

LEDA QUEIROZ DE PAULA

VOCÊ S. A. : Linguagem Empresarial, Discursividade e Interpelação

Dissertação apresentada ao Curso de Pós-Graduação em Lingüística do Instituto de Estudos da Linguagem da Universidade Estadual de Campinas como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Lingüística.

Orientador: Prof. Dr. Jonas de Araújo

Romualdo

UNICAMP
Instituto de Estudos da Linguagem
2003

UNICAMP
BIBLIOTECA CENTRAL
SEÇÃO CIRCULANTE

UNICAMP

| | |
|------------|-------------------------------------|
| UNIDADE | BC |
| Nº CHAMADA | TUNICAMP P281v |
| V | EX |
| TOMBO BC/ | 55004 |
| PROC. | 16-124103 |
| C | <input type="checkbox"/> |
| D | <input checked="" type="checkbox"/> |
| PREÇO | R\$ 11,00 |
| DATA | 05/08/03 |
| Nº CPD | |

CM00187142-9

BIB ID 295912

FICHA CATALOGRÁFICA ELABORADA PELA BIBLIOTECA IEL - UNICAMP

P281v Paula, Leda Queiroz de
 Você S. A. : linguagem empresarial, discursividade e interpelação /
 Leda Queiroz de Paula. - - Campinas, SP: [s.n.], 2003.

Orientador: Jonas de Araújo Romualdo
 Dissertação (mestrado) - Universidade Estadual de Campinas,
 Instituto de Estudos da Linguagem.

1. Análise do discurso. 2. Memória. 3. Nomeação. I. Romualdo, Jonas
 de Araújo. II. Universidade Estadual de Campinas. Instituto de Estudos
 da Linguagem. III. Título.

200326340

Este exemplar e a redação final da tese defendida por Leda Queiroz de Paula

e aprovada pela Comissão Julgadora em 02/06/03.

Jonas de Araújo Romualdo

Jonas de Araújo Romualdo
Prof. Dr. Jonas de Araújo Romualdo - Orientador

Prof. Dra. Suzy Lagazzi-Rodrigues

Prof. Dra. Maria Inês Ghilardi Lucena

Para minha família e para todos aqueles que acreditam que "a descrição da vida não vale a sensação da vida (M. Assis)", e que lutar com palavras não é em vão.

AGRADECIMENTOS

Ao Senhor, meu Deus, pela fidelidade de sua palavra: *“Os que com lágrimas semeiam, com júbilo ceifarão”* (Sl.126, 5).

Ao meu orientador e amigo Prof. Dr. Jonas de Araújo Romualdo, pela competência, paciência, tolerância e carinho com que me encaminhou, o que possibilitou o término desta dissertação.

À Profa. Dra. Suzy Lagazzi-Rodrigues, pela amizade, lealdade e carinho estimulantes. À Profa. Dra. Maria Inês Ghilardi Lucena, pela amizade e incentivo. E a ambas, pelas contribuições generosas e fundamentais nas bancas de qualificação e de defesa.

A Profa. Dra. Onice Payer, pelo ouvido amigo e atento e pelos valiosos comentários sobre o quinto capítulo.

A Rose, Rogério e Émerson, da Secretaria da PG-IEL, pelas informações e auxílio prestados.

À Da. Madalena, Bel e Ana Maria, da Biblioteca do IEL, pelo sorriso acolhedor e ajuda dada.

A Yara Brito Brasileiro, pelo companheirismo e lealdade na longa jornada percorrida junto, até a conclusão deste trabalho.

Às amigas Liliane, Zoraida, Ivete, Fátima, Cris, Maida, Teresa, Evandy, Graça e Vera, pelo suporte espiritual.

À Geane , pela formatação deste trabalho.

E a meus alunos, diretores e colegas de trabalho pela compreensão e por me pouparem neste tempo em que precisei me dedicar mais à tarefa de conclusão deste trabalho.

SUMÁRIO

| | |
|---|-----|
| Resumo..... | 11 |
| Abstract..... | 13 |
| Apresentação | 15 |
| Capítulo I - A Constituição do <i>Corpus</i> e Hipóteses a serem investigadas | 21 |
| Capítulo II - Os Sentidos do Trabalho e a Constituição do Sujeito Trabalhador | 25 |
| Capítulo III - Memórias do Trabalho: Formulações Acerca do Trabalho e Memória Discursiva | 41 |
| Capítulo IV - Uma Cena Discursiva: Designação/Nomeação, Jogo de Imagens, Estereotipia | 53 |
| Capítulo V - A Interpelação do Sujeito-de-Direito | 81 |
| Capítulo VI - Espiritualidade e Auto-Ajuda como Funcionamentos Discursivos | 101 |
| Considerações Finais | 125 |
| Referências Bibliográficas | 131 |
| Anexo 1 | 139 |
| Anexo 2 | 141 |

RESUMO

Este trabalho trata da linguagem empresarial, aqui enfocada nos discursos veiculados na revista *VOCÊ S.A.* por indivíduos do mundo dos negócios, ocupando a posição-sujeito empresário, para outros indivíduos leitores dessa revista, ocupando a posição-sujeito trabalhador, numa relação de **interpelação**.

Observamos que o sujeito-trabalhador é interpelado pelo sujeito da linguagem empresarial como **sujeito de direito**, aquele que é responsável por seus atos, através de processos discursivos tais como a **nomeação**, que criará um estereótipo para o trabalhador. O funcionamento discursivo da **estereotipia** contribuirá para uma dupla sujeição: a do sujeito-trabalhador e a da realidade, compreendida como apropriação/representação do real. O funcionamento dos gêneros da **auto-ajuda** e da **espiritualidade** também co-operarão na interpelação do sujeito-trabalhador, levando-o, enquanto interlocutor, a significar a realidade da mesma maneira que seu locutor.

Estudamos que sentidos ressaltam, sobrepõem-se ou ficam silenciados nesse processo de interpelação, envolvendo as imagens de **trabalho** e de **trabalhador**, tomando por base o referencial teórico e metodológico da Análise do Discurso, para quem o “discurso é efeito de sentido entre [inter]locutores” (Pêcheux, [1969] 1990b).

Palavras-chave: Discurso; Memória Discursiva; Sujeito-de-Direito; Gênero; Interpelação.

ABSTRACT

This work analyses business language comprehended as discourses presented in some articles published by *Voce S.A.* magazine that show a relation of interpellation some world business individuals use when “talking” to other individuals, workers in general, readers of this magazine.

The reader of *Voce S.A.* is a worker interpellated by that kind of language as a subject of rights, that is, the one who is responsible for his acts, through discursive processes such as the nomination, that will provide an stereotyped image of this worker, and through the functioning of the spirituality and self-aid speeches.

This analysis supported by the French analysis of discourse had the objective to apprehend which meanings were emphasized, highlighted, or silenced in those processes of interpellation, involving the images of work and worker.

Key words: Discourse; Discursive Memory; Subject of Rights; Gender; Interpellation.

APRESENTAÇÃO

O século XX terminou e o século XXI iniciou dando continuidade a amplas e profundas preocupações bem como a polêmicas e instigantes reflexões quanto à questão do **trabalho** em nossa sociedade. A complexidade dos tempos em que estamos vivendo, dadas as profundas modificações no modo de organização das relações do trabalho, abrem um campo bastante fértil para a observação dos fatos de linguagem, das relações entre discurso e sociedade.

Nesse amplo contexto do mundo do trabalho, um recorte se faz necessário, e optei por observar o funcionamento discursivo da linguagem num campo de interesse pessoal e profissional, por estar em contato, indiretamente, com ele: o do mundo empresarial.

Sempre me incomodaram as relações entre patrão e empregado, tendo em vista seus discursos. Cheguei até a optar por investigar os recursos retóricos utilizados por um e por outro, achando que a mediação do conflito poderia se dar a partir do conhecimento das “estratégias languageiras” utilizadas por cada um dos lados, já que é a linguagem que constrói a realidade, e o discurso, o que permite acesso a essa realidade, na perspectiva que adotaremos. Entretanto, fui, pelo menos neste momento, levada a abandonar essa linha de pesquisa, porque ela se manifestou demais simplista frente à complexidade dessas relações.

Optei então por investigar como se dá a **interpelação** do sujeito na linguagem empresarial, entendendo o sujeito como “uma pluralidade de posições e funções possíveis”, na perspectiva foucaultiana (1997:107), e considerando as ideologias

não como idéias, mas como forças materiais, as quais não têm origem nos sujeitos, mas, na verdade, constituem os indivíduos em sujeitos (Pêcheux, 1988:129). Nosso propósito será observar: Quem ocupa a posição-sujeito empresário na linguagem empresarial? Como se dá a interlocução na linguagem empresarial? Como o sujeito é interpelado pela linguagem empresarial?

No enfoque desse mundo empresarial, o conhecimento de como o **trabalho** foi significado historicamente ao longo dos tempos possibilitará a observação de como “os sentidos e o político” se interpenetram, de modo a que se possa afirmar que “a linguagem é uma prática social e histórica” (Orlandi, 1999). Apresentaremos um breve relato dessa (in-; re-; e-)volução.

O mundo empresarial, o mundo dos negócios, faz uso da chamada *linguagem empresarial*. Essa expressão suscita questões do tipo: que seria essa tal linguagem? Seria a linguagem técnica das redações comerciais? Seria o jargão do mundo dos negócios? Esse termo incomoda ainda mais, quando se ouve dizer que a *linguagem empresarial* não é entendida. E essa apassivização sem o seu agente da passiva aponta para um conflito interno. Não entraremos nessa questão, mas essa “incompreensão” pode ser entendida como sendo uma “resistência” (Pêcheux, 1990 a:17), como uma reação objetiva e material do resultado da luta de classes presente também no mundo dos negócios. A incompreensão da linguagem empresarial do executivo pelo funcionário pode revelar duas formações discursivas ideologicamente divergentes. Sustentar o discurso de uma posição é resistir a/contra o discurso da outra posição.

Deixemos essa questão em suspenso e digamos que o foco de interesse seria investigar que “práticas languageiras”, que funcionamentos discursivos estariam em

um “texto” que usasse essa chamada linguagem empresarial. Uma linguagem assim adjetivada pressupõe relações entre sujeitos que se constituíram sob uma forma-sujeito, ocupando uma certa posição. Essa “linguagem empresarial” seria então utilizada por indivíduos ocupando a posição de empresários, falando para indivíduos ocupando a posição de trabalhadores. Postulamos que os empresários, enquanto locutores, falam da posição de gestores, administradores, num processo de “*inculcação*” (Pêcheux, 1988:224; assegura a submissão à ideologia dominante), procurando fazer com que cada sujeito saiba e veja que as coisas são realmente como eles as apresentam (Pêcheux, 1988:224); e que os interlocutores, os leitores dos artigos, ocupam a posição-trabalhador, ou de interessados nesse mundo do trabalho, com a possibilidade de vir a ocupar essa posição. É dessa interpelação que trataremos.

Assim, decidi trabalhar com uma espécie de “dossiê” (os editores assim batizaram o conjunto de artigos, na p.43), encartado na revista *Você S. A .*, publicada pela Editora Abril. Os artigos a serem analisados estão condensados num encarte, na edição nº 18, de agosto de 2000, cujo título é **Seu Emprego no Futuro**. Essa revista, antes de tomar a forma independente, nasceu como encarte da revista **Exame**, destinada ao meio executivo, ao empresariado. Entretanto, o que, a princípio, era um encarte, trazia assuntos de caráter geral, menos técnicos, mais voltados à área de recursos humanos, às questões enfocando a carreira. Ganhou destaque, interesse pela procura e, afinal, deu seu grito de independência, nascendo uma revista de aparência jovial e agradável.

