



Ambiente de Trabalho: a ilustração dos perfis estereotipados ¹

Carolina Mello da ROCHA²
Thereza Cristina de Almeida COSTA³
Vanessa RIBEIRO⁴
Universidade Veiga de Almeida, Cabo Frio, RJ

Resumo

Nesse trabalho, procuramos estabelecer uma abordagem sobre o ambiente de trabalho e seus personagens, ilustrando e descrevendo alguns dos tipos mais populares de funcionários, utilizando a segmentação por cargos e suas relações com os estereótipos. Dessa forma há uma rápida identificação com esses perfis, salientando as características pessoais mais distintas e colaborando para que haja um clima de descontração, respeito e principalmente, de tolerância no ambiente de trabalho.

Palavras-Chave: Diferenças; Estereótipos; Identificação; Perfis;

Introdução

Seja qual for o tamanho, estilo ou setor de atuação, pensamos que há um desafio comum a todos os grupos empresariais: saber lidar com as diferenças de tipos profissionais. Para conviver oito ou mais horas diárias no ambiente de trabalho, com pessoas completamente distintas é preciso um bom grau de tolerância e disposição para aprender a respeitar possíveis divergências de postura, opinião e formas de trabalho.

Analisando esse pensamento, percebemos que o campo do comportamento organizacional atual é um terreno fértil para o surgimento de situações indesejáveis, como: assédio moral, intrigas, intromissão na vida privada, falta de honestidade, entre outros. Situações como estas, diminuem o rendimento e impedem a produtividade do

¹ Trabalho submetido à Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação – modalidade Ilustração, XXII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste – Ouro Preto – MG - realizado de 28 a 30 de junho de 2012.

² Estudante de Graduação 6º. semestre do Curso de Publicidade e Propaganda da UVA – Campus Cabo Frio, email: carolserafim@live.com

³ Estudante de Graduação 6º. semestre do Curso de Publicidade e Propaganda da UVA – Campus Cabo Frio, email: the.almcost@hotmail.com

⁴ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Publicidade e Propaganda da UVA – Campus Cabo Frio. Mestranda em Comunicação pela UERJ. Email: ribeirovanessa@gmail.com



trabalho no ambiente profissional. Dessa forma, no treinamento e nas rotinas administrativas de colaboradores e organizações, é preciso reavaliar as formas de comportamento de todos os participantes de uma organização (QUADROS; TREVISAN, 2010). Dessa forma, conhecer pessoas, processos de grupos e cultura organizacional passou a ser uma exigência essencial de qualquer gestor que almeje sucesso no mundo dos negócios e das organizações.

Objetivo

Temos como objetivo, tipificar os perfis de profissionais mais populares presentes nos grupos empresariais, através de uma ilustração satirizada.

Justificativa

Considerando as diferentes características dos profissionais e as dificuldades diárias de convivência, pretendemos exemplificar cada personagem ilustrado, salientando suas principais características com um toque de ironia e humor, no intuito de produzir nas pessoas uma identificação automática com os perfis e colaborar para que haja um clima de descontração, respeito e principalmente, de tolerância no ambiente de trabalho.

Acreditamos que os declínios no ambiente organizacional e os dilemas enfrentados pela de falta de tolerância com os parceiros de trabalho, são causas de atrito e tensão no dia a dia, mas ainda é possível agravar essa situação com o surgimento, por exemplo, do preconceito baseado na ideia central que os estereótipos nos trazem.

Como lembra De Souza (2010),

“definimos como generalização, ou pressuposto, o que as pessoas fazem guiando-se nas características externas, tais como a aparência vestimentas, comportamentos, cultura e até mesmo sexualidade, tais características podem se tornar rótulos que geram, na maioria das vezes, impactos negativos”.

Isso significa que, quando nossa primeira impressão sobre uma pessoa é guiada por um estereótipo, deduzimos coisas sobre a pessoa de maneira seletiva ou imprecisa, perpetuando, assim, nosso estereótipo inicial.

