charge 1

Fonte: Folha Bancária – Edição: 5776, junho de 2014.

Ao realizarmos a análise da representação chárstica da figura 1, é possível observarmos que o diálogo entre os dois personagens é decisivo para a compreensão da estratégia discursiva utilizada pelo chargista. Assim, como pontuado por Motta (2006), o texto em uma charge tanto exerce a função de ancoragem em relação às imagens presentes nela, como de complemento e revezamento, visto que seria mais complicado para o leitor compreender a arte gráfica sem as mensagens verbais.

Outro aspecto importante consiste na utilização de uma metáfora verbal por meio da expressão “alma leve”. Dizer que está com a “alma leve” corresponde, no saber social e popular, a estar com a consciência tranquila ou em paz em relação a alguma ação que foi feita ou não. Se pensarmos de outra forma, tal expressão significa também a antítese de alma pesada ou consciência pesada. Desse modo, para Possenti (2020), o uso da metáfora em charges visa intensificar o potencial sintetizador dessa figura de linguagem, que retoma a fatos (conteúdo) que já são conhecidos no cotidiano das pessoas e transparece a sua peculiaridade, inventividade e produz o efeito de humor.

O chargista, ao associar o fato de o bancário doar a restituição do imposto para a FPT, que tem como principal mantenedor o SINBF; logo, há um fator de cunho psicológico, que tem por objetivo propor ao bancário uma reflexão que está ancorada em um apelo emocional. Isto fica ainda mais evidente ao lermos a mensagem verbal localizada e destacada no canto direito do segundo quadrante da charge, espaço no qual é enfatizado o propósito para qual a doação do imposto é direcionado, isto é, ajudar “(...) milhares de crianças a ter um futuro melhor!”.

Desse modo, a estratégia de persuasão da Charge 1 buscou envolver emocionalmente o leitor por meio de uma mininarrativa cidadã e social, que suscitasse nele a consciência do bem comum, ou seja, que despertasse no bancário o desejo de doar o valor do imposto para um projeto social em detrimento de seus interesses particulares. Tal questão corrobora com a leitura de Oliveira e Marques (2012), que considera que a charge enquanto prática discursiva pode criar mininarrativas relacionadas às questões que não estejam restritas a aspectos do contexto organizacional, como as de cunho social.

Realizada a leitura e análise dos elementos verbais e imagéticos da Charge 1, a seguir direcionamos nosso olhar analítico para alguns dos enunciados (práticas discursivas) que foram possíveis de serem extraídos a partir do desdobrar da charge. O primeiro aspecto que vale a pena ser considerado relaciona-se aos enunciados associados ao discurso do sindicalismo cidadão, como o tema dos direitos civis e da cidadania, que estão presentes na figura. Nesse sentido, a partir da concepção de Foucault (2007) sobre enunciado, é possível observar que os enunciados desta charge apresentam como condição de emergência a construção histórica do conceito de sindicato cidadão. Desse modo, a charge tanto produz como reproduz enunciados, os quais não são livres, neutros e independentes, haja vista a relação deles com outros enunciados.

Além disso, ao desdobrarmos a charge e analisarmos algumas reportagens das edições da FB (números: 5775; 5776; 5777; 5778), foi possível observar que a FB consiste em um dispositivo midiático que exerce um papel importante na difusão das ações e dos posicionamentos políticos defendidos pelo Sindicato no que tange às questões envolvendo a ideia de sindicato cidadão. Isto porque o discurso do sindicalismo cidadão foi amplamente abordado, discutido e legitimado por atores ligados ao Sindicato e profissionais da área acadêmica e filantrópica ao longo das edições citadas da FB. Tais abordagens ocorreram por meio da Charge 1, aqui analisada, além de reportagens de capa e matérias que traziam detalhes acerca dos projetos e dos propósitos da FPT, da mesma forma que destacavam a possibilidade de doação do imposto sindical por parte do bancário para essa instituição filantrópica. Dessa maneira, tal constatação corrobora as observações pontuadas por Miani (2016), que ressalta o fato de a imprensa sindical ter sido propagadora das mudanças do movimento sindical rumo ao sindicalismo cidadão.

É interessante pontuarmos, por outro lado, que a FPT foi fundada em 1995, período que coincide com a condição histórica de emergência da concepção de sindicato cidadão. Essa instituição filantrópica atua como um braço social do Sindicato, haja vista que está voltada para a formulação e execução de ações que estejam sintonizadas com políticas sociais e o exercício da cidadania, tendo como missão “Defender e promover a garantia de direitos de crianças e adolescentes em situação de risco, visando à melhoria da qualidade de vida e ao exercício da cidadania”¹. Sendo assim, a Fundação pode ser considerada um desdobramento do discurso de cidadania e, por conseguinte, da adoção de uma agenda mais propositiva e social do SINBF a partir da década de 1990.