O trabalho de pesquisa de Ana Paula Paes de Paula e Thomas Wood Jr. (2002:30) sobre o surgimento de *Você S.A .* facilitou-nos o trabalho de coleta de dados sobre seu nascimento. Relato, a seguir, as condições de sua gênese. Os dois

pesquisadores entrevistaram basicamente o Diretor Superintendente do Grupo Exame e a Diretora de Redação, que relataram que a revista *Você S.A.* surgiu como uma extensão da revista **Exame**, após observação de que, quando a **Exame** tratava de assuntos envolvendo administração de carreira, trajetória profissional e qualificação profissional, as vendas nas bancas subiam. Esse aumento da venda sinalizava para o interesse do público pelos referidos temas. Foram então lançadas algumas matérias (três ou quatro) de capa relacionadas a tais temas. Uma delas recebeu o título de *Você S.A.* A edição que a publicou teve sua tiragem esgotada nas bancas, dando origem à nova revista, cujo primeiro número foi lançado em abril de 1998, em caráter experimental: seria mensal? Trimestral? A definição pela periodicidade mensal ocorreu em julho de 1998, quando foi lançado o primeiro número oficial da revista que, desde seu lançamento, tornou-se sucesso de vendas e assinaturas. Esse interesse aponta para um fenômeno social, leia-se, ideologicamente marcado: o contexto do mundo do trabalho dos séculos XX-XXI. Esse contexto que inclui discussões sobre o trabalho e o que gira ao seu redor, como o homem e as novas tecnologias, é que abalizará nossa argumentação.

Gostaríamos de considerar esse encarte da revista um *arquivo*, entendido no sentido amplo de “campo de documentos pertinentes e disponíveis sobre uma questão” (Pêcheux, 1997:57). A questão, aqui, é o *trabalho* (ou o *trabalhador*) embora o título do encarte traga a palavra *emprego* (termo raramente mencionado), discutido em artigos dos renomados especialistas no assunto, na atualidade, reunidos no dossiê.

Esses documentos trazem formulações em cuja materialidade discursiva estão latentes desejos e necessidades que, no dizer de Gregolin (1999:124) “ecoam dos valores estabelecidos em lugares sociais”. Dessa forma, representam o “imaginário

social” pré-estabelecido e aceitável. Empresário é um lugar social que, por vinculação ideológica ao modelo sócio-político-econômico neoliberal, enuncia o trabalho como um *valor* estabelecido, e não o emprego, já que este se encontra em estado de escassez. Analisaremos as marcas lingüísticas que levam a essa leitura. Esses lugares sociais representam e reforçam o “imaginário social” de busca pelo trabalho, de permanência no trabalho e das novas formas de trabalho.

O encarte, enquanto veiculador de discursos, apresenta porta-vozes que, ao falar, falam de um lugar, e para, nesse caso, leitores da revista, que são pessoas também interessadas no mundo do trabalho. Nesse processo de interlocução, observaremos primeiro como os discursos dos autores dos artigos, na posição-sujeito enunciador, assemelham-se, permitindo-nos afirmar que eles pertencem à mesma formação ideológica. Ou seja, verificaremos que seus discursos estão alinhados com a visão empresarial do mundo capitalista neoliberal, e com a chamada globalização. Em segundo lugar, mostraremos como seus discursos funcionam sobre os sujeitos-enunciatários, que ocupam a posição sujeito-trabalhador. E, por último, estaremos centrando nossa análise no processo de interpelação do sujeito-leitor-trabalhador pela linguagem empresarial, na perspectiva de Althusser ([1985] 1998) e Edelman (1980).

A interpelação do trabalhador se fará a partir do **jogo de imagens** de que fala Pêcheux (1990b:83-85), de mecanismos de **nomeação ou designação**, da **estereotipia** enquanto funcionamento discursivo que desenhará a imagem estereotipada do trabalhador do século XXI e na apropriação do **discurso da espiritualidade** e do **gênero auto-ajuda** (assim considerado) (Rüdiger, 1996 ; Fornari e Souza, 2001), que trataremos como o funcionamento discursivo da espiritualidade e da auto-ajuda.

Esse modo de observar o funcionamento da linguagem está em conformidade com o arcabouço teórico da Análise do Discurso (doravante AD), de linha francesa. O sujeito, para essa teoria, não é a origem do seu dizer, (esquecimento nº 1, Pêcheux, 1990b:175) porque ele fala marcado pelo lugar que ocupa na cadeia discursiva, e porque esse lugar já está pré-determinado. Entretanto, para poder dizer, o sujeito precisa necessariamente dessa ilusão para que o seu dizer signifique. E seu dizer significa porque o sentido do que diz é constituído pela interação entre os interlocutores. O seu dizer significa também porque os sentidos se materializam nos textos que circulam em uma sociedade. Esses textos não são transparentes em sua linguagem. Há sempre um “já-dito” ao qual o sentido está filiado numa relação de memória, que direciona a interpretação em um momento histórico e faz parecer que o sentido é evidente e único.

Nosso trabalho será levantar as marcas lingüísticas que, determinadas histórica e socialmente, produzirão um sentido num dado contexto: o do mundo empresarial dos séculos XX-XXI, que faz opção por um modo de organização social e exclui outros. E, assim, possibilita o aparecimento de um dizer, de um sentido, e a exclusão de outros.

CAPÍTULO I

A CONSTITUIÇÃO DO CORPUS E HIPÓTESES A SEREM INVESTIGADAS

Os textos de nossa análise estão sendo vistos como discursos, isto é, como produtos do processo discursivo que considera “a linguagem em relação às suas condições de produção”. Portanto, o recorte que estamos fazendo não tem caráter “informativo”, mas de relevância de uma “situação discursiva”.

Conforme esclarece Orlandi (1984:14), o recorte “é uma unidade discursiva”, entendida como “fragmentos correlacionados de linguagem-e-situação”, ou seja, “o recorte é um fragmento da situação discursiva”.

Os recortes que fizemos são formulações que partem do funcionamento do uso da língua em situação de interlocução: posição-empresários falando para posição-trabalhadores.

Alguns princípios nortearam nossa constituição e recorte do *corpus*. A Revista *VOCÊ S. A.* está enquadrada na chamada literatura de *pop-management* (literatura popular de gestão empresarial). Com linguagem acessível e de fácil leitura, ela contribui para a “*disseminação e legitimação de novas idéias e práticas gerenciais, (...) exortando à introdução de novas tecnologias gerenciais e oferecendo receitas para o sucesso profissional*” (Paula e Wood Jr., 2002:7-8). Seu público são todos os que estão pensando em sua carreira e em seu desenvolvimento pessoal, atingindo profissionais de todas as áreas. O conjunto de textos publicados em agosto de 2000, oferecidos como um presente pela comemoração do segundo aniversário da revista,

entremeiam análises da conjuntura, informações históricas e um “receituário” de como se portar no mercado de trabalho, usando [a revista] recursos de vários campos da criação artística, como estórias, poesia, citações, apontando para o fato de que estar, ou se sentir como se estivesse numa fronteira entre o possível e o impossível, faz parte da trajetória humana na Terra, e que, por isso, é preciso aprender sempre, reciclar-se sempre. Esse é, em resumo, o conteúdo do conjunto dos artigos.

Nosso interesse pela forma como o *trabalho* é discutido no presente, a partir de referências ao passado, levou-nos a descartar o artigo de Max Gehringer. Esse autor faz uma leitura irônica e futurista da possibilidade do mundo do trabalho no ano 2095, uma paródia, por isso foi tirado do nosso centro de interesse. Ficamos com os outros cinco autores, pessoas renomadas no mundo empresarial, todas enfocando a questão do trabalho, num mundo sem empregos: CK Prahalad, Peter Drucker, Tom Morris, Michio Kaku e Renato Guimarães Ferreira. Outros princípios norteadores foram o discurso apresentado como a produção de uma forma-sujeito que, no discurso da linguagem empresarial, faz surgir o sujeito-de-direito capitalista; a questão do discurso de poder, que, investido em práticas reais e efetivas, produz efeitos reais, entre eles, o da sujeição; a sujeição enquanto constituição dos sujeitos, segundo Foucault (2001:183), e a reapropriação ou representação que esse discurso de poder faz da realidade, ou seja, ele cria algo novo ou consolida um sistema existente?

Se, de certa forma, essas questões apontam externamente para lugares diversos, o que é inevitável, dada a complexidade das relações que recobrem o mundo do trabalho, internamente nosso *corpus* tem como preocupação condutora do pensamento a questão do **trabalho**, do **trabalhador** e de seus sentidos.

Centramos nossas investigações na questão do discurso, do sujeito, da realidade, na interpelação do sujeito-trabalhador pela linguagem empresarial. Dito de outra forma: O que é o discurso empresarial? Considerando-se que esse discurso interpela o sujeito-trabalhador, então, de que forma se dá a interpelação? Quem ocupa a posição-sujeito empresário na linguagem empresarial? Como se dá a reapropriação/representação da realidade pela posição-sujeito da linguagem empresarial?

As marcas lingüísticas se constituirão em pistas para a observação dos funcionamentos discursivos.

Com esse *corpus* delimitado, elaboramos nossas hipóteses de investigação centradas na tentativa de compreender os processos de produção de sentidos que ressaltam, sobrepõem-se, ou que são silenciados (Orlandi, 1995).

CAPÍTULO II

OS SENTIDOS DO TRABALHO E A CONSTITUIÇÃO DO SUJEITO TRABALHADOR

A atividade do trabalho não foi significada da mesma maneira pelas diferentes épocas. Para falar dessa polissemia, recorreremos a duas obras. São elas a “Enciclopédia Luso-Brasileira de Cultura”, da Editorial Verbo, s/d, e “Para Filosofar”, da Editora Scipione (1995), em especial o nono capítulo, de Luiz Carlos Ribeiro, a partir das quais sintetizamos a evolução histórica do **trabalho**.

Temos no livro de *Gênesis* o caráter fundante do trabalho. Antes da expulsão do paraíso, Adão e Eva trabalhavam. Seu trabalho, por serem imagem e semelhança de Deus, consistia em “ ‘senhorear’ e reinar sobre a natureza”:

*Também disse Deus: “Façamos o homem à nossa imagem, conforme a nossa semelhança; tenha ele **domínio** sobre os peixes do mar, sobre as aves dos céus, sobre os animais domésticos, sobre toda a terra e sobre todos os répteis que rastejam sobre a terra “ (Gên. 1, 26).*

Quando, por ocasião de sua falta/desobediência, viram-se expulsos do paraíso, o livro sagrado registra que Deus lhes diz que, a partir de então, comeriam com “o suor do seu rosto”:

“No suor do rosto comerás o teu pão, até que tornes à terra, pois dela foste formado...” (Gên.3, 19).

Depreende-se dessa versão que, a princípio, o trabalho dos primeiros homens não exigia sacrifícios, ainda que pensássemos apenas no trabalho de recolher o

alimento que a terra, graciosamente lhes oferecia. O homem trabalhava, registra o livro sagrado:

*“Tomou, pois, o Senhor Deus ao homem e o colocou no jardim do Éden para o **cultivar** e o **guardar**. (Gên. 2, 15)”*

O trabalho do homem era cultivar, isto é, “dar condições para o desenvolvimento de...; procurar manter ou conservar” e guardar, que significa “proteger, manter, conservar, tomar conta de...”, sentidos que estão ligados ao de mordomia, que significa “administrar, tomar conta de”. Como os sentidos de trabalho inscritos na Bíblia estão marcados na memória histórica dos povos, estaremos considerando, nesse caso, os textos bíblicos que mencionamos, como **discurso fundador**, entendendo-o como aquele que *“instala as condições de formação de outros, filiando-se à sua própria possibilidade, instituindo em seu conjunto (...) uma região de sentidos, um sítio de significância que configura um processo de identificação para uma cultura, uma raça, uma nacionalidade* (Orlandi, 1993:24), ou ainda, entendido como aquele *“que cria um ‘outro lugar’ do qual falar”* (Orlandi, 1990:130).