Os estereótipos atingem a vários grupos sociais, que de acordo com Wandercool,

Presidente do Grupo E-Sampa⁵ podem ser classificados como:

- 1) Estereótipos de gênero, como exemplo: o fato de que toda mulher deve ter filhos, os criar e viver somente para o lar e para seu marido, já o homem tem que se focar em sua carreira profissional para garantir o sustento e bem estar de sua família.
- 2) Os raciais e étnicos, como exemplo: a série “Todo mundo odeia o Cris”, que mostra de forma bem nítida o estereótipo em relação aos negros. O personagem estuda em uma escola situada em um bairro nobre, é o único aluno negro e é tratado com indiferença, já que sua professora e alguns alunos acham que sua família é composta por marginais e drogados e que vivem em pobreza extrema.
- 3) Os socioeconômicos e profissionais, direcionados a questão financeira e profissional de cada indivíduo, como exemplo: às *Patricinhas*, colocando-as como mesquinhas e sem responsabilidade e os *Playboys*, como sujeitos que esbanjam dinheiro. No campo profissional, os estereótipos são referentes aos cargos ocupados, como exemplo: todos os chefes, supervisores e coordenadores são taxados como sérios ou, ao contrário, um profissional como o *Marketing* sendo taxado de extrovertido e descontraído profissionalmente.



(SEMER, Marcelo. Imagem com mensagem sobre estereótipos postada em Blog da Internet).

- 4) Os Nerds, como foram nomeados os mais estudiosos e preocupados com seu futuro, são pessoas taxadas por sempre usarem óculos, parecerem caretas ou pela fama de

⁵ Tópicos referentes ao Blog E-Sampa (E-Jovem de São Paulo), disponível em <http://e-sampa.blogspot.com.br/2011/09/5-encontro-estereotipo-agosto2011.html>



terem problemas sexuais e de relacionamento.

- 5) Os estereótipos relacionados à opção sexual, que colocam o público LGBT como extremamente alegre e festeiro, associando aos homens que sentem atração por outros homens uma imagem de afeminados e às mulheres que se relacionam com outras mulheres, uma imagem de briguintas, com atitudes masculinizadas, estendendo a questão briguinta para as travestis, o que gera o fato, de uma grande parte das pessoas terem medo das mesmas e de se aproximarem delas, sem mencionar os bissexuais colocados como ninfomaníacos que não passam vontade quando o assunto é sexo.
- 6) Os estereótipos relacionados à estética, como exemplo: o padrão imposto para a beleza masculina e feminina: essa imposição faz com que muitos adolescentes, meninos ou meninas, desenvolvam bulimia e anorexia, passando a ingerir os mais variados remédios e vitaminas em uma tentativa louca e frustrada de se adequar a esse padrão de beleza imposto pela sociedade e pela mídia.

Então, para descrever essa situação comum em muitos ambientes de trabalho, escolhemos a categoria ilustração – um desenho firmemente conectado a uma ideia e a um conceito. As ilustrações são feitas a partir de uma satirização humorística extraída de alguns traços marcantes da personalidade de alguns profissionais observados no cotidiano corporativo. De acordo com esse raciocínio, acreditamos que “subverter a ordem autoritária, escancarar *verdades* escondidas, desmistificar o poder e a força, são alguns dos objetivos da aplicação dos exageros no Humor Gráfico” (EISNER, 1989, p.141).

Conforme o pensamento de Gonçalves (1999, p.3), entendemos que a vantagem de se trabalhar com ilustração, está na pluralidade de significados que uma imagem oferece em um único impacto, gerando uma maior rapidez e facilidade de apreensão do que outros códigos, mais distintos públicos, porém, “entre um texto escrito e uma imagem, nota-se que a decodificação visual traz, geralmente, um poder mais instantâneo de comunicação” (GONÇALVES, 1999, p.3).

Após fazer a análise dos dez tipos de perfis e compartilhá-los com grupos de amigos, percebemos como as pessoas automaticamente se veem espelhadas nesses perfis e tentam identificar com quem se parecem seus colegas de trabalho, mostrando nessa sátira o processo de identificação pessoal. Acreditamos que a melhor forma de



lidar com os colegas no ambiente de trabalho é conhecer as características de cada um e respeitá-las, independentemente de quais sejam elas.