1 Este trecho consta no tópico “missão” do site institucional do Projeto Travessia. Disponível em: <<http://www.travessia.org.br/missao.html>>. Recuperado em 04 novembro, 2020.

A criação da Fundação abrange uma questão conflituosa que não está visível nos enunciados do Sindicato presentes nas charges e no jornal FB, sendo tal ponto evidente no site institucional da FPT, mais precisamente no tópico em que é apresentado o seu histórico. Nesse sentido, a criação da entidade contou com investimentos provindos de alguns bancos privados e isso implica um conflito de interesse, tendo em vista que o SINBF efetivou parcerias com instituições bancárias na quais ele está em constante defronte, seja por conta de negociações trabalhistas ou pela luta dos interesses da categoria bancária. Ademais, o fato de o Sindicato agir em parceria com os bancos não apenas suscita algumas dúvidas e inquietações em relação à possibilidade de ter sido cooptado pelos interesses dessas empresas, do mesmo modo que evidencia uma incongruência no discurso e na prática do Sindicato, o qual, em tese, deveria lutar contra os interesses dos bancos, mas opta por se tornar parceira deles.

Considerando a questão supracitada, realizamos uma pesquisa no site institucional da Fundação e foi possível identificar que três bancos (Bradesco; Bank Boston; Fibra) participaram como instituidores da FPT, em conjunto com o SINBF e outras instituições, como o Sindicato dos Metalúrgicos do ABC. Outro dado relevante foi obtido por meio da análise dos balanços patrimoniais (2006 a 2016)² da instituição. A informação consiste no fato de que os instituidores, acrescido do Itaú, atuaram como mantenedores financeiros da instituição filantrópica até meados de 2007, com exceção do banco Fibra, que se manteve parceiro até 2012. A doação de cada banco era no valor de R\$ 360.000,00 por ano, fora o banco Fibra, que apresentou doações com valores variados ao longo dos anos, chegando ao máximo de R\$ 60.000,00. Além do mais, à medida que os bancos foram deixando de contribuir financeiramente com a Fundação, a partir de 2008, o percentual de recursos financeiros provindos do SINBF apresentou elevação significativa, conforme apresentado no Quadro 1.

Tabela 1: Recursos investidos pelo sindicato no Projeto Travessia

Bancos	Sindicato	Ano
R\$ 747.500,00	R\$ 120.000,00	2006
R\$ 765.000,00	R\$ 120.000,00	2007
R\$ 60.000,00	R\$ 530.683,00	2008
R\$ 60.000,00	R\$ 840.000,00	2009
R\$ 60.000,00	R\$ 740.000,00	2010
R\$ 60.000,00	R\$ 520.000,00	2011
R\$ 10.000,00	R\$ 540.000,00	2012
R\$ 0,00	R\$ 580.000,00	2013
R\$ 0,00	R\$ 1.557.000,00	2014
R\$ 0,00	R\$ 647.610,90	2015
R\$ 0,00	R\$ 650.000,00	2016

Fonte: Balanços patrimoniais – Fundação Projeto Travessia.

2 Os balanços patrimoniais da Fundação Projeto Travessia estão disponíveis em seu site institucional. Disponível em: <<http://www.travessia.org.br/prestacoes-de-contas-balanco.html>>. Recuperado em 04 novembro, 2020.

Vale ressaltar também que a partir das análises documentais realizadas, foi possível evidenciar que a campanha realizada pelo SINBF, em prol da doação do imposto sindical para o Projeto Travessia, teve início no mesmo ano em que a Fundação deixou de receber recursos providos dos bancos, ou seja, o ano de 2013. Desse modo, um dos aspectos relacionados à condição de emergência dessa campanha está associado ao fim da parceria com as instituições bancárias, que teve como uma de suas principais implicações a queda na arrecadação de recursos financeiros para a manutenção da Fundação.

Uma vez delineada a nossa análise em torno das questões envolvendo a temática do sindicato cidadão, apresentamos, a seguir, as estratégias relacionadas ao incentivo à sindicalização, demonstrando como o sindicato é apresentado como um prestador de serviços aos filiados.

Segundo Junckes (2009), as transformações provenientes da reestruturação do sistema financeiro durante a década 1990 contribuíram para o estabelecimento de uma dinâmica de trabalho pautada na competição e no estímulo a comportamentos individualistas, tendo isso implicado mudança de perfil do bancário, uma vez que passou a se exigir um funcionário multifuncional, polivalente e que estivesse focado no cumprimento das metas e resultados estipulados pelos bancos.

Diante das mudanças supracitadas, os sindicatos bancários precisaram se adaptar à nova conjuntura do setor e estabelecer novas frentes de ação, visando garantir a manutenção e o aumento da taxa de sindicalização, assim como a representatividade perante a categoria, conforme discussão de Colombi e Krein (2016). Ainda segundo tais autores, uma das táticas adotadas pelo SINBF consistiu na ampliação dos serviços oferecidos aos filiados, com o intuito de responder aos anseios e demandas de parte dos trabalhadores, como também tornar o Sindicato mais atrativo e, conseqüentemente, servir de motivador para adesão de novos filiados.