No mito do surgimento da civilização, o trabalho é visto como maldição, embora no princípio não o fosse. É possível observar, também, que na origem não havia divisão do trabalho entre trabalho intelectual e trabalho manual/braçal, porque o homem devia assenhorear-se da terra, exercer domínio sobre ela, mas cultivá-la também.

Desde o mito da maldição, o trabalho é entendido como “a atividade do homem transformando a natureza”, entretanto, devido à exploração do homem pelo

homem, que não sabe compartilhar (*egoísmo pecador*), o trabalho assume caráter desumanizante, daí seus aspectos penosos.

Essa dimensão do trabalho permanece até os dias de hoje, mas a ela foram sendo acrescentados outros sentidos/valores, como trabalho e realização/satisfação, ou trabalho e frustração, ou trabalho e tortura, ou trabalho e satisfação de necessidades coletivas ou trabalho e satisfação de necessidades individuais (ou individualistas?) É a relação do homem com o trabalho que cria esses sentidos, bem como é a relação de homens sobre outros homens com o trabalho que provoca uma divisão social.

Na sociedade grega já havia a diferença social entre os homens, que eram divididos em cidadãos e escravos. Essa divisão era tida como sendo “natural” e dividia o trabalho em manual para estes, e atividade intelectual e política, para aqueles, como o trecho de Aristóteles (apud Ribeiro, 1995:150) aponta:

“Todos aqueles que nada têm de melhor para nos oferecer que o uso do seu corpo e dos seus membros são condenados pela natureza à escravidão. É melhor para eles servir que serem abandonados a si próprios. Numa palavra, é naturalmente escravo quem tem tão pouca alma e tão poucos meios que deve resolver-se a depender de outrem (...) O uso dos escravos e dos animais é aproximadamente o mesmo.”

Como se pode observar, o trabalho não é feito nem visto como igual pelos homens. Aos escravos, providos apenas de seu corpo e de seus membros, cabiam as tarefas de transformação da natureza, tarefa rotineira, que não exigia habilidade reflexiva, sendo considerada, por isso, atividade degradante, passível de permitir a equiparação entre o escravo e o animal. Ao cidadão, conceito trazido dos gregos,

cabia “*definir o sentido das coisas, fossem elas econômicas, sociais ou políticas*” (ibid. p.151).

Fica silenciado o que provocou a divisão entre senhores e escravos, que é o processo de expropriação daquilo que era de direito do Homem, fosse sua terra ou outros bens.

A distinção apontada mais acima entre o trabalho manual e o trabalho intelectual prevalece até o século XX e, (exagero?) poderíamos dizer que até hoje, com valorações positivas ou negativas mais ou menos fortes conforme a época.

A Idade Média não altera substancialmente o conceito de trabalho. A sociedade estava estruturada numa economia de base agrícola, em que as relações entre os homens se baseavam na posse da propriedade pelo senhor feudal e pelo morador - trabalhador daquelas terras, o vassalo. Como não tinha a posse dos meios de produção, o que acontecia era o aprisionamento do empregado à terra, em luta pela sobrevivência. O patrão é o que é dono dos bens de produção, e o empregado, de sua força de trabalho. As atividades laborais agrícolas ou artesanais ficavam a cargo dos servos. Aos senhores, a liberdade dos trabalhos manuais liberava-os para se dedicarem a funções mais “nobres” como a política, a guerra, a caça e o sacerdócio. Nessa época, a idéia do ócio entre as classes senhoriais está ligada não a preguiça, mas a “*liberação da tarefa degradante para dedicação a tarefas enobrecedoras*”. Como o trabalho adquire certo grau de sofisticação dadas as novas tecnologias rudimentares, como a produção de ferramentas de trabalho, era permitido ao trabalhador “*possuir suas ferramentas e dominar o saber técnico da produção*” (ibid. p. 151). O tempo de trabalho estava regulado de certa forma pelas leis naturais, devido ao trabalho com a natureza, de caráter agrícola.

O desenvolvimento do comércio e o surgimento da indústria, ainda que rudimentar, num primeiro momento, vão provocar rupturas nessa forma de organização, ocasionando alteração na estrutura fundada na produção de subsistência e na servidão.

A partir de então, a questão do trabalho e da realização pessoal passam a ganhar espaço e atenção. O conflito que se estabelecerá entre os binômios trabalho-realização deve-se ao fato de que, *“para a maioria dos indivíduos, o trabalho que fazem não são projetos seus, como também não são seus os frutos dos esforços”* (ibid. p.151).

A nova estrutura social, voltada para a expansão do comércio, dos mercados, gera a sociedade capitalista. O sistema escravocrata no Brasil era um empecilho a essa expansão de mercado; por isso, lutou-se pela implantação do sistema de trabalho livre e, para isso, era importante a luta pela liberdade dos escravos. Eles estavam agora “livres” para disporem de sua força de trabalho. Entretanto, continuam distintos dois tipos de “homens livres”: os proprietários dos meios de produção (os burgueses ou capitalistas) e os proprietários da força de trabalho (o trabalhador livre assalariado).

Ao conceder liberdade para todos os indivíduos, a sociedade criou uma espécie de *contrato social* onde são estabelecidos os direitos de cada parte. De uma parte, a dos proprietários dos meios de produção, o trabalho como fruto da vontade e de objetivos livremente determinados; de outra parte, a dos trabalhadores assalariados, o trabalho mecânico, subordinado a uma vontade exterior (ibid. p.153). Essa separação se consolidou na Revolução Industrial.

Por esse *contrato* cabe aos proprietários dos bens imporem suas condições e, aos proprietários da força de trabalho, submeterem-se a essas imposições. Ora, é claro que essas condições não estão postas abertamente desta maneira. Como, então, fazer com que essa adesão/submissão ocorra com a concordância do trabalhador? É no funcionamento discursivo que se garantirá a reprodução dos efeitos de significação desejados (Pêcheux, 1988:216), que ocorrerá a *interpelação do indivíduo enquanto sujeito*, no dizer de Althusser (1998) e Pêcheux (1988), e *enquanto sujeito de direito*, no dizer de Edelman (1980).

Tanto patrões quanto empregados estão sendo interpelados como proprietários de algo. Mas a análise mais atenta do algo que possuem permitirá a constatação de que só quem detém o capital é que é, na verdade, o proprietário valorizado.

Se o trabalho como fator de enriquecimento pessoal era proibido na Idade Média, agora na sociedade capitalista ele torna-se legítimo. A riqueza não é mais vista como pecado, mas como “vontade de Deus”. O trabalho passa a ser significado como “força passível de gerar riqueza”; deixa de existir enquanto trabalho para atender às necessidades humanas básicas (sobreviver e procriar) e passa a significar como trabalho produtivo, ou seja, sinônimo de progresso e de salvação divina. A ociosidade para a classe abastada (para a laboriosa já o era) passa a ser a negação de Deus. O trabalho é visto como uma oração, e quem se “*resignasse à pobreza não merecia a salvação divina*” (Ribeiro, 1995:153).

As modificações econômicas, as lutas dos trabalhadores da Idade Média reivindicando seus direitos, aliadas às tentativas das elites de implantarem o sistema de “trabalho livre”, vão desembocar na concepção burguesa de liberdade

individual do homem que é a de “*que o homem é livre para usar a força de seu corpo como uma máquina [grifo nosso] natural e para evocar de forma soberana o que deseja para si mesmo*” (ibid. p. 152).

O trabalho de Lagazzi (1988:40) aborda essa questão do direito burguês. Ela cita Mialle (1980), para quem “*o modo de produção capitalista supõe como condição de seu funcionamento a atomização, quer dizer, a representação ideológica da sociedade como um consenso de indivíduos separados e livres*”, sendo que “*no plano jurídico essa representação toma a forma (...) do sujeito de direito: (...) somente um sujeito dono de sua vontade pode, tem a liberdade, de vender ou não sua força de trabalho a um outro sujeito de direito. É um ato livre, que somente um sujeito de direito livre e igual, pode realizar*”. Lagazzi esclarece em seu trabalho que “*essa liberdade imputada ao sujeito-de-direito capitalista faz parte da ideologia jurídica capitalista, que camufla as razões econômicas que levam o sujeito a precisar vender sua força de trabalho*”; e, continua, “*é um sujeito que pensa ser dono de sua vontade, que pensa ser livre, que se apóia na ilusão de ter o controle sobre si, mas que se encontra imerso nas relações de poder do modo de produção capitalista.*”

Essa propalada “liberdade”, “livre escolha”, com as necessidades do mercado e as novas tecnologias introduzidas, vai-se revelar um engodo. As escolhas já estão alhures determinadas. O trabalho que interessa a ambos os proprietários é aquele que permite “vencer na vida”. E, “vencer na vida” significa acumular bens materiais (produzidos pela tecnologia) e ostentar poder e/ou status (dentre as várias formas de poder, o empreendedorismo a que todos os trabalhadores são chamados).

Passo agora à análise de enunciados **recortados** dos textos do dossiê. O **recorte** é uma unidade discursiva em cujas formulações é possível a leitura parafrástica e polissêmica dos vários movimentos sofridos pelo significante. Por definição, “*todos*

os sentidos são sentidos possíveis: Em certas condições de produção, há a dominância de um sentido possível sem por isso perder o eco dos outros sentidos possíveis” (Orlandi, 1984:20). É o que estaremos investigando para o signo **trabalho** e seus derivados.

Ao tratar cada formulação, identificamos seus autores pelas letras iniciais de seus nomes; o número ao lado dessas iniciais indica a página do dossiê de onde essas formulações foram retiradas.

Estaremos falando em posição sujeito-empresário e posição sujeito-trabalhador, a partir do que Pêcheux (apud Orlandi, 1999:90-91) chama de processo discursivo:

... o sistema de relações de substituição, paráfrases, sinonímias, etc., que funcionam entre elementos -significantes- em uma formação discursiva dada. Esse sistema de relações conterà propriedades discursivas materiais que referem a língua à história para significar, em sua relação língua- exterioridade. (...) Essa materialidade discursiva permite compreender os processos de constituição dos sujeitos e dos sentidos, isto é, como os sentidos e os sujeitos nele se constituem e a seus interlocutores, como efeitos de sentidos filiados a redes de significação.

Isso equivale a dizer que o sentido não está associado às palavras ou aos enunciados, mas depende da enunciação dos enunciados, que, por sua vez, depende das condições específicas, ou, como diria ainda Pêcheux (1988:160):

“... as palavras, expressões, proposições, etc., recebem seu sentido da formação discursiva na qual são produzidas...”

Quais são as condições sócio-históricas que produzem os enunciados que examinaremos?

Ao analisarmos essas formulações, verificamos que seus autores pertencem à faixa da sociedade que tem acesso ao conhecimento, à informação, e mais, produzem conhecimento, ou seja, “verdades”. Eles são:

C.K. Prahalad (CKP), professor e presidente de empresa nos EUA.; Peter Drucker (PD), professor, autor, inventor da disciplina “Administração” nos EUA; Tom Morris (TM), professor de filosofia, escritor de negócios nos EUA; Michio Kaku (MK), professor de física teórica e autor nos EUA; e Renato Guimarães Ferreira (RGF), professor da FGV no Brasil, consultor, trabalhou na Inglaterra.