O pesquisador russo Vladimir Propp, em seu trabalho sobre comicidade, já apontava as várias possibilidades de se estruturar uma sátira através de formas distintas, possibilitando ao humorista o uso de diferentes procedimentos especiais, de acordo com seus objetivos. Como lembra PROPP “a figura do homem, suas idéias, suas aspirações são ridicularizadas de modos diferentes”, resultando na existência de características e técnicas específicas para se elaborar uma obra de humor, de acordo com seu foco central (PROPP, 1992, p.30).

Embora os perfis sejam segmentados por funções ou cargos, não significam que, de fato a *carapuça* sirva para todos como sugere a brincadeira. Esse estereótipo formado ou essas características não determinam se o profissional é bom ou não, mas alguns desses perfis podem ser barrados dependendo da empresa. Porém, independentemente do perfil pessoal de cada um, todos podem ter algo a ensinar aos demais colegas de trabalho.

Métodos e Técnicas Utilizados

Durante o processo de criação foi feita uma rápida pesquisa para ver qual estilo de desenho se encaixaria melhor no tema, tendo sido escolhido o cartum por ter um caráter crítico e transmitir a mensagem com humor. O *Software Adobe Photoshop¹ CS5* em conjunto com uma *Graphic Tablet Genius Mousepen 8x6²*, foi usado durante todo o processo criação da ilustração desde o rascunho, até a arte-finalização. A expressão dos personagens foi elaborada tendo como referência fotos e outros desenhos encontrados na internet com características semelhantes com as descritas para cada personagem e qual seria sua provável posição de forma a passar o estereótipo descrito. Traços lentos e muito grossos foram evitados com o objetivo de elaborar uma ilustração leve e carismática passando a mensagem rapidamente.

¹ *Adobe Photoshop* é um software de edição de imagens bitmaps com capacidade de edição em vetor.

² *Graphic Tablet Genius Mousepen* é um periférico que permite desenhar imagens diretamente no computador através de um software próprio para isso. Consiste em uma superfície plana onde é possível utilizar uma caneta específica denominada Stylus para fazer os traçados.

Descrição do Produto ou Processo

De acordo com a descrição dos perfis, feita por Macedo (2011) no site da UOL, imaginamos e criamos cada personagem com referência aos estereótipos e taxações que lhe são cabidas. Independente de área ou função é impossível negar a existência de tais estereótipos, tão populares no cotidiano empresarial.

Encantadores, cativantes ou irritantes, cada personagem é tão comum que é inegável ler os perfis e não se identificar, não se lembrar de situações vendo-as satirizadas em cada linha das descrições a seguir:



(Ilustração elaborada e cedida pelo aluno e colaborador Ricardo Leão Lourenço, estudante do Curso de Publicidade e Propaganda da UVA – Campus Cabo Frio, em 27 de Abril de 2011, recebido por correio eletrônico através do email leaumrll@gmail.com).



(Ilustração elaborada e cedida pelo aluno e colaborador Ricardo Leão Lourenço, estudante do Curso de Publicidade e Propaganda da UVA – Campus Cabo Frio, em 27 de Abril de 2011, recebido por correio eletrônico através do email leaumrll@gmail.com).

O Relações Públicas: Alguma vez você disse "oi, tudo bem?" e foi surpreendido com uma enorme resposta sobre a vida da pessoa? Se sim, você conhece o Relações Públicas. Ele se relaciona com todos os funcionários da empresa e pode desperdiçar horas de trabalho alheias (e dele próprio).

O Guerreiro Solitário: está sempre ocupado e tende a ser reservado e quieto. Suas apresentações no PowerPoint são as mais bonitas e completas. Conhece os números do relatório como a palma da mão.

O Fofoqueiro: Falem bem ou falem mal, falem com o Fofoqueiro. É o centro das atenções nas rodinhas de conversas e figurinha carimbada ao lado da máquina de café. Ele está sempre antenado às últimas notícias da empresa: quem subiu, quem desceu, quem saiu com quem, quem fez ou deixou de fazer.