Ante o exposto, a Charge 2 ilustra claramente essa questão ao abordar em sua mininarrativa a oferta de cursos oferecidos pelo SINBF aos sindicalizados. Ademais, cabe destacar que a charge faz parte da série intitulada “Motivos para se sindicalizar”, que foi publicada na FB (edições: 5653; 5654).



Figura 2: Charge 2

Fonte: Folha Bancária – Edição 5653, maio de 2013.

A ideia central da Charge 2 consiste em divulgar cursos oferecidos pelo Sindicato e, concomitantemente, conceder destaque à questão de que os sindicalizados podem usufruir de descontos ao realizarem tais cursos, sendo isso evidente no diálogo do segundo quadrante em que o personagem que faz o papel de bancário diz: “Que nada! Sou sindicalizado e pago bem mais barato”. Além disso, está explícita a utilização de uma estratégia argumentativa que tem como fator motivador e de convencimento para a filiação do bancário a lógica do consumo de serviços subsidiados pelo Sindicato.

No entanto, como apontam Colombi e Krein (2016), apesar de este tipo de estratégia ser um caminho interessante no que tange tornar a filiação ao Sindicato mais atrativa, ela também implica um terreno fértil para a construção de uma relação entre Sindicato e sindicalizado que seja calcada no atendimento a demandas individuais e obtenção de descontos em detrimento da abordagem de questões relacionadas às necessidades coletivas da categoria. Assim sendo, a mininarrativa da charge 2 produz (visível) e reproduz (oculto) o enunciado que emerge a partir das condições históricas que geraram mudanças no *modus operandi* das instituições bancárias e, conseqüentemente, no perfil dos bancários, bem como na estratégia de relacionamento dos sindicatos com a categoria. Temos, assim, à luz da teoria de Foucault (2007), um jogo enunciativo que envolve o Sindicato e as instituições bancárias, que se tornaram visíveis a partir do momento que nos debruçamos em suas condições extrativas ou formação histórica, como nos ensinou Deleuze (1991).



Figura 3: Charge 3

Fonte: Folha Bancária – Edição 5654, maio de 2013.

No que concerne à Charge 3, que também faz parte da série “Motivos para se sindicalizar”, a abordagem gira em torno do serviço “Café dos Bancários”. A mininarrativa da charge aborda alguns dos serviços oferecidos pelo Café, como música ao vivo, além de ressaltar a qualidade do local e, claro, mencionar o fato de que o bancário sindicalizado possui desconto³. Tais aspectos citados também são enfatizados na matéria publicada na mesma edição da FB em que a charge foi publicada. Por fim, no último quadrante da charge, os personagens associam o fato de poder usufruir dos serviços do Café e ainda terem desconto ao pagarem a conta com a ideia de que

³ O desconto para bancário sindicalizado que é mencionado na charge é de 20%, mas, em 2018, o percentual praticado é de 10%, conforme consta no site do sindicato

ser sindicalizado é uma boa opção, lembrando que qualquer bancário pode frequentar o Café, mas somente os sindicalizados recebem o desconto.

De outro modo, ao referenciarmos Barthes (1990), analisamos a charge tendo como foco a sua mensagem denotada (imagem denotativa) e observamos a representação de personagens felizes e descontraídos, transmitindo, assim, a impressão de que estão em um ambiente agradável e harmonioso. Em contrapartida, quando analisamos esta mesma representação a partir da sua mensagem conotada (imagem conotativa), é possível identificar alguns códigos semânticos. O primeiro é fato de o ambiente descrito na charge ser contrastante ao ambiente laboral vivenciado pelos bancários no cotidiano, na medida em que esse é caracterizado pela jornada exaustiva de trabalho, metas, pressão por resultados, estresse, assédio moral etc. Nesse sentido, estar no Café dos Bancários é vivenciar um momento de lazer e conviver com os colegas de profissão, mas em um contexto mais agradável e prazeroso do que o vivenciado nos Bancos.

O segundo código semântico está associado ao primeiro, porém apresenta um aspecto simbólico, que consiste na ideia de *happy hour*, que é mencionado no diálogo do segundo quadrante da charge. Tal termo, quando traduzido literalmente para o português, significa “hora feliz”, sendo proveniente da cultura estadunidense e consiste no ato de reunir com os amigos ou colegas de profissão após a jornada de trabalho, tendo como intuito aliviar o estresse e relaxar. Associado a isso, vale ressaltar que o Café abre somente de segunda a sexta e no horário de 17h às 23h. Dessa maneira, há uma tendência de que a maioria dos bancários que frequentam esse espaço façam isso após o expediente de trabalho. Enfim, a partir das evidências mencionadas, podemos inferir que o Café foi pensado com o propósito de ser um local de *happy hour* para os bancários, ampliando, portanto, o espaço de atuação do Sindicato, dado que a sua representação deixa de estar restrita somente às questões relacionadas ao campo das condições de trabalho, abrangendo também o lazer e a diversão dos trabalhadores.