O fato de serem cinco professores faz com que seus discursos tenham peso por dois motivos pelo menos: falam de um lugar autorizado, o de *mestre* ou *autoridade convenientemente titulada*, no dizer de Orlandi (1987:21); aquele que une o saber o que ensina e o poder de dizê-lo. As formulações a seguir apontam para esse saber/poder dizer:

CKP p. 44- (1) *“Em cinco anos, 50% de tudo o que sabemos hoje será tóxico. A questão é saber qual metade devemos esquecer.”*

p. 44 - (2) *Aprendam a importância do não conformismo.”*

Esses enunciados exemplificam um pensamento analítico, marcado por um processo de reflexão e estudo da conjuntura nacional, cuja posse autoriza ao aconselhamento de outros. Como a observação e a análise fazem parte do comportamento científico, produzem um efeito de veracidade, de cientificidade. O verbo aprender faz “ressoar” o discurso escolar, em que se presentificam as posições professor-aluno. Aquele que enuncia esse verbo, e usando-o no imperativo, cria para o outro a posição de aprendiz, ficando ressaltada sua (a do mestre) posição hierárquica.

Ainda focalizando o imperativo, observamos que os subtítulos presentes no artigo desse autor estão nesse modo verbal. Só dá ordem quem tem poder para tanto; e o poder de um professor advém da autoridade do seu saber:

(3) *“Seja um pensador solitário.” “Vá para a zona de desconforto.” “Inspire os outros”. “Dê ênfase à mudança”. “Alimente a imaginação.”*

Passemos a outras formulações:

P.D. p.48 - (4) *“Num espaço de tempo muito curto nós não acreditaremos mais que a aposentadoria represente o fim da vida de trabalho.”*

TM. p. 52 - (5) *“Estou convencido de que muitos aspectos da antiga sabedoria poderão nos preparar, de maneira única, para tirar o máximo proveito das oportunidades de negócios com que o futuro nos brindará.”*

Esses fragmentos apontam o lugar de quem fala, e para quem se fala: pessoas interessadas no mundo dos negócios. Esses dizeres vão se incorporando a outros dizeres, cristalizando-se, institucionalizando-se. Nessa incorporação acontece algo importante, pela própria posição ocupada pelos enunciadores: seus discursos vão, pouco a pouco, sobrepondo-se a outras falas e silenciando-as.

Outra observação importante a ser feita, é a origem de quatro dos professores, americanos. Seus enunciados estão alinhados com a matriz, de onde vem a orientação da política neoliberal e os discursos de globalização com a orientação econômica a ser seguida por todos. Suas falas são marcadas pelo dizer hegemônico americano que dita as regras do neoliberalismo. Esse dizer informa um lugar marcado pelas condições de produção. Por conseguinte, *“não é o sujeito (locutor) que se apropria, mas há uma forma social de apropriação da linguagem em que está refletida a ilusão do sujeito, isto é, sua interpelação feita pela ideologia. É nesse jogo de lugar social e dos sentidos estabelecidos que está representada a determinação histórico-social do discurso”* (Orlandi, 1987:110).

A grande transformação no trabalho deu-se graças à revolução tecnológica. As máquinas passam a tomar o lugar dos homens em tarefas que são repetitivas; o

computador passa a ser ferramenta básica; empresas passam a controlar o trabalho, não são mais as corporações familiares, e criam uma espécie abstrata de ser, o chamado *mercado* que, paradoxalmente, dirige concretamente as ações dos homens, apontando para o fetichismo a que se referia Marx. A exploração da natureza na Velha Economia, baseada no “capitalismo de commodities” é substituída, na Nova Economia, pelo “capital intelectual”, que operará com *negócios*. Esse é um dos sentidos que o trabalho adquirirá.

Se antes havia a preocupação com o trabalho exercido na organização familiar, enquanto “ato de criação”, agora é, com o trabalho exercido nas empresas, “ato de reprodução”. Ao retirar o homem do meio rural e trazê-lo para o trabalho nas indústrias, no advento da Revolução Industrial, criou-se a dependência do homem a um outro sistema organizacional mais complexo que o daquele das relações domésticas. A revolução tecnológica complexifica ainda mais essas relações. Os sujeitos-empresários falam da empresa como um único lugar de trabalho, e da revolução tecnológica como fato irreversível e como fenômeno propiciador de aprimoramento, ou seja, a busca da excelência. Observe-se:

CKP -p.46 - *Como eles vão entender como a Web vai mudar seu negócio?*

MK -p.60 - *Graças ao avanço da tecnologia ele [o computador] será capaz de responder em minutos às mais diversas questões como qual a taxa de juros mais barata do mercado.”*

p.63 - *No chão da fábrica, os robôs já tomam e vão continuar a tomar vários lugares ocupados por funcionários.*

O que há em comum nessas formulações anteriores é o lugar de onde seus enunciadores falam: da posição de empresários. O lugar do empresário, em suas formulações aparece como lugar do saber: (RGF-66) “*É claro que nossa rapidez de adaptação, nossa agilidade mental e física, nossa mobilidade e desenvoltura têm sido*

valorizadas pelo mercado de trabalho, cada vez mais exigente.”; como o lugar do saber profético porque vislumbra/visualiza o futuro: (TM- 55) “E o futuro dos negócios requererá isso [parceria, colaboração, aliança] mais do que nunca.”; como lugar de preocupação com as empresas:

(CPK- 44) *“Por que empresas fabulosas perdem a liderança do mercado?”; como lugar de quem negocia: (CKP- 46) “Você consegue imaginar o impacto que isso terá na maneira como fazemos negócios?”*

Essas formulações apontam para a autoridade do enunciador, alguém que está inserido nesse novo mercado e o conhece, o que reforça a legitimidade e a veracidade daquilo que diz.

Em tempo, cabe aqui fazer uma distinção na visão sobre o trabalhador do capitalismo do século XIX e parte do século XX, e do capitalismo que se instala mais especificamente a partir da década de 80, o chamado capitalismo neoliberal.

O trabalhador do sistema capitalista até os anos 60, 70, sob a influência das concepções de Taylor e de Ford, era visto como um “parafuso dispensável”, não precisava pensar, realizava tarefas rotineiras, trabalhos de execução, com mão-de-obra pouco qualificada.

Já o aprimoramento tecnológico, principalmente a partir dos anos 80, exige um novo tipo de trabalhador, criativo, flexível e qualificado, que precisa do acesso à informação e a capacidade de resposta imediata às variações (Carmo, 1998:47).

O lugar desse novo trabalhador visto como parceiro começa a ser construído pela referência a ele, no emprego da 1ª pessoa do plural [grifos nossos] de que o locutor faz uso:

CKP- 44: “*Em cinco anos, 50% de tudo o que **sabemos** hoje será tóxico.*”

PD- 49: “*Portanto, antes de mais nada, **temos** de saber quem **somos**.*”

PD- 51: “... o fato de **ocuparmos** um espaço onde qualquer trabalhador que esteja interessado em adquirir conhecimentos possa realmente descobrir quem ele é e aprender a administrar a si próprio.”

TM- 55: “*Se **respeitarmos** e **alimentarmos** esses quatro preceitos em todas as nossas relações com as pessoas, **criaremos** em nossas organizações um espírito de corporação mais forte e ...*”

- 55: “*Não **podemos** deixar que nossos hábitos e orgulho impeçam a abertura e a mudança*”.

O efeito de sentido dessas formulações é apresentar enunciador e enunciatário como ocupantes do mesmo barco, como sujeitos que compartilham os mesmos desejos e expectativas, que estão submetidos às mesmas condições.

Nas formulações a seguir há um apelo feito diretamente ao interlocutor, com o uso do pronome você , explícito, ou subentendido, como em (50). Com o uso do pronome indefinido todo continua-se o processo de interlocução:

CPK- 45: “*Se **você** quer ser um líder, precisa encontrar um caminho único para si mesmo.*”

PD-48: (título) “*Você está preparado?*”

PD- 50: “*Não é difícil aprender a dizer “por favor” e “obrigado”, nem aprender boas maneiras...*”

TM- 53: “*Todo trabalhador no século 21, seja nas linhas de produção, seja nos escritórios, precisará ver a si mesmo como um empresário independente, um vendedor especializado de serviços com uma marca muito especial, conhecida de todos.*”

O uso de ocê produz o efeito de informalidade, de aproximação entre o empresário-autor e o leitor distante. No uso de Todo há, de certa forma, uma provocação, visando à sujeição, porque, se todo trabalhador precisará criar o marketing de si mesmo, então o leitor, que é trabalhador, deve-se sentir incluído nessa necessidade, sem outra saída. É interessante observar o uso do futuro precisará, produzindo um efeito de obrigação.

A nomeação das características básicas desse trabalhador é um outro mecanismo discursivo de interpelação que será estudado num capítulo à parte.

O que fica ressaltado desse primeiro momento de análise é que, (não necessariamente nessa ordem), se o olhar sobre o trabalhador varia, é porque o trabalho que ele executa também mudou. Trabalho passa a ser significado como mercado, como negócio, como empresa e como profissão. Assim, dependendo da relação que o trabalhador tiver com esses *sentidos de trabalho*, este significará dor, castigo ou prazer. Aquele que se aliar à concepção globalizada será, com certeza, feliz; o que se opuser, será infeliz.

Quando os empresários falam de mercado, apontam para o fato de que não são mais exigências, necessidades pessoais, mas exigências coletivas, ditadas não pelo indivíduo, mas pelo empresariado que define o que será produzido e para quem: as empresas não trabalham só com necessidades nacionais (locais, regionais), mas com necessidades (instáveis) do mercado internacional. Sem falar das necessidades criadas pela expansão de mercados de trabalho:

RGF- p.65: *“É curioso como isso [considerar o mundo sob nova ótica] se aproxima das recomendações que têm sido feitas sobre as mutações vertiginosas do mercado de trabalho...”*

p.66: *“Hoje a velocidade parece cada vez maior, exigindo um aumento da nossa capacidade de agir com rapidez.”*

Outro olhar sobre o trabalho permite verificar que ele é também significado como negócio: não é o trabalho para subsistência, mas o trabalho feito para se obter lucro.

Estamos também diante de trabalho sinônimo de empresa, na medida que é na empresa que se fazem empreendimentos conduzidos por pessoas empreendedoras. A aparente redundância se faz necessária para expor os radicais dessas palavras cognatas. Num mercado em que o trabalho com carteira assinada tende a diminuir, o estímulo ao auto-gerenciamento e à iniciativa de promover trabalho para si e para os outros (proporcionados pela *WEB*, por exemplo) é valorada positivamente. Empresa, nos séc. XX, XXI, recobre tanto a empresa doméstica (familiar), como a nacional e a internacional, e a que produz produtos, tanto como a que produz serviços (*capital intelectual*):

CKP- 46: *“Você consegue imaginar o impacto que isso terá na maneira como fazemos negócios?/ “Como eles vão entender como a Web vai mudar seu negócio?”*

MK- 63: *“Caminhamos (...)para uma economia baseada no **capital intelectual**, em que as pessoas é que vão fazer a diferença no negócio”.*

O trabalho, nesse amplo contexto, rima com profissão. O sentido que daí advém é o de que o trabalho desse milênio não é um trabalho amador, rudimentar, mas que requer especialização e que possibilita fazer/seguir carreira. Fazer carreira indica nada mais do que a(s) especialização(ões) exigida(s) por uma profissão. E, paradoxalmente, as especializações apontarão para as interfaces do trabalho, possibilitando a variabilidade das subdivisões dentro de uma mesma profissão ou profissões afins:

PD- 48: *“E mais: essas pessoas terão mais de uma **carreira**.”*

MK-62: *“Portanto, só oferecendo um serviço **especializado**, de consultoria, é que esse tipo de profissional encontrará mercado.”*

A flexibilidade ou flutuação do mercado também faz pressentir dificuldades para optar por profissão/carreira como aponta RGF-64:

*“Todos nós, ou muitos de nós, temos sentido falta de alguma **estabilidade** para conduzir nossa biografia profissional.”*

Na aparente dispersão dos discursos dos sujeitos empresários encontramos unidade quanto ao seu alinhamento com a política neoliberal. Essa posição de empresário, ao focar o trabalhador, o faz de uma perspectiva empresarial, a que se preocupa com a gestão dos negócios. Portanto, o trabalhador deve vir a ter qualificações não para seu prazer e dignidade advindos do exercício laboral, mas para serem postas a serviço da empresa. Apagam-se os outros sentidos produzidos por aqueles sujeitos que não ocupam esse lugar.

