



III Seminário Internacional de Pesquisas em **Mediatização** e Processos Sociais

Da mediatização do trabalho à glamourização do workaholic: uma análise a partir de interações mediadas pelo Twitter

From mediatization of work to workaholic's “glamorization”: an analyze based on interactions mediated by Twitter

Poliana Lopes
Gislene Feiten Haubrich

Palavras-chave: Trabalho; Twitter; Mediatização; Produção de sentidos.

Este estudo tem como objetivo refletir sobre a mediatização do trabalho com base nos sentidos produzidos em interações instigadas pelo perfil @gauchazh no Twitter. Para a condução da investigação, seleciona-se o post divulgado em 25 de dezembro de 2018, que versa sobre a “tribo dos workaholics”. Justifica-se a escolha da temática diante da imbricação entre a organização social e a concepção de trabalho, sendo ambas transformadas pelo contexto mediatizado experimentado pelos sujeitos na contemporaneidade. O corpus, por sua vez, mostra-se relevante por seu discurso e os sentidos instigados, uma vez que visa transformar a significação existente em relação à compulsão pelo trabalho. Pode-se, então, associar tal mudança de paradigma à ampliação da presença de mecanismos midiáticos no cotidiano, o que viabiliza a constante transposição de barreiras entre tarefas ligadas à uma organização e às outras dimensões da vida humana.

A perspectiva da mediatização pressupõe que a criação, o desenvolvimento e o consequente aumento da penetração de tecnologias de informação e comunicação na sociedade contemporânea instigam os meios de comunicação, tidos como tradicionais (como as emissoras de televisão, rádio e as mídias impressas), a se reposicionarem e redimensionarem a sua atuação, incluindo os “mecanismos associados aos sistemas



III Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

digitais, tais como a internet”. (Sgorla, 2009, p. 62). Em paralelo, os sujeitos, atores sociais individuais e/ou coletivos, aderem às tecnologias como instrumento de mediação das práticas sociais. Dessa forma, a lógica midiática impacta os suportes comunicacionais como telefones celulares, smartphones e computadores, assim como as relações particulares entre sujeitos.

Nesse contexto, Sgorla (2009) compreende a mediação como o processo que abrange os múltiplos entrecruzamentos entre tecnologias midiáticas, campos e atores sociais; meios de comunicação social tradicionais e sociedade. De acordo com Gomes (2016, p. 18-19),

a mediação abrange dois movimentos simultâneos e dialéticos. De um lado, ela é fruto e consequência das relações, inter-relações, conexões e interconexões da utilização pela sociedade dos meios e instrumentos comunicacionais, potencializados pela tecnologia digital. De outro, ela significa um novo ambiente social que incide profundamente nessas mesmas relações [...] que constroem a sociedade contemporânea. A sociedade é em mediação. O ser humano é em mediação. Isso, hoje, sublinhe-se, configura um novo modo de ser no mundo. Esse é o substrato cultural no qual se movem os diversos grupos sociais no mundo. A sociedade erigida nesses movimentos é uma sociedade em processo de mediação.

Para Fausto Neto (2006, p. 9), sociedade mediada é

aquela na qual as tecnologias de comunicação se implantam vertical e horizontalmente nas instituições, inserindo-se de maneiras específicas e segundo ainda múltiplas dinâmicas do funcionamento social. A mediação da sociedade seria combinatória de conhecimentos e operações estruturadas nas formas de tecnologias de informação que criam novos ambientes e nos quais se produzem novas formas de interações, que tem como referências lógicas e processos discursivos voltados para a produção de mensagens.

Dessa forma, o conceito de mediação compreende, simultaneamente, uma atividade transversal (suas operações afetam o próprio campo, o das instituições e o dos sujeitos) e relacional (as afetações geram retornos de processos de sentido das construções feitas pelos outros campos). Assim, “a mediação produz mais do que homogeneidades, conforme depreendem as teorias clássicas de comunicação, na medida em que pelo contrário, gera complexidades”. (Fausto Neto, 2006, p. 9).



III Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

O entrecruzamento pressuposto pelo ponto de vista da midiatização pode ser percebido, no presente estudo, na medida em que um jornal (meio tradicional) é responsável tanto pela produção da notícia quanto por sua veiculação em um suporte comunicacional como o Twitter, no qual compartilha a reportagem visando ampliar a audiência impactando outros sujeitos, para além dos leitores da publicação impressa. Ao mesmo tempo, destaca-se a pauta em si: a transformação das relações com o trabalho por meio do uso das novas tecnologias e a forma como a publicação naturaliza isso tratando uma questão de saúde como uma tribo.

A reportagem divulgada no tweet, cujas respostas serão analisadas neste estudo, foi publicada pelo jornal Zero Hora e faz parte do Painel Gerações¹, que detalha “sete tribos comportamentais: gourmet, ativista, zen, green, workaholic, esportista e nerd [...] divisões são capazes de reorientar o próprio mercado publicitário, que antes focava em gerações, raça e gênero e, agora, encontra mais afinidades agrupando as pessoas nesses perfis”. (Hartmann, 2018a).