Representação sindical: condições de trabalho e negociações coletivas

Nessa temática, analisamos como a representação sindical são apresentadas nas charges, mais precisamente por meio dos temas condições de trabalho e negociações coletivas



Figura 4: Charge 4

Fonte: Folha Bancária – Edição 5938, janeiro de 2016.

A Charge 4 aborda em seu conteúdo o tema das condições de trabalho a partir da questão do assédio moral. Essa charge foi publicada em 2016 na edição 5938 da FB, que trouxe como matéria jornalística de capa um balanço referente aos direitos conquistados pelos bancários por meio das convenções coletivas de trabalho. Por sua vez, essa charge aborda um desses direitos, que consiste no canal de denúncias “Assuma o Controle”, criado pelo Sindicato em 2010, com o intuito de receber reclamações relacionadas aos casos de assédio de moral, pressão por metas e outras ações abusivas que possam ocorrer no cotidiano laboral.

No tocante à mininarrativa dessa representação chágica, ela está dividida em três quadrantes. No primeiro podemos observar a presença de uma mulher e um personagem que apresenta traços caricatos associados à figura simbólica do diabo, como chifres, cauda e punhal. Assim, fazendo referência a Barthes (1990), a mensagem conotativa em torno da imagem do diabo apresenta vários signos e códigos semânticos, como a representação da força do mal e do inferno. Ou seja, tendo em vista o saber Cristão, o diabo é o personagem que representa oposto da figura de Deus, da força do bem e do céu. Dessa maneira, o chargista ao propor esta metáfora visual consistiu em atribuir à pessoa que comete o assédio moral os aspectos simbólicos e negativos que caracterizam o diabo.

No avanço da análise, quando a bancária mostra o celular para o diabo e diz ter denunciado a prática do assédio moral ao Sindicato, esse personagem passa a ser retratado no terceiro quadrante da charge com os aspectos simbólicos (asas, auréola e harpa) característicos de um anjo. Desse modo, a intenção do chargista consistiu em reforçar o efeito positivo e intimidador da denúncia realizada pela bancária, estando isso evidente na contraposição entre a metáfora visual do diabo e do anjo. Além disso, a imagem também fortalece perante os bancários a percepção de que o SINBF consegue agir de forma efetiva no combate ao assédio, sendo o canal de denúncia um dos caminhos utilizados para alcançar tal objetivo.

Dito isso, importante destacar que a presença destas metáforas visuais na charge 5 reforçam o potencial comunicativo e sintetizador desta figura de linguagem que, conforme assinalam Motta (2006) e Possenti (2020), contribui para organizar e traduzir a realidade abordada para o leitor, bem como funciona como gatilho humorístico. Além do mais, como ressaltam Silva Júnior e Silva (2021), a linguagem visual é fundamental para a consolidação da charge enquanto produto comunicativo que produza efeito e seja acolhido pelos leitores, visto que a linguagem verbal, isoladamente, não seria suficiente para alcançar tais objetivos.

Todavia, ao analisarmos os dados e as informações relacionadas ao canal “Assuma o Controle” disponíveis no site do SINBF, não foram localizadas informações que demonstrassem a efetividade desta ferramenta de denúncia entre os anos de 2012 e 2017, haja vista que o Sindicato não divulgou balanços, indicadores ou análises qualitativas acerca dos resultados obtidos desde que o canal começou a operar em 2010. Nesse sentido, o fato de o Sindicato ocultar informações acerca desse canal de denúncia permite-nos suscitar algumas problematizações e questionamentos. Por exemplo, este cenário aponta para uma incongruência entre a narrativa que foi defendida na Charge 4 e os subsídios fornecidos pelo Sindicato sobre a ferramenta

“Assuma o Controle”, visto que não há dados, indicadores ou informações sobre as denúncias no período de 2012 a 2017 que nos permita evidenciar a sua efetividade no combate ao assédio moral e às metas abusivas.

Em relação à charge 5, é abordado em sua mininarrativa o contexto-base que está atrelado à consulta sobre as prioridades elencadas pelos bancários para compor a pauta da Campanha Nacional Unificada⁴ de 2016. O script de leitura proposto no início da Charge 11 consiste na ideia de que o personagem bancário será entrevistado para opinar sobre as suas prioridades para a Campanha Nacional.