Nesse contexto, falar de outro lugar implica: 1. Não ter o espaço institucional (a revista, por exemplo) para poder falar, ou 2. Ter sua fala silenciada por não haver canais (a não ser marginais) passíveis dessa expressão. Nem mesmo leitores ou ouvintes para esse discurso não-hegemônico, provavelmente.

Falar de trabalho como memória discursiva, ou seja, na relação com o interdiscurso, traz sentidos de trabalho de outras épocas, ora aliando-se, ora opondo-se a eles.

Para tratar desses aspectos, recorreremos à sinopse histórica que apresentamos anteriormente.

CAPÍTULO III

MEMÓRIAS DO TRABALHO: FORMULAÇÕES ACERCA DO TRABALHO E MEMÓRIA DISCURSIVA

É fundamental, para a AD, a posição de que o “*sentido deve ser apreendido, ao mesmo tempo, na língua e na sociedade*”. As considerações que farei a seguir, vão na linha de buscar, no jogo entre o formulado e o implícito, acompanhar o jogo discursivo que apaga ou resgata a memória da dor e do prazer do trabalho.

Pêcheux (1988:190) diz que “a história da produção de conhecimentos não está *acima* ou *separada* da história da luta de classes”, e isso implica que “a produção histórica de um conhecimento científico dado não poderia ser pensada como uma ‘*inovação nas mentalidades*’, uma ‘*criação da imaginação humana*’, mas como o efeito de um processo histórico determinado pela própria produção econômica”.

Quero trazer essa discussão de Pêcheux para as questões específicas deste trabalho, ou seja, a questão da ligação da nomeação do trabalhador, que pode ser parafraseada (em sentido amplo), como camponês, operário, empregado e empreendedor, observando-se, efetivamente, a ligação delas com a terra, com a máquina, o vínculo empregatício e a nova visão de gestão para todos, respectivamente, bem como a questão da permanência ou ausência de três visões para o trabalho, as quais mencionarei mais à frente.

É nesse quadro histórico que podemos compreender os sentidos produzidos para o *trabalho*, e como esses sentidos foram sendo modificados.

As novas formas de organização do processo de trabalho, continua Pêcheux (ibid.p.190), tem a ver com o modo de produção capitalista bem como as novas condições da reprodução da força de trabalho correspondente a essas formas de organização.

Contudo, esses sentidos reproduzidos ou transformados repercutem, com “deslizamentos, deslocamentos, etc.”, conforme “interesses em luta numa conjuntura dada”.

É desse ponto de vista da permanência, da alteração e dos deslizamentos que podemos falar em *memória discursiva*.

A *memória discursiva*, definida por Brandão (1998:128), refere-se a “toda produção discursiva, que se efetua sob determinadas condições de uma dada conjuntura, faz circular formulações já enunciadas, fórmulas que constituíam o ritual que presidia a enunciação de um discurso anterior.” Para a AD, continua ela (ibid.p.128), a noção de *memória discursiva* diz respeito “à existência histórica do enunciado no interior de práticas discursivas reguladas por aparelhos ideológicos: como certos enunciados estão na origem de atos novos, como são retomados ou transformados, qual a força da sua permanência.”

Pêcheux (1997:53) lembra que todo enunciado é intrinsecamente suscetível de tornar-se outro, diferente de si mesmo, deslocar-se discursivamente de seu sentido para derivar para um outro, como já comentamos anteriormente. O que gostaríamos de abordar a seguir, é a apreensão da forma de existência material de uma memória discursiva, ou seja, a inter-relação entre o acontecimento desse enunciado, dessa formulação, com a memória. Ou, dito em outras palavras, como, a um “espaço de

atualidade”, vem juntar-se o “espaço de memória”. Em um outro trabalho, esse mesmo autor apresenta a memória discursiva como:

... estruturação de materialidade discursiva complexa, estendida em uma dialética da repetição e da regularização: a memória discursiva seria aquilo que, face a um texto que surge como acontecimento a ler, vem restabelecer os “implícitos” (quer dizer, mais tecnicamente, os pré-construídos, elementos citados e relatados, discursos-transversos, etc.) de que sua leitura necessita: a condição do legível em relação ao próprio legível (1999:52).

Como ler esses sentidos que vão e voltam? Eles não estão visíveis sob uma “forma estável e sedimentada”; haveria, sob a repetição, a formação de um efeito de série pelo qual uma “regularização” se iniciaria, e nessa regularização, residiriam os implícitos sob a forma de remissões, de retomadas e de efeitos de paráfrase, que podem conduzir à questão dos estereótipos (Pêcheux, 1999:52), como mostraremos mais adiante. Enfim, passemos à observação do nosso acontecimento em questão.

O acontecimento discursivo em que as formulações ocorreram é o do ano 2000. Observaremos que os traços *permanência/mudança*, *antigo/novo* são muito presentes. Não é sem razão: estávamos na virada de um novo milênio que apontava para uma era de incertezas, de necessidade de mudanças e de novidades. Notaremos como a memória de sentidos “antigos” de trabalho, construídos ao longo da história, presentificam-se nos discursos de nossos articulistas, ora para resgatar valores positivos, como o trabalho sendo capaz de produzir prazer, felicidade, ora para resgatar valores negativos, como o trabalho sendo fonte de dor, de sofrimento. Há uma tensão entre ou manter valores considerados permanentes, ou destronar valores considerados arcaicos.

Na Antigüidade (marcada pela escravidão) predomina uma concepção trágico-pessimista do trabalho, que é visto como castigo e atividade que provoca dor. Essa imagem ligada à expulsão dos considerados primeiros homens do paraíso devido à falta que cometeram, explica os sentidos de dor/castigo, através do conceito da “queda”. O trabalho, que era um privilégio (o homem devia dominar, cultivar, cuidar a terra), passa a ser castigo: *“...maldita é a terra por tua causa: em fadigas obterás dela o sustento durante os dias de tua vida. (...) No suor do rosto comerás o teu pão...”* (Gênesis 3, 17e 19). Só que o castigo, que era divino, passou a ser castigo que é impingido por alguns homens a outros homens. A memória do trabalho como prazer de cultivar e cuidar é apagada. O que se mantém é o sentido da dor; o que se apaga é a causa dessa dor que é a exploração do trabalho do outro: excesso de horas, de fardo a carregar, pouca alimentação e muita humilhação.

No Cristianismo há o predomínio de uma concepção humanista-redentora do trabalho: tanto é valorizado o trabalho do escravo, que será recompensado por servir a seu senhor (*“...servindo de boa vontade, como ao Senhor, e não como a homens, certos de que cada um, se fizer alguma coisa boa, receberá isso outra vez do Senhor, quer seja servo, quer livre”*(Efésios 6, 7-8); *“Servos, obedeci em tudo aos vossos senhores...(...) “...cientes de que recebereis do Senhor a recompensa ...”* (Colossenses 3, 22-24)), como o do não-escravo, que não deve viver na ociosidade, nem ser um peso para seus irmãos (*“... nem jamais comemos pão, de graça, à custa de outrem; pelo contrário, em labor e fadiga, de noite e de dia, trabalhamos, a fim de não sermos pesados a nenhum de vós; ...*(2 Tessalonicenses 3, 8)). Os discursos de Cristo e seus discípulos procuram resgatar a dimensão prazer do trabalho, ainda que fosse o prazer de servir. A memória do discurso “o trabalho feito com prazer não produz dor” ainda circula muito presente entre nós. Diríamos que há uma tentativa de voltar ao discurso fundante, onde o trabalho reunia “dor”, porque “fazia suar o corpo”, produzia cansaço, mas gerava prazer de ver o fruto de seu

trabalho, conforme um projeto pessoal: “*Do trabalho de tuas mãos comerás, feliz serás, e tudo te irá bem.*” (Sl.128,2)).

Já na Modernidade e pós-Modernidade o que ressalta é a concepção produtiva do trabalho, o trabalho que dá lucro. O binômio prazer-dor se mantém, mas numa perspectiva diferente: prazer fundamenta-se em lucro; dor fundamenta-se em ausência de lucro. É a dimensão econômica que passa a predominar.

Vejamos a memória da visão trágico-pessimista dos povos pagãos presente nas formulações de CKPrahalad (CKP), Mikio Kaku (MK) e Renato Guimarães Ferreira (RGF).

RGF (p.65) diz que: *O trabalho, para muitos de nós, está ficando difícil, pesado e frio.*

O trabalho aparece como sendo quase um fardo a ser carregado. A expressão *está ficando* aponta para o fato de o trabalho não ser necessariamente castigo.

MK (p.63) lembra que: *No chão da fábrica, os robôs já tomam e vão continuar a tomar vários lugares ocupados por funcionários.*

Há uma ameaça de perda do emprego a quem não se integrar às novas mudanças do mercado, entre elas, a necessidade de um trabalho criativo. O trabalho não é visto como um direito, ligado ao “dever de viver”. O trabalho aqui é significado numa visão econômica, como fator de produção. E lembrar que máquinas podem produzir melhor e em maior quantidade que pessoas, é tentativa de redimir a máquina que, se por um lado ocupa o espaço do trabalhador, de outro o libera para o lazer. Essa visão, além de poder ser significada como pessimista, pois o novo trabalhador cada vez está mais sobrecarregado, já aponta para um novo ethos

de valorização laboral; porém, mantém-se a ligação *trabalho-castigo*. A perda do emprego, a ameaça do desemprego são castigo não mais divino, isto é, de Deus para os homens, mas castigo produzido pelo próprio homem contra outros homens, dada a opção pelo lucro.

Em CKP (p. 46), temos: *O diferencial competitivo será a velocidade de reação da empresa e de seus executivos.*

Aqui, evidencia-se o ethos não-cristão em oposição ao cristão, com preferência pelo primeiro. Retira-se o homem do centro do processo, o que faz com que os sofrimentos advindos dessa escolha se apresentem como penosos ao trabalhador. Mas, como o que interessa é a produção, esse aspecto humano é irrelevante. Observa-se ainda que a oposição entre os dois lugares de observação se dá no fato de que o ethos cristão privilegia a cooperação, o que causa mais apoio e menos estresse, em oposição ao ethos não-cristão, que valoriza a competição, porque esta focaliza os lucros que advirão da rapidez e velocidade com que a empresa atua nesse contexto neoliberal dos séculos XX e XXI. Essa velocidade está ligada à invenção do relógio, fato que permitiu o controle da produção, atividade desnecessária quando o controle de produção era feito pelo relógio da natureza, os dias e noites, as quatro estações, por exemplo.