Ao abordar a tribo workaholic, a reportagem (Hartmann, 2018b) destaca que “o viciado em trabalho, é, para a Sunbrand, a pessoa que destina à vida profissional grande foco de energia e associa a própria autoestima à carreira. Por consequência, a profissão ocupa grande espaço em sua rotina”. A reportagem também lembra, citando um dos responsáveis pela pesquisa, o publicitário João Satt, que o termo “foi cunhado na virada dos anos 1980 como símbolo da geração X, ligado a Wall Street e à acumulação de bens. Ele simplesmente precisa trabalhar. É uma pessoa que trabalha ensandecidamente em busca de sucesso. Tem objetivo e quer alcançá-lo”. No Twitter, a divulgação da reportagem “A tribo workaholic: detalhistas e muito exigentes consigo mesmos”, realizada às 11h do dia 25 de dezembro de 2018, recebeu 13 respostas (Figura 1):.



III Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

Figura 1: tweet e interações que compõem o corpus do estudo

GaúchaZH @GauchaZH

Você é do tipo workaholic? Saiba quem se encaixa nessa tribo, segundo estudo inédito sobre perfis de comportamento

A tribo workaholic: detalhistas e muito exigentes consigo mesmos. As diferenças entre as pessoas têm mais a ver com as tribos às quais vinculam-se do que às idades que têm. Essa é a revelação de um estudo que Gaúcha ZH publi... gauchazh.clicktr.com.br

11:00 - 25 de dez de 2018

6 Retweets 39 Curtidas

Raquel Reckziegel @raquelreck · 25 de dez de 2018
Em resposta a @GauchaZH
Podia ter uma chamada diferente a matéria, talvez até alertando para doença como depressão e burnout, que muitas vezes são desenvolvidas a partir dessa vibe "workaholic"

1 7

@samyrpaz @samyr · 25 de dez de 2018

O termo correto é "Workaholic", Rogérinho. Nada mais é que o alcoolatra que se vicia em trabalho. Para se livrar do vício em bebida, mas no final... ele não consegue e fica viciado em bebida e trabalho.

1 2



III Seminário Internacional de Pesquisas em **Mediatização** e Processos Sociais

Matheus do Amaral @brozdoamaral · 25 de dez de 2018
Em resposta a @GauchaZH
as pessoas precisam parar de glamourizar o status workaholic urgentemente:
Traduzir Tweet
4 10

Ivan @ivanleop · 25 de dez de 2018
Tribo ahahah
2

Otavinho @AnacletoTGPB · 25 de dez de 2018
Em resposta a @GauchaZH

2

Flávio E Melissa @flavioemel · 25 de dez de 2018
Em resposta a @GauchaZH
Ou workalcoholic como diz a Dilma!
Traduzir Tweet
1

Eduardo Stelmack @EduardoStelmack · 28 de dez de 2018
Em resposta a @GauchaZH
Entre os grupos, o workaholic é o único que representa problema a saúde. A moça da reportagem conta inclusive que fez terapia, já que é um vício. Bora ser Zen...hehe. Mas muito boa a pesquisa.

CADEIA NO PT 🇧🇷 @Milroch · 25 de dez de 2018
Em resposta a @GauchaZH
Sou como Dilmanta: workalcoholic
Traduzir Tweet

Jeferson Freiry @jeffreiry · 25 de dez de 2018
Em resposta a @GauchaZH
@startupdareal / @empreendedorpa



III Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais



Fonte: @GauchaZH, 2018.

Reconhece-se que as interações instigadas pela divulgação da matéria constituem a perspectivas de trabalhadores acerca da constituição dos coletivos aos quais elas estão vinculadas socialmente. A manifestação pessoal, sustentada por um instrumento comunicacional que potencializa o acesso a ela, engaja pessoas à discussão e institui significados que passam a ser base reflexiva para uma audiência explícita, que mostra sua adesão por meio de respostas, curtidas ou retweets, ou implícita, que utiliza destes enunciados para interpretar a mensagem inicialmente produzida pelo canal de ZH.

Entre as repercussões produzidas, destacam-se opiniões diretas, o uso de memes, acionamento do contexto político e inclusão de outras pessoas à discussão por meio de suas @. Conforme pode-se visualizar na Figura 1, três pessoas reconhecem e



III Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

questionam o tom “positivo” ou “ameno” investido ao conceito de workaholic na condução da reportagem, sobretudo em sua síntese constituída em tweet. Elas salientam, por exemplo, a questão da saúde mental associada à compulsão pelo trabalho, e reconhecem naquele enunciado uma “glamourização” do “status” vinculado às pessoas que aderem à ideologia que institui a devoção à produção.