Figura 5: Charge 5

Fonte: Folha Bancária – Edição 5983, julho de 2016

Entretanto, no segundo quadrante, o script é quebrado, tendo em vista que nesse quadrante a circunstância representada não dá continuidade àquela que foi abordada inicialmente no primeiro quadro. Deste modo, é nesse ponto da mininarrativa que está o gatilho humorístico da charge, uma vez que há uma inversão da expectativa gerada no início da charge, pois esperava-se que a pergunta feita pelo repórter fosse respondida pelo bancário, mas quem a responde simbolicamente é o bolso da sua calça e o bancário apenas consente com a resposta.

Sendo assim, o personagem bancário é representado como alguém que define as suas prioridades baseadas nos ganhos que elas terão para o seu bolso, sendo esses obtidos por meio dos reajustes do salário, Programa de Participação nos Lucros e Resultados (PLR) e manutenção do emprego e direitos, como se observa na mensagem verbal do segundo quadrante da charge. Em virtude disso, há uma sobreposição dos anseios e necessidades individuais em detrimento dos interesses comuns e coletivos da classe bancária.

O chargista, ao abordar a metáfora do bolso, consegue representar de forma clara e mais próxima ao cotidiano das pessoas a caracterização da decisão do personagem bancário. Nesse caso, ele explora o potencial da metáfora em traduzir a realidade e condensar uma ideia complexa, sendo essa figura de linguagem um dos recursos mais relevantes do arsenal do chargista, como pontuou Gombrich (1996).

No que concerne aos enunciados possíveis de serem extraídos da Charge 11, abordaremos o enunciado do individualismo, que é uma das bases da

⁴ Consistem em greves ou negociações coletivas do setor bancário que são organizadas de maneira unificada, visto que abrangem funcionários de bancos públicos e privados, do mesmo modo que os acordos coletivos firmados e as suas regras são válidas para todos os bancários do Brasil.

doutrina e do discurso neoliberal. Todavia, é importante atentarmos para o fato de que a premissa do individualismo não consiste em um enunciado neutro, isolado ou livre, uma vez que, como pontua Foucault (2007), todo enunciado se relaciona com outros enunciados em suas margens, os quais ajudam a formar a sua trama de relações. O enunciado do individualismo se manifesta no setor bancário brasileiro com mais ênfase durante a década de 1990, período no qual os pressupostos neoliberais se expandem e se fortalecem nas instituições bancárias por meio da intensificação de políticas de gestão calcadas em comissionamento, metas, resultados individuais e remuneração variável (Colombi, & Krein, 2016).

Ainda nesta seara, Colombi (2014) ao estudar a atuação do SINBF durante os anos 2000, evidenciou que as negociações coletivas realizadas pelo Sindicato ao longo deste período foram construídas e pautadas em frentes de ação atreladas a questões de caráter econômico, como os reajustes de salário e remuneração variável, no sentido de alcançar maior representatividade diante dos bancários. Neste sentido, ainda dialogando com essa autora, a noção de cooperação para os bancários passa a ser entendida como um caminho para elevar o seu rendimento salarial individual ou conseguir ascensão na carreira em detrimento de demandas coletivas e históricas, como melhores condições de trabalho e direitos trabalhistas, os quais deixam de ser prioridade em prol de demandas individualistas e imediatas.

Complementar a isto, tais observações também foram evidenciadas ao desdobrarmos a charge 5 e analisarmos a edição 5987 da FB, haja vista que, dentre as prioridades escolhidas pelos bancários para a Campanha Unificada de 2016, as mais votadas foram o aumento real do salário (81%) e a elevação da PLR (88%). Isso reflete também a manutenção das escolhas associadas a questões econômicas imediatas e de caráter individual que foram constatadas por Colombi (2014).

Considerações finais

Contemplando a discussão sobre o humor e as charges, desenvolvemos um trabalho qualitativo que analisou como o humor enquanto estratégia discursiva nas charges é capaz de revelar práticas do Sindicato dos Bancários de São Paulo. A partir das análises das charges selecionadas, constatamos que elas consistem em uma estratégia de comunicação que difere significativamente dos demais instrumentos comunicacionais (cartilha, jornal, rádio, televisão, redes sociais e sites) utilizados pelo Sindicato, haja vista que os recursos cognitivos (verbais e visuais) que as constituem permitem abordar, difundir e revelar diversas práticas do Sindicato, de maneira peculiar e díspar em relação a outros formatos de comunicação, como o jornal ou boletim, por exemplo. Tal afirmação foi evidenciada em situações nas quais o mesmo acontecimento ou tema era abordado concomitantemente nas charges e no jornal *Folha Bancária*, pois, a despeito de tratarem da mesma temática ou fato, a perspectiva de leitura e a abordagem oferecidas ao leitor eram bastante distintas em cada modalidade comunicacional.