O que fica ressaltado nesse primeiro memorial discursivo é a imagem/memória do trabalho como pena, como dor, como tragédia humana a que o homem foi submetido no momento do seu ato de desobediência ao Criador.

O próximo conjunto de formulações ainda se inscreve dentro de uma perspectiva dolorosa de visão do trabalho. Só que a memória da dor é fruto da lembrança de que toda instabilidade provoca apreensão, falta de segurança e, conseqüentemente,

sofrimento também. E, por que o trabalho passa a ser atividade instável? Porque ele se distancia de atividade ligada ao “dever de viver”, característica ainda visível nas sociedades chamadas primitivas.

Peter Drucker (p.48) lembra que:

Se o seu pai fosse um camponês em qualquer lugar, você também o seria. Se ele fosse um artesão, você também seria um artesão. E assim por diante.

A memória do trabalho ligado à terra implica um certo sentido de perenidade do trabalho e pode ser lido como positivo para quem gosta da vida campestre, bucólica, mas como negativo para quem vê as ações rotineiras ligadas à agricultura e à pecuária, bem como as tarefas manuais típicas do artesanato, como falta de progresso. A idéia de antigüidade está ligada a atividade artesanal, a tradição, a antigo e, possivelmente, a prisão, em oposição a modernidade, que permite a atividade industrial, a mudança, o novo, novas opções e, portanto, liberdade... de tempo, de lazer, de escolhas. É em que se busca fazer crer.

A memória de um passado ligado à terra pode ser entendida como a memória da perda a ser lamentada por passadistas ou exaltada por progressistas: nos dois casos implica dor e sofrimento. Para estes, porque aos poucos vão se dando conta de sua dependência social para sobreviver; e para aqueles, porque se deram conta das perdas no momento de sua expulsão do “paraíso”. Onde está o prazer? Numa projeção futura, naquilo que o trabalhador “pode optar” por vir a ser.

É senso comum que o *trabalho* vem passando por modificações. De há muito se repete essa notícia e, nos tempos atuais, essa informação está registrada na memória

dos passageiros deste século como algo natural: pode causar desconforto, mas não estranheza *a priori*. A memória das alterações por que o trabalho vem passando se faz presente em formulação de Michio Kaku (p.63):

Caminhamos para uma outra direção, para uma economia baseada no capital intelectual, em que as pessoas é que vão fazer a diferença do negócio. São elas que poderão gerar novos empregos, criando novas empresas.

Essa visão de mudança não surge por acaso, ela está ligada ao surgimento da “escola das relações humanas”, que primeiro centrará atenção na análise dos comportamentos dos empregados, para, num outro momento (a partir dos anos 60), centrar-se na *descoberta do grupo*, o que irá *repor em questão a lógica individualista do fordismo e do taylorismo*, em que o trabalhador *é um simples auxiliar da máquina*, aquele que *executa sem refletir* (Brémond & Géledan, 1988a:365), apontando para o surgimento do novo trabalhador, aquele que deverá “pensar”.

Há um aparente ressurgimento do humanismo na Modernidade e, principalmente, pós-Modernidade. Aparente porque a inteligência, capacidade e talentos humanos são transformados em capital, em mercadoria. A empresa que possuir essa “melhor mercadoria”, fará a diferença. Fazer a diferença é significado como “gerar novos empregos” e “criar novas empresas”. A idéia do trabalho em uma empresa opõe-se à idéia do trabalho ligado à terra, por exemplo. Esse sentido vem sendo construído desde a Revolução Industrial. Posteriormente virá a “necessidade” da agricultura mecanizada.

Em Tom Morris (p.53) o trabalho está ligado à idéia de *sucesso*, de *status*, e não mais de *subsistência*:

O verdadeiro sucesso nos negócios e na vida envolve três coisas - descobrir nossos talentos, desenvolvê-los e utilizá-los tanto para o bem alheio quanto para o próprio bem.

Trabalhamos para obter prestígio social, reconhecimento público, sucesso. Sucesso é significado como “colher os frutos do trabalho”, e isso dá prazer. Entretanto, a essa dimensão nova de “brilho” pessoal, permanece um sentido social que, segundo o Dicionário Enciclopédico Luso-Brasileiro, p.1776, foi inspirado pelo cristianismo: prestação de serviço, cooperação entre os homens e fator de união.

Tom Morris propõe, após a descoberta dos talentos, o desenvolvimento e utilização desses talentos tanto para si como para os outros.

Esses sentidos, que parecem “pioneiros”, trazem à memória o ideário cristão e nos lembram Foucault (1996:26), quando diz que “o novo não está no que é dito, mas no acontecimento de sua volta”. Os liames entre passado e presente são frágeis, porque a história é construção humana ligada a interesses de grupos hegemônicos que detêm o poder de provocar o aparecimento ou o desaparecimento de sentidos e valores, que são perpetuados ou não, a maior parte das vezes, sem a consciência do enunciador interpelado, de toda a complexidade subjacente a esses processos.

Peter Drucker (p.51) afirma que :

O trabalho voluntário numa igreja ou em qualquer outra organização é a oportunidade que o mundo dos negócios tem para se desenvolver.

Essa formulação apõe trabalho e voluntário, representando uma complexidade pós-moderna, a da ambigüidade, do ecletismo, isto é, da mistura. A figura retórica denominada oxímoro ocorre em trabalho voluntário. Aliada à sua acepção de pena, sofrimento, como alguém pode, por vontade própria, aspirar a ele? Nesse oxímoro estão representados dois ethos: o cristão, em que o trabalho é feito como doação, como forma de cooperação, e o não-cristão, por assim dizer, em que o dar está ligado a receber. Na formulação de PD, o sujeito da oração principal [o trabalho ... organização] atualiza a memória do discurso cristão, doação gratuita; a oração subordinada, ancorada no predicativo do sujeito [oportunidade], retoma-o como o ensejo que o trabalho voluntário oferece de doação interesseira: dão para tirar proveito posterior.

A expressão *trabalho voluntário* remete às *diversas formas de atividade próprias da economia solidária* e do “*Terceiro Setor*”, conforme Antunes (2000:113), que lembra que, se essas formas possibilitaram a “*incorporação de homens e mulheres que foram expulsos do mercado de trabalho e das relações de emprego assalariado e passaram a desenvolver atividades não-lucrativas, não mercantis, reinvestindo nas limitadas (mas necessárias) formas de sociabilidade que o trabalho possibilita na sociedade atual*”, não deixam esquecer que essas atividades “*cumprem um papel de funcionalidade em relação ao sistema, que hoje não quer ter nenhuma preocupação pública e social com os desempregados*”. Essas reflexões remetem à responsabilidade do sujeito-de-direito, que abordaremos noutro capítulo.

A possibilidade do cruzamento dessas memórias antagônicas numa mesma época é própria da sociedade pós-moderna: um ecletismo, mistura de várias tendências e estilos (Santos, 1986:18), devido ao fato de vivermos uma era de incertezas, em que as verdades absolutas foram destronadas, restando então uma

tentativa de conciliar as “novidades incertas” mas esperançosas (o novo capitalismo, o Terceiro Setor), com os “estilhaços” recuperáveis do “antigo destruído” (os aspectos humanos do socialismo).

Retomamos a reflexão de Pêcheux no início deste capítulo, para confirmar que os sentidos de trabalho ligados a dor/prazer vêm sendo construídos como algo natural, fruto de uma evolução natural, apagando-se o percurso histórico-ideológico desse sentido. Tanto sofreram o processo de interpelação os empresários-enunciadores, como o leitor-enunciatário, que consomem como naturais as três visões que expusemos para **trabalho**, e não como construções históricas determinadas pela produção econômica, e pelo próprio sentido do que **economia** quer dizer, ou seja, *limitar despesas a fim de constituir pecúlio* para a troca e escolhas, ou como pensava Marx, *como o estudo das formas como os homens produzem, consomem, trocam e regulam a repartição no seio de relações de produção características de uma sociedade* (Brémont & Gélédan, 1988b: 128-9).

O leitor é interpelado como *sujeito de direito* ilusoriamente, já que não tem escolha sobre que trabalho executar, porque continua desprovido dos bens de produção, e só tem a sua força de trabalho, o que o faz recorrer aos conselhos dos entendidos no mundo empresarial, no caso, os nossos articulistas, e porque a esse sujeito não fica evidenciado o processo histórico que justifica a **forma-trabalho** de hoje. O já-dito para o trabalho é que este implica sofrimento, exige atividade (por oposição a acomodação) e produção. Que é assim desde sempre, é o que se procura justificar, mas o conhecimento da luta de classes revela que esses sentidos são fruto de exigências de adaptação ao mercado de trabalho. Outra ilusão do sujeito está na ambigüidade de poder ser empregado (*descobrir talentos*, p.53) ou empregador (*gerar novos empregos, criando novas empresas*, p.63), como se de fato houvesse

(alguma) liberdade nessa escolha, quando ambos estão sujeitos às leis do mercado, que determina o produto a ser vendido, o valor desses produtos, bem como o perfil desejado e necessário para o trabalhador.

Portanto, as formulações de **trabalho** trazem uma memória ligada a sofrimento que remete à gênese da história do homem; traz uma memória de mutabilidade, como se essa característica lhe fosse inerente e não circunstancial; e uma memória mais recente sendo formada, que aponta para a dimensão produtiva do trabalho, que foi construída pelos articulistas em cima das formulações negócio, profissão, mercado, empresa, capital, emprego, porque o trabalho nesta Era cria não só produtos, como também prestação de serviços (Antunes, 2000:13), e torna o sujeito uma mercadoria bastante disputada, como veremos em um outro capítulo. O trabalho, naquela virada de século, era apontado discursivamente como novidade, desde a mudança do foco nas exigências para sua realização (*caminhamos para uma outra direção*, p.63), até nas novas perspectivas oferecidas: oportunidade social (p.51), trabalho voluntário (p.51), diferencial competitivo (p.46). O antigo a ser descartado, é o trabalho do artesão, do camponês (p.48), em oposição ao trabalho do executivo (p.46).

Ao abordar os sentidos do trabalho e a constituição do sujeito-trabalhador, caminhamos da visão prazer/dor, para a de antigo/novo, que será melhor abordada ao se tratar dos “gestos de designação” ou nomeação para esse novo trabalhador.

CAPÍTULO IV

UMA CENA DISCURSIVA: DESIGNAÇÃO/NOMEAÇÃO, JOGO DE IMAGENS, ESTEREOTIPIA

Qual a importância de um nome? O que é que tem dentro do nome?

“-Eu não entendo o seu nome - disse ela. -Olimpico?

(...)

-Eu sei mas não quero dizer!

-Não faz mal, não faz mal, não faz mal... a gente não precisa entender o nome.”

(Lispector, Clarice. A Hora da Estrela. Nova Fronteira, 1984, p.53)

“Sé outro nome. Que há num simples nome?

*O que chamamos rosa, sob uma outra
designação teria igual perfume.”*

(Shakespeare. Romeu e Julieta. Ediouro, s/d, p.54)

Esses fragmentos ilustram um problema lingüístico: a questão da referência, da designação e do sentido. As paráfrases podem ter a mesma referência, mas os sentidos mudam com as diferentes nomeações. Não queremos entrar nas reflexões de Frege, Ducrot e outros sobre as questões envolvendo o sentido e a referência; mas, para tratar das nomeações que a palavra trabalhador recebeu e vem recebendo, é preciso esclarecer que o nome deve ser visto como “*objeto enquanto exterioridade constituída de algum modo pela linguagem*”, mas que “*não se reduz ao que se fala dele, porque é objetivado pelo confronto de discursos*”. Sendo assim, “*a relação de designação é uma relação instável entre a linguagem e o objeto, pois o cruzamento*

de discursos não é estável”, tornando extremamente interessante “*observar o que esse cruzamento não deixa designar*” (Guimarães, 1995:73-74).