O Fantasma: já foi um tipo muito comum no serviço público, mas pode muito bem viver em grandes corporações ou departamentos com muitos profissionais. É preciso de



sorte para encontrá-lo na mesa. Tente em ocasiões festivas ou próximas ao dia do pagamento, geralmente funciona.

O Puxa-Saco: Cuidado com o que você fala perto do Puxa-Saco, pois existem grandes chances de o que você falar ir parar nos ouvidos do seu chefe. Muitas vezes ele é confundido com o Fofoqueiro, mas a diferença é que o Puxa-Saco geralmente só conta as fofocas para o chefe.

O Reclamão: como o nome já diz, adora reclamar. De tudo e de todos. Está com a cara fechada o tempo todo, coloca defeito na empresa, nos colegas, nas atividades. Ele está sempre insatisfeito e pronto para fazer mais uma reclamação para o primeiro que cruzar o seu caminho.

O Águia: é quase o super-herói do escritório. Enfrenta os problemas, busca soluções. Ele vai além e sempre trabalha com muita agilidade, propósito e firmeza. Esse funcionário enfrenta todas as dificuldades da atividade. E pode ser visto pelos outros como chato e o certinho.

O Cumpridor de Horário: é rígido, mas apenas quando o assunto é à hora de ir embora. Ele não fica um minuto a mais na empresa. Trabalha em cima do relógio e quando os ponteiros marcam 18h, ele já está esperando o elevador.

O Sabe-Tudo: é o funcionário mais procurado pelos colegas de trabalho. Deu problema na impressora, precisa de um formulário ou quer descobrir onde conseguir um histórico importante da empresa? Ele poderá te ajudar. Geralmente ele é esquecido quando a turma do trabalho combina o happy hour, mas é o quebra-galho mais conhecido da firma.

O Coitadinho : é aquele que sempre tem uma boa desculpa para justificar seus atrasos e sua baixa desempenho. O mundo parece conspirar para que ele não consiga produzir. Tem o azar de sempre pegar o "trem que fura o pneu". É preciso tomar cuidado para que ele não espalhe sua hipocondria por todo o escritório.

Considerações Finais



Essa sátira em forma de ilustração mostra a forma como gostaríamos que as pessoas captassem a alma de se trabalhar em equipe, de saber lidar e conviver profissionalmente, mostrando que, independentemente do perfil pessoal dos nossos companheiros, todos podem ter algo a ensinar aos demais colegas de trabalho, por mais diferentes que sejam.

Referências

COSTA, Camilo Floriano Riano . Linguagem & Cartum... Tá Rindo Do Quê? Um Mergulho nos Salões de Humor de Piracicaba. Editora Unimep, 2002.

DE SOUZA, Regina Célia. **Atitude, Preconceito e Estereótipo**. Disponível em: <<http://www.brasilecola.com/psicologia/atitude-preconceito-estereotipo>> Acesso em: 14 de março de 2010.

EISNER, Will. **Quadrinhos e arte seqüencial**. São Paulo: Martins Fontes, 1989.

GONÇALVES, Elizabeth Moraes. **A mensagem publicitária na era tecnológica**: uma nova forma de reproduzir o universo. 1999, 230 f. Tese (Doutorado em Comunicação Social)-Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo.

MACEDO, Viviane. **Que tipo de funcionário você é? Conheça dez perfis e descubra**. Disponível em: <<http://noticias.uol.com.br/empregos/ultimas-noticias/2011/06/30/que-tipo-de-funcionario-voce-e-conheca-dez-perfis-e-descubra.jhtm>> Acesso em: 02 de Julho de 2011.

QUADROS, Dante. TREVISAN Rosi Mary. **Comportamento Organizacional**. Disponível em: <http://www.fae.edu/publicacoes/pdf/cap_humano/1.pdf> Acesso em: 31 de Outubro de 2010.

SEMER, Marcelo. **Imagem com mensagem sobre estereótipos**. Disponível em: <<http://mariafro.com/2011/01/05/superar-estereotipos-tambem-na-imprensa-e-o-primeiro-passo-para-romper-preconceitos>> Acesso em: 03 de Fevereiro de 2011.