Tendo em vista que a charge consiste em um gênero humorístico discursivo, os resultados de nosso trabalho reforçam o posicionamento de Possenti (2010), isto é, de que o humor pode ser considerado um campo discursivo diferente dos demais, na medida em que apresenta uma ordem discursiva e um conjunto de regras que regulamentam e organizam as suas narrativas, o que implica uma produção discursiva que concede ao pesquisador dados empíricos e analíticos singulares. Ao mesmo tempo, é importante ressaltarmos também que a charge se configura como uma estratégia de comunicação peculiar e relevante, haja vista que ela se constitui a partir de um arcabouço discursivo marcado pela intertextualidade. Deste modo, a representação chágica faz parte de uma rede discursiva mais ampla e, por isso, desdobramos as charges selecionadas com o intuito de analisarmos alguns documentos que as margeiam, como o jornal na qual foram publicadas.

Tratando especificamente das contradições relacionadas às práticas de resistência e de poder do Sindicato, pudemos descortiná-las a partir da análise do discurso humorístico nas charges e dos enunciados extraídos de seus conteúdos. A primeira contradição observada diz respeito à parceria firmada entre o SINBF e alguns bancos privados para a constituição e manutenção da Fundação Projeto Travessia, estando tal questão oculta na representação chágica e nos registros da *Folha Bancária*. Isso reflete um comportamento paradoxal por parte do Sindicato, visto que ele assume compromisso e parceria com empresas com as quais ele critica contundentemente por meio da sua narrativa, assim como está em constante enfrentamento ao representar os interesses dos bancários.

Em um segundo momento, desmembramos a estratégia empregada pelo SINBF para incentivar a sindicalização dos trabalhadores, sendo essa calcada na lógica do consumo e no atendimento às demandas individuais por meio da oferta de serviços, cursos com descontos e negociações coletivas construídas e pautadas majoritariamente em frentes de ação atreladas a questões de caráter econômico, como os reajustes de salário e remuneração variável (PLR). Tal prática implica duas contradições: incentiva e reforça a construção de uma relação mercantilizada entre o Sindicato e o sindicalizado, enfraquecendo abordagens relacionadas às necessidades coletivas da categoria; outrossim, o Sindicato oferece cursos que têm por intuito qualificar o bancário de acordo com os parâmetros gerencialistas adotados pelos bancos. Desse modo, o SINBF acaba estimulando e retroalimentando práticas de gestão que ele critica e combate nas mobilizações e em sua narrativa.

A última contradição observada está associada ao canal de denúncia “Assuma o controle”, que foi criado para receber queixas relacionadas ao assédio moral e às metas abusivas no ambiente de trabalho bancário. A narrativa do Sindicato em torno desse canal, tanto na charge analisada como em várias edições da FB, tinha por intento reforçar a sua efetividade enquanto mecanismo de resistência no combate ao assédio e às metas. No entanto, durante a realização da análise das fontes documentais, não identificamos subsídios que confirmassem essa narrativa, o que nos levou a inferir que a ferramenta de denúncia, a despeito de ser uma medida concreta, pode consistir em uma forma de resistência velada sem resultados significativos.

Finalmente, acreditamos que esse trabalho pode contribuir para o desenvolvimento de novas possibilidades de pesquisa nos Estudos Organizacionais, tendo em vista que dialogamos com outras áreas do conhecimento não inseridas no *mainstream* da Administração. Além disso, contribuímos para a área ao incentivarmos pesquisas que adotem percursos analíticos que não estejam associados à concepção tradicional de método, o que pode colaborar para a formulação de novas leituras e análises de pesquisa sobre outros fenômenos organizacionais, como as relações de poder e as práticas de resistência. Por fim, utilizar o gênero humorístico chágico como fonte de pesquisa é estar em contato não apenas com uma representação gráfica, mas com fontes históricas e práticas discursivas que permitem abordar temas e acontecimentos de forma peculiar, apresentando potencial de desenvolvimento na dinâmica na Administração.