Ao nos confrontarmos com um nome, estamos diante de processos de designação que instalam um lugar de “estabilidade referencial”, que apaga a construção histórica que está por trás daquela nomeação.

Ao jogarmos no palco da linguagem os vários nomes com que os articulistas designam o trabalhador do século XXI, queremos chamar a atenção para o espetáculo dessa “cena” que, pelo processo discursivo da identificação com essas nomeações e da reprodução delas, constitui o sujeito em sujeito de seu discurso, ao mesmo tempo em que leva ao assujeitamento tanto do enunciador (os articulistas) quanto do enunciatário (o público-leitor, os trabalhadores), garantindo o sucesso do processo de **interpelação**.

De que trabalhador se está falando? Todos os homens realizam sua intervenção na natureza da mesma maneira?

O nome trabalhador, devido ao efeito do funcionamento ideológico no discurso, apaga os efeitos discursivos provocados pela inscrição da língua na história. Assim como o nome trabalhador apaga as diferentes relações do homem com a natureza, apaga também as suas diferentes relações com a História. Até o presente século, vimos o profissional ser nomeado dessa forma genérica, ou então pelas funções que desempenhava. Hoje, o nome mais empregado para o trabalhador no meio empresarial é empreendedor. Um passeio pela História permitirá que se observe que essas transformações são fruto de contingências histórico-sociais. Portanto, ao focalizar as diversas **designações** pelas quais se nomeiam o trabalhador, pretendo mostrar os

efeitos dessa inscrição e também que a relação parafrástica que há entre as nomeações usadas pelos articulistas remete ao fato de que esses locutores pertencem à mesma formação discursiva.

Todas as nomeações que serão estudadas neste capítulo são paráfrases para trabalhador, mas o acontecimento que preside a existência da estrutura verbalizada permite leituras significativas, entre elas a leitura do lugar daquele que enuncia. Apoiados em Hobsbawm (1989: 4 a 17), tentaremos abarcar o trajeto desses acontecimentos que interessam a nosso propósito.

O acontecimento do Feudalismo, que apresenta o homem ligado à terra, nomeia o trabalhador de camponês. Hobsbawm cita que a Revolução Industrial estabeleceu um modo de produção adaptado a uma classe de assalariados já existente, a dos chamados “trabalhadores pobres”, que eram os antigos artesãos, tinteiros, tipógrafos, sapateiros, etc. Esses proletários (=trabalhadores pobres) fabris e mineiros, viviam a experiência coletiva de enfrentamento entre donos capitalistas e assalariados.

O autor esclarece que a classe operária enquanto classe é fenômeno histórico novo. E a razão é que *“o capitalismo foi o primeiro modo de produção na história que criou uma grande quantidade, uma massa crescente de seres humanos sem acesso aos meios de produção”*. E que, por esse motivo, *“esses homens foram obrigados a ganhar sua vida pelo trabalho assalariado, trabalhando para os que monopolizam esses meios de produção”*.

Pelo acontecimento da Revolução Industrial, temos o trabalhador que vai operar máquinas e ferramentas nomeado genericamente de operário. Por volta de 1850, aproximadamente, o sistema industrial teve um enorme crescimento baseado na

tecnologia. Precisava-se de braços, pessoas sem qualificação e sem ter nada além da vontade de trabalhar na construção, no transporte, nas minas. A tecnologia dessa época era baseada em uma *“certa simbiose entre a nova máquina e o trabalho manual”*.

Por ocasião do acontecimento da revolução tecnológica, a situação do trabalhador se complexifica, já *“não existe um só modelo de classes operárias”*, daí a diversificação de nomeações para esse trabalhador, não ligadas a profissões em si, mas a funções exercidas: líder, vendedor especializado, realizador, etc.

Essas metamorfoses ocorridas nos afazeres do trabalhador, e, conseqüentemente suas nomeações, registram esse percurso, quando o nome se liga à ação do trabalho: *camponês, lavrador, trabalhadores da terra; operário, trabalhador das máquinas*.

As nomeações estudadas atestam que o trabalhador continua desprovido dos meios de produção e mais, que agora ele tem não só sua força de trabalho, mas a si mesmo como meio de produção, sua inteligência (que no trabalho manual/braçal da fábrica era desprezada), seu talento.

Ao se dirigir ao trabalhador, cobrando-lhe as novas funções, os articulistas empresários alinham-se ao discurso patronal, que se alia ao neoliberalismo que, citado por Carmo (1998:36), via a desigualdade social como um valor positivo, até mesmo imprescindível, em oposição ao Estado do Bem-Estar Social, que estaria sendo letal à liberdade dos cidadãos, e enfraquecendo a concorrência, responsável pela prosperidade de todos. Nesse contexto, instala-se uma ambigüidade, os talentos valorizados não são mais braçais, e sim, intelectuais: liderança, capacidade de realização, habilidade para vender e vender a si mesmo.

E as *designações/nomeações* que serão produzidas vão atuar como um clichê que, ao construir um *imaginário* para o trabalhador, funcionarão, pelo processo da *interpelação*, criando uma *imagem* estereotipada para o novo trabalhador, imagem da qual ele não poderá escapar, se quiser ter sucesso como profissional desses novos tempos. Abordaremos também a **estereotipia** como funcionamento discursivo.

Os textos, em sua materialidade discursiva, contêm indícios, vestígios, pistas dos processos de significação (Orlandi, 1999:89). A AD trabalha com formas materiais (=marcas) que reúnem forma-e-conteúdo. São essas marcas que possibilitarão a compreensão dos sentidos como *efeitos de sentidos filiados a redes de significação* (Orlandi, 1999:91). A *designação/nomeação*, enquanto processo discursivo, constitui-se numa marca e interessa à AD porque revela que o locutor, ao designar, o faz marcado por uma posição ideológica. Dubois (e outros, 1978:177) chama *designação o fato de um signo remeter a um objeto, a um processo, a uma qualidade, etc. da realidade extralingüística tal qual ela é estruturada pelas formações ideológicas (cultura, experiência) de um dado grupo humano.*

O mundo do trabalho vive um contexto de transição em que se tem propalado “*a substituição do trabalho pela ciência, da produção de mercadorias pela esfera comunicacional, da substituição da produção pela informação*” (Antunes, 2000:13). Outra transição, a de primazia de um sistema econômico, também ocorre, tendo como marco inicial a Queda do Muro de Berlim, que simbolizou o fim do socialismo e a “ilusão” do reinado soberano do modelo capitalista neoliberal. A mensagem neoliberal havia incluído como ponto fundamental o radical combate ao comunismo, considerado por Hayeck (1944) como a mais completa servidão humana (Carmo, 1998:37). É, portanto, nesse contexto que a imagem do trabalhador vai sendo

ideologicamente construída e produzindo os sentidos que proporemos em nossa análise.

Os textos de nosso *corpus* apresentam visões de empresários sobre os novos profissionais do século XXI. A imagem construída para esses “novos” trabalhadores é a de que eles deverão ser *empreendedores*. Estaremos mobilizando os termos nomeação e designação como sinônimos. Pêcheux (1999:55) fala em “gestos de designação” a que a AD deveria se voltar, para resgatar o trajeto de leitura de uma imagem que ficou perdida pela memória; já Haroche (1992:205), citando Pêcheux, fala em “processo de designação” (de classificação ou ainda de descrição) como não neutro. O que veremos, através dos processos de nomeação, é como os nomes das funções exigidas para os novos trabalhadores indicam o lugar daquele que enuncia. Começemos por Prahalad.

(CKP) - p.44: *O papel dos líderes do futuro será gerenciar o presente, esquecer seletivamente o passado e dar combustível para o futuro. Se você quiser ser um líder dessa nova era precisará criar o futuro desde já.*

p.46-47: *O que importa é você ser rápido, esperto e ágil. Um ativista é uma pessoa que quebra barreiras.*

O trabalhador está sendo nomeado como líder e ativista. Há a construção de um leitor interpelado diretamente pelo pronome de tratamento você a exercer esse papel de liderança, que consistirá no gerenciamento do tempo, entre outras atividades. O uso do condicional se é mero recurso persuasivo que busca suavizar o autoritarismo da interpelação, porque esse leitor do séc. XXI não tem escolha; ele, enquanto novo trabalhador, terá que ter liderança.

Ao designá-lo como ativista, desconstrói seu posicionamento alinhado com o fordismo-taylorismo, o que precisava do trabalhador manual e que visava à quantidade da produção, à velocidade da produção, interesses do capitalismo dada a necessidade de expansão de mercados, para re-significá-lo como o trabalhador intelectual. É silenciado em benefício de que(m) ele deverá ser rápido e ágil. Sua esperteza em quebrar barreiras, chegar ao sucesso, silencia a possibilidade de ter que usar sua esperteza para “jogar conforme as regras do mercado”, que, como se sabe, muita vez “não joga limpo”. Ativista mobiliza também outros sentidos. Um deles refere-se àqueles que, nas décadas de 60 e 70, lutaram pela garantia dos direitos civis, contra estruturas arcaicas e contra toda forma de (o)(re)pressão. Os ativistas eram odiados pelos poderes constituídos, que intervieram com fúria sobre os que lutavam contra as ditaduras ou a retomada de um “socialismo com face humana”. Ativistas, palavra anteriormente mal vista pelo capitalismo, quando ainda preso à concepção do “homem-parafuso”, associada aos “black panthers”, aos movimentos de estudantes e operários do *Maio de 68*, refere-se a pessoas que tomaram seu destino em suas mãos. É essa leitura de ativistas que os articulistas parecem querer resgatar. Outra leitura ainda possível, retomando das três visões para o trabalho, a trágico-pessimista, é a preocupação de afastar a idéia do castigo de trabalhar, do modelo fordista, para o prazer do trabalho pelo fato de se poder executar uma atividade, projetos, quando outros não podem trabalhar.

(PD) - p.50: *Os grandes realizadores sempre se fizeram essas perguntas. (...) Os super-realizadores sempre souberam quando deviam dizer não.*

Trabalhador nesses exemplos é nomeado como realizador. Embora todo trabalho vise à produção de algo, segundo a cartilha capitalista esse algo se torna mercadoria, e nesse momento do capitalismo selvagem, a produção da mais valia é essencial. Se

realizador remete para uma dimensão criativa, e por isso humanista do ser, os prefixos em função de adjetivo grandes e super indicam *excesso, intenso*, no sentido de que ultrapassam o ordinário, e apontam para uma dimensão produtiva que retorna à idéia de produção pela máquina, do fordismo-taylorismo. O homem deve aproximar-se, em sua dimensão produtiva, da máquina, ou ser substituído por ela, podemos ler sub-repticiamente. Outra implicação desta formulação reside na oposição entre grandes e super realizadores. É importante a ação, gerar lucros, mas é importante também selecionar as ações efetivamente produtivas. No fundo, o que está em questão é a noção de valor da força de trabalho. Como os tempos atuais exigem especialização, é preciso saber fazer escolhas. Mas, essas escolhas não suprimirão a exploração inerente ao capitalismo na apropriação da mais-valia (=apropriação do trabalho gratuito do trabalhador, feita pelo capitalista). Segundo Marx (apud Brémont & Gélédan, 1988a:386), “*a incorporação do progresso técnico modifica as condições de formação da mais-valia, abrindo aos operários a via da melhoria do seu nível de vida sem que, porém, a exploração seja suprimida*”. Por conseguinte, não é apenas questão de uma decisão pessoal, mas de uma contingência estrutural.