As respostas de @samyrpaz e @eduardoboska fazem referência ao episódio do programa “Choque de Cultura” de 25 de novembro de 2018, no qual a personagem Maurílio dos Anjos (interpretado por Raul Chequer) define workaholic como “o alcoólatra que se vicia em trabalho para se livrar do vício da bebida”, mas que, como não obtém êxito, torna-se viciado tanto em bebida quanto em trabalho. O enunciado da personagem Renan da Silva (interpretado por Daniel Furlan), para quem “workaholic é um termo só para quem é bem-sucedido. Senão é só um idiota que trabalha muito” é também acionado por @eduardodoboska. Já o post de @virepreiboi, apesar de não fazer uma menção literal, destaca a referência ao mencionar que “workaholic pra negócio alheio não passa de um imbecil”.

A ancoragem nas respostas instigadas pelo post de uma matéria originalmente publicada em impresso e, posteriormente, em plataforma online, destaca as diferentes bases ideológicas (Volóchinov, 2017) que condicionam a leitura do público. Neste caso, a adesão ou discordância à argumentação construída pelo enunciador (ZH em tweet) enfatizam as complexidades geradas para a relação sujeito-trabalho no contexto de um ambiente social que acumula instrumentos para geração de situações de comunicação. Neste caso, a disputa de sentidos evidente pelas interações decorrentes da enunciação do veículo atua especialmente no questionamento da dinâmica laboral contemporânea, ainda que se mantenha um ponto de vista produtivista e fundamentado pela redução do trabalho à lógica empregatícia, vinculada à uma organização.

Assim, percebe-se que a mediação do trabalho, fundamentada pela ênfase na mediação tecnológica, especialmente pelo uso de dispositivos móveis, tem implicado a



III Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

eliminação das fronteiras temporais instituídas na construção histórica da sociedade. Neste sentido, a transformação social vinculada à concepção de trabalho perpassa o incremento de ferramentas comunicacionais, uma vez que elas instigam usos e, inerentemente, interpretações e sentidos que aproximam e afastam indivíduos de acordo com suas bases valorativas.

Referências bibliográficas

FAUSTO NETO, Antonio. Mídia e prática social: prática de sentido. In: Anais do 15º Encontro Anual da COMPÓS - Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação. UNESP, Bauru/SP, 6 a 9 de junho de 2006. Disponível em: <http://www.compos.org.br/data/biblioteca_544.pdf>. Acesso em: 29 jan. 2019.

GAUCHAZH (2019). Você é do tipo workaholic? Saiba quem se encaixa nessa tribo, segundo estudo inédito sobre perfis de comportamento. Twitter, @gauchazh, 25 dez. 2018. Disponível em: <<https://twitter.com/Gauchazh/status/1077549522442731520>>. Acesso em: 18 fev. 2019.

GOMES, P.G. Mídia e prática social: um conceito, múltiplas vozes. In: Rev Famecos (Online). Porto Alegre, v. 23, n. 2, maio, jun-ago 2016.

GSHOW (2018). Renan brinca sobre quem é 'workaholic' e diverte web. GShow, Choque de Cultura, 25 nov. 2018. Disponível em: <<https://gshow.globo.com/programas/choque-de-cultura/noticia/renan-brinca-sobre-quem-e-workaholic-e-diverte-web.ghtml>>. Acesso em: 18 fev. 2019.

HARTMANN, Marcel. Novos tempos, novas tribos: conheça os sete grandes grupos sociais atuais. In: Jornal Zero Hora, Caderno DOC, 20 dez. 2018a. Disponível em: <<https://gauchazh.clicrbs.com.br/comportamento/noticia/2018/12/novos-tempos-novas-tribos-conheca-os-sete-grandes-grupos-sociais-atuais-cjpx0mbqn006c01qkm4n381ye.html>>. Acesso em: 18 fev. 2019.

HARTMANN, Marcel. A tribo workaholic: detalhistas e muito exigentes consigo mesmos. In: Jornal Zero Hora, Caderno DOC, 20 dez. 2018b. Disponível em: <<https://gauchazh.clicrbs.com.br/comportamento/noticia/2018/12/a-tribo-workaholic-detalhistas-e-muito-exigentes-consigo-mesmos-cjpw046j0moa01rxpmck27x4.html>>. Acesso em: 18 fev. 2019.



III Seminário Internacional de Pesquisas em **Mediatização** e Processos Sociais

SGORLA, Fabiane. Discutindo o processo de mediatização. *Mediação*, Belo Horizonte, v. 9, n. 8, jan./jun., 2009

TRIBUNA Online (2017). Em Portugal, Dilma comete gafe e diz que era “work alcoholic” quando presidente. *Tribuna Online*, 23 nov. 2017. Disponível em: <<https://tribunaonline.com.br/em-portugal-dilma-comete-gafe-e-diz-que-era-work-alcoholic-quando-presidente>>. Acesso em: 18 fev. 2019.

VOLÓCHINOV, Valentin. *Marxismo e Filosofia da Linguagem*. Editora 34, 2017.