Referências

- Adegoju, A., & Oyeboode, O. (2015). Humour as discursive practice in Nigeria's 2015 presidential election online campaign discourse. *Discourse Studies*, 17(6), 643-662.
- Alcadipani, R., Hassard, J., & Islam, G. (2018). "I shot the sheriff": irony, sarcasm and the changing nature of workplace resistance. *Journal of Management Studies*, 55(8), 1452-1487.
- Andrade, A. M., Araujo, B. F., & Souza, A. M. (2017). Personalidade, Satisfação e Estilos de Humor no Trabalho. *Teoria e Prática em Administração*, 7(1), 110-138.
- Bauer, M. W., & Aarts, B. (2002). A construção do corpus: um princípio para a coleta de dados qualitativos. In M. W. Bauer & G. Gaskell (Orgs). *Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático*. (pp. 39-63, 7. Ed). Petrópolis: Vozes.
- Barthes, R. (1990). *O óbvio e o obtuso* Rio de Janeiro: Nova Fronteira.
- Burke, P. (2000). Fronteiras do cômico nos primórdios da Itália moderna. In J. Bremmer & H. Roodenburg (Orgs). *Uma história cultural do humor* (pp. 93-114). Rio de Janeiro: Ed. Record.
- Carriéri, A. P. (2004). O humor como estratégia discursiva de resistência: as charges do SINTTEL/MG. *Organizações & Sociedade*, 11(30), 29-48.
- Castro, C. (1997). As transformações no mundo do trabalho e a comunicação sindical. *Revista FAMECOS*, 4(7), 168-179.
- Carvalho, G. (2013). Muito além do jornal: a nova imprensa sindical. *Revista Estudos em Jornalismo e Mídia*, 10(1), 256-273.
- Cerrada, J. G. (2011). Espanha e França vistas através do humor gráfico espanhol. In I. Lustosa (Org.). *Imprensa, humor e caricatura: a questão dos estereótipos culturais* (pp. 341-365). Belo Horizonte: Editora UFMG.
- Collinson, D. L. (1988). Engineering humour: masculinity, joking and conflict in shop floor relations. *Organization Studies*, 9(2), 181-199.
- Collinson, D. L. (2002). Managing humour. *Journal of Management Studies*, 39(3), 269-288.

- Colombi, A. P. F. (2014). *Entre a fragmentação e a ação unificada: uma análise da atuação do Sindicato dos Bancários e Financieiros de São Paulo, Osasco e Região durante os anos 2000*. Dissertação de Mestrado, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, SP, Brasil.
- Colombi, A. P., & Krein, J. D. (2016) As mudanças no sistema financeiro e as estratégias da ação sindical: o caso do sindicato dos bancários de São Paulo. *Sociol. Antropol.*, 6(2), 469-494.
- Costa, M. R. (2016). O corpo do manifestante das Jornadas de Junho de 2013: a charge e o editorial da Folha de São Paulo. *Galáxia*, 33, 158-170.
- Cruz, H. (2013). Comunicação popular e trabalhadores: redes de comunicação e impressos dos movimentos sindicais e populares de São Paulo – 1970/1990. *Projeto História*, 48, s/p.
- Deleuze, G. (1991). *Foucault*. São Paulo: Brasiliense.
- Eco, U. (1989). Los marcos de la libertad cómica. In U. Eco, V. Ivanov, & M. Rector (Orgs). *¡Carnaval! México*: Fondo de Cultura Económica.
- Ferreira, M. N. (1988). *A imprensa operária no Brasil*. São Paulo: Ática.
- Ferreira, M. N. (1995). *O impasse da comunicação sindical: de processo interativo a transmissora de mensagens*. São Paulo, Cebela.
- Fischer, R. M. B. (2001). Foucault e a análise do discurso em educação. *Cadernos de Pesquisa*, 114, 197-223.
- Fonseca, J. (1999). *Caricatura: a Imagem Gráfica do Humor*. Porto Alegre: Artes e Ofícios.
- Foucault, M. (1985). *História da Sexualidade I: a vontade de saber*. Rio de Janeiro: Graal.
- Foucault, M. (2007). *A Arqueologia do Saber*. 7ª ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária.
- Foucault, M. (2013). *Microfísica do poder*. (R. Machado, Trad.) Rio de Janeiro: Graal.
- Godioli, A., & Pedrazzini, A. (2019). Falling stars and sinking ships: framing and metaphor in cartoons about Brexit. *Journal of European Studies*, 49(4), 302-323.
- Gombrich, E. H. (1999). O arsenal do cartunista. In: *Meditações sobre um cavaleiro de pau*. São Paulo: Edusp.
- Gonçalves, T. M. (2017). Charge e humor: eis a questão. *Percursos Linguísticos*, 7(15), 186-204.
- Goodwin, R. (2011). A monovisão dos estereótipos no desenho de humor contemporâneo. In I. Lustosa (Org.). *Imprensa, humor e caricatura: a questão dos estereótipos culturais* (pp. 519-534). Belo Horizonte: editora UFMG.
- Gurgel, N. (2004). A charge numa perspectiva discursiva. *Primeira Versão*, 135(9), 1-9.
- Hardy, C., & Phillips, N. (1999). No joking matter: discursive struggle in the Canadian refugee system. *Organization Studies*, 20(1), 1-24.
- Junckes, I. J. (2009). Sindicalismo pragmático dos bancários do século XXI. *Revista da ABET*, 8(1).

- Kuipers, G. (2011). The politics of humour in the public sphere: Cartoons, power and modernity in the first transnational humour scandal. *European Journal of Cultural Studies*, 14(1), 63-80.
- Martins, S. P. (2000). *Participação dos empregados nos lucros das empresas*. 2ª ed. São Paulo: Atlas.
- Medeiros, C. R., & Alcadipani, R. (2016). In the corporate backstage, the taste of revenge: misbehaviour and humor as form of resistance and subversion. *Revista de Administração*, 51(2), 123-136.
- Miani, R. A. (2012). Charge: uma prática discursiva e ideológica. *Revista 9ª Arte*, 1(1), 37-48.
- Miani, R. A. (2016). Coletâneas de charges da imprensa sindical: fontes visuais para uma história a contrapelo. *Tempo & Argumento*, 8(18), 249-267.
- Motta, R. P. S. (2006). *Jango e o Golpe de 1964 na caricatura*. Rio de Janeiro: Zahar.
- Oliveira, R. V. (2002). Sindicato cidadão: novos rumos do sindicalismo brasileiro? *Oficina do Ces*, 166, 1-22.
- Oliveira, L. & Marques, A. C. S. (2012). A imagem de organizações públicas e o sentido de público no discurso de charges sobre Belo Monte. *Líbero (FACASPER)*, 15, 59-70.
- Otoni, M. A. (2007). *Os gêneros do humor no ensino de língua portuguesa: uma abordagem discursiva crítica*. Tese de Doutorado, Universidade de Brasília, DF, Brasil.
- Pena, F. G., Saraiva, L. A. S., Silva, M. A. F., & Lage, M. L. C. (2017). Entre os mecanismos de controle e a resistência: um estudo sobre as relações de poder nas organizações a partir da análise de charges. *Gestão & Conexões*, 6(2), 31-53.
- Pires, M. C. F. (2014). Derrisão e ironia cínica no humor contemporâneo: os limites entre o politicamente incorreto e o incorretamente político. *História*, 33(2), 470-488.
- Possenti, S. (2010). *Humor, língua e discurso*. São Paulo: Editora Contexto.
- Possenti, S. (2020). Estudos Linguísticos, humor, política e ensino de Língua. *Revista Heterotópica*, 2(1), 51-60.
- Rodrigues, S. B. & Collinson, D. L. (1995). Having fun? Humour as resistance in Brazil. *Organization Studies*, 16(5), 739-768.
- Santos, R. P., & Miani, R. A. (2015). Iconografia de uma despedida: o adeus a Nelson Mandela por meio da charge. *Discursos Fotográficos*, 11(19), 95-117.
- Saliba, E. T. (2017). História Cultural do Humor: balanço provisório e perspectivas de pesquisas. *Revista de História*, 176, 1-39.
- da Silva Junior, J., & Silva, F. V. da. (2021). Já vi esse filme. *Porto Das Letras*, 7(2), 118-137.
- Silva, A. C. (2017). Referenciação e Humor em Charges. *Percursos Linguísticos*, 7(15).
- Silva, J. S. (2012). O percurso semântico das acepções do termo humor. *Anais do SIELP*, 2(1).
- Souza, J. W. A. (2015). Analisando o discurso e o humor nas charges: do material linguístico à materialidade discursiva. *Revista Claraboia*, 2(2), 70-82.

- Taylor, P., & Bain, P. (2003). Subterranean worksick blues: Humour as subversion in two call centres. *Organization Studies*, 24(9), 1487-1509.
- Travaglia, L. C. (2015). Texto humorístico: o tipo e seus gêneros. In A. C. Carmelino (Org). *Humor eis a questão*. São Paulo: Cortez.
- Tomazi, M. M. (2011). Uma análise discursiva da construção do humor no gênero charge. *Revista (Con) Textos Linguísticos*, 5(5), 140-156.
- Tonelli, M. J., & Zambaldi, F. (2019). Humor na academia e pesquisas sobre humor. *Revista de Administração de Empresas*, 59(2), 80-81.
- Valadão, V. M., Medeiros, C. R. O., & Teixeira, F. D. (2017). Luz, câmera, ação! Quando a resistência ao poder e controle organizacional provoca o riso. *Revista Interdisciplinar de Gestão Social*, 6(2), 75-92.
- Vidal Maia, J. & Matias, A. F. (2018). Análise semiolinguística na constituição de sentido e encenação argumentativa da charge jornalística. *Letras Escreve*, 8(2), 33-46.
- Vivona, B. D. (2014). "To laugh or not to laugh": Understanding the appropriateness of humour and joking in the workplace. *The European Journal of Humour Research*, 2(1), 1-18.
- Weaver, S., & Mora, R. A. (2015). Introduction: tricksters, humour and activism. *International Journal of Cultural Studies*, ed. especial, 1-7.
- Weick, K. E., & Westley, F. (2004). Aprendizagem organizacional: confirmando um oximoro. In S. R. Clegg, C. Hardy, & W. Nord (Orgs.). *Handbook de Estudos Organizacionais*. (Vol. 3). São Paulo: Atlas.
- Westwood, R., & Johnston, A. (2011). Reclaiming authentic selves: control, resistive humour and identity work in the office. *Organization*, 19(6), 787-808.