(PM) - p. 52: *A coisa mais fácil do mundo é dar conselhos às outras pessoas. É por isso que o mundo está tão repleto de gurus e comentaristas que aconselham sem sair de suas poltronas. Conselho é uma das categorias mais disponíveis do mundo. Mas bons conselhos, ironicamente, são difíceis de encontrar. Os que se aproximavam de Tales para levar suas questões sobre a vida faziam bem em procurar um verdadeiro especialista em natureza humana. E o filósofo não os desapontava.*”

p.53: *Todo trabalhador no século 21, seja nas linhas de produção, seja nos escritórios, precisará ver a si mesmo como um empresário independente, um vendedor especializado de serviços, com uma marca especial conhecida de todos.*

As formulações acima fazem referência a um outro profissional dos novos tempos, aquele que dá conselhos, através das nomeações *gurus* e *comentaristas*. Eles são os profissionais que, experientes devido ao seu saber, podem aconselhar. É interessante observar que experiência aqui não se refere a uma idéia temporal, a quantidade de anos que o profissional tenha, mas a uma dimensão “qualitativa”, a quantidade de informações e de conhecimentos úteis (ao mercado) que ele detenha. A experiência não tem nada a ver com idade, mas com domínio de conhecimento. O novo profissional experiente pode transformar seu conhecimento em mercadoria através dos conselhos que venderá a quem interessar. Podemos notar, ainda, que a relação entre conselho e antigüidade é um modo de conferir dignidade à atividade de “dar conselhos”, produzindo o efeito de credibilidade. “Antigos”, “gregos”, “filósofos” no Ocidente são termos que geralmente usufruem de muito prestígio em determinados meios, e ainda produzem o efeito de humanização ao se oporem ao “capitalismo selvagem”.

Conselho aparece renomeado como *mercadoria*. Essa paráfrase assinala uma formação discursiva, a da economia de mercado, a do capitalismo, cujo traço fundamental é que a maior parte dos objetos produzidos se tornam mercadorias passíveis de gerar lucro; a finalidade da produção é a troca, e não o consumo direto; produz-se para vender num mercado (Brémond & Gélédan, 1988b:43). Já para uma outra formação discursiva, conselho implica doação, ato gratuito, feito pelo prazer da ajuda, e não do lucro. É curioso observar também que Tom Morris coloca ironicamente os *gurus* e *comentaristas* como aproveitadores de uma situação de facilidade, que é dar conselhos, mas, ao filiar essa formulação à Antiguidade, re-significa positivamente essa atitude de aconselhar, criticando, sim, os que dão maus conselhos por serem incompetentes. É um alerta para que, ao se procurar conselhos, busque-se um verdadeiro especialista [grifo nosso]. Os antigos procuravam pelos

filósofos, “especialistas em natureza humana”. No caso, deve-se procurar conselhos dos especialistas no mundo empresarial, dos negócios, assim como aqueles que escrevem na revista *VOCE S/A*, extensão da EXAME, podemos entender.

O novo profissional aparece nomeado também como empresário independente e vendedor especializado de serviços. As propriedades do discurso referem a língua à história para significar. Como interpretar os sentidos dessas formulações? A capa de nosso dossiê aponta para o problema de como ficará o emprego no futuro. Pela opção de modelo econômico feita, sabemos que o que interessa é a produtividade. Os problemas para o homem, advindos dessa escolha, deverão ser resolvidos por ele mesmo, que não participou do processo decisório, mas que sofre suas conseqüências. Trabalho com carteira assinada está em extinção; a esse homem cabe gerir seu próprio negócio, ou vendendo-se a si mesmo, como trataremos mais adiante, ou aos produtos postos no mercado.

Essas formulações atestam a tentativa de fabricação/representação de uma realidade em que o indivíduo tem liberdade de escolha, mas desde que se especialize. O conflito entre ter liberdade de escolha a partir de seus próprios interesses e ter que se especializar naquilo que o mercado propõe fica silenciado. Como o discurso consegue manipular essa tensão entre o que é dito e a realidade da falta de empregos, de exclusão do mercado de trabalho, de exploração da força de trabalho do trabalhador? Apresentando uma realidade em transição, com a promessa de um novo mundo a ser construído, projetando-o para o futuro, uma idéia temporal abstrata, pois pode significar amanhã ou anos, seduzindo o interlocutor com a idéia de modernidade e apelando para seus méritos e responsabilidade por decisões pessoais, interpelando-o como sujeito de direitos, tópico que desenvolveremos mais à frente, e que leva o sujeito a responsabilizar-se por suas escolhas.

(MK) - p.61-62: *Portanto, se eu fosse bancário ou corretor de seguros, estaria preocupado.(...)Qualquer profissional que atue nessas áreas tem três opções. Primeiro, se ele tiver perfil de empreendedor... (...)Se ele não tiver esse perfil, poderá tentar um emprego nas empresas da Nova Economia(...) Em terceiro lugar, poderá se manter na área em que trabalha atualmente, mas tentando oferecer um serviço diferenciado aos seus clientes, ultra-especializado.*

Alguns grupos de profissões vencedoras no futuro são os operários, os pedreiros, os policiais e os lixeiros. Esse pessoal faz trabalhos que não podem ser feitos por computadores. (...) Os executivos podem dormir tranqüilos. Eles provavelmente continuarão a ter seus empregos. Afinal alguém sempre terá que tomar decisões.

Esse grupo de formulações enfatiza a nomeação *empreendedor*, já citada anteriormente. Gostaríamos de acrescentar que essa insistência nesse termo tem sua razão de ser pela característica de nossa época: a escassez do emprego. O *Empreendedor* aglutina em si o fato de poder ser empregado e empregador; isto é, o fato de poder gerar emprego para si e para os outros. Portanto, empreendedor, neste contexto, extrapola o sentido que lhe é comumente referido, de realizador no sentido amplo. Aqui ele é realizador de trabalho. *Executivos* parafraseia *empreendedor* num certo sentido: o da tomada de decisões, por exemplo. Enquanto este se associa à idéia da pequena e média empresa, aquele, à da grande empresa. Todo executivo é um empreendedor; o contrário, nem sempre.

Outras nomeações para trabalhadores são *operários, pedreiros, policiais e lixeiros*. O discurso que formula a continuidade desses empregados no cenário profissional indica sua ação desvinculada do computador, mas silencia para o baixo prestígio dessas profissões, com remuneração insuficiente até para suas necessidades básicas. Ao dizer que essas profissões serão vencedoras, silencia sobre o fato de elas se encaixarem na antiga divisão do trabalho, entre trabalho manual e trabalho

intelectual, e do desprestígio social que sofrem os que têm apenas sua força de trabalho, justificando sua exploração. Caberia a questão: Serão profissões vencedoras em quê? *Vencer* aparece agora significado como *permanecer empregado*. Independentemente da remuneração? A resposta, ou antes, a questão está silenciada, mas acreditamos que a resposta seja “sim”, porque ser bem ou mal remunerado ficará a cargo do indivíduo, que sempre poderá se especializar e procurar ganhar mais. “Ganhar mais” é uma idéia cultural e ideologicamente construída. O foco continua no indivíduo, sujeito de direitos. A verdade é que continuamos tendo duas “castas” de trabalhadores: os bem-remunerados e os mal-remunerados.

Outra observação que se faz necessária é quanto à nomeação operários, em especial. O operário era o protótipo dos trabalhadores do fordismo, por exemplo, e estava associado a lutas, ao motor das reivindicações. Nos textos estudados essa palavra quase não aparece e foi esvaziada de toda sua importância.

As expressões indefinidas usadas por esse autor merecem atenção nossa: *alguns*, *pessoal*, *alguém*. As duas primeiras referem-se a profissões consideradas até necessárias, mas de pouco prestígio; haverá muitas pessoas para desincumbir-se delas. A última refere-se às de prestígio, às que só uns poucos privilegiados ocuparão, porque decidir é para poucos, enquanto que executar é para o *pessoal*, para a maioria. Mantém-se a divisão entre trabalho manual e trabalho intelectual, velha conhecida. Outra tensão se instaura aqui: o discurso é contraditório, poder-se-ia argumentar, porque ao mesmo tempo em que prega o empreendedorismo, parece assinalar que nem todas as profissões favorecem a liderança. Mas a decisão de a que grupo pertencer, será pessoal, ainda que de uma pessoa marcada pela posição que ocupa na formação social. Na realidade, os catadores de lixo, ao se organizarem em cooperativas, estão dentro do espírito do empreendimento.

Na última série de formulações, de Ferreira, em que esse enunciador se baseia em algumas propostas de Ítalo Calvino, é possível observar a apropriação indébita que faz o mercado, com fins lucrativos, da ciência e da arte.

Calvino pretendia tratar, na conferência que faria na Universidade de Harvard, em Cambridge, de alguns valores literários que mereciam ser preservados no curso do milênio que entraria. Seu projeto pode ser visto, de certa forma, como maculado por essa apropriação que, ao invés de possibilitar a polemização dos discursos, petrifica-o, sedimenta-o no discurso monolítico e “monossêmico” do mercado de capitais, que visa a interesses econômicos e não a valores universais. Ou seja, a *leveza*, a *rapidez*, a *exatidão* e a *visibilidade* e a *multiplicidade* de que falava Calvino são valores universais que estarão sendo vistos como valores de troca, e não simplesmente como valores de uso (Rossi-Landi, 1985).

Nas formulações de Ferreira, esses valores universais aparecerão nomeados como atributos que o novo profissional deverá ter, para realizar com eficiência e eficácia suas ocupações, e para relacionar-se melhor com seus companheiros de trabalho.

(RGF) - p.66: *A leveza na trajetória profissional (...) nos permite tratar de maneira mais criteriosa o acúmulo e a calcificação daquilo que passou. É um critério, mas também um filtro...*

O contexto do mundo do trabalho exige profissionais flexíveis, dada a velocidade das mudanças, seja no campo do conhecimento, seja no campo das ferramentas de trabalho. É essa flexibilidade que lhe dará a *leveza* para tratar com a

estratificação, sem que isso lhe seja um peso, o fardo de que já falamos na análise da visão pessimista do trabalho.

p.66- *O futuro se desintegra em relação ao passado. Hoje a velocidade dessa desintegração parece cada vez maior, exigindo um aumento da nossa capacidade de agir com rapidez.*

A insistência na necessidade do profissional veloz. O novo paradigma que se impõe não parece diferir daquele do modelo fordista-taylorista quanto à rapidez de ações. Só que o ritmo coletivo de velocidade foi substituído pelo ritmo individualizado, centrando o desgaste não numa equipe, mas no indivíduo. E o indivíduo se sente interpelado como *sujeito-responsável-por*, daí sua adesão ao projeto de velocidade, focado numa competição pela excelência, a qual deriva de seu esforço e capacidade pessoal.

A projeção de um futuro que se desintegra velozmente em relação a um passado aponta para a fluidez, a dissolução, mas de quê? O socialismo se desintegrou com o fim da Guerra Fria. O capitalismo seria a plenitude, o estado perfeito, acabado? Daí a necessidade da rapidez nas decisões em geral, ou de qual caminho seguir.

p.66- (...) *é preciso ter um senso de direção, que nos permita continuamente dizer onde fica o norte - o nosso norte pessoal. Exatidão na vida profissional quer dizer aqui uma fuga das fórmulas genéricas, anônimas, abstratas.*

Como o próprio autor cita, “em um mercado onde a terra treme, os ventos sopram e a chuva cai”, re-enfatizando sua instabilidade, é necessário não só criatividade (que repõe a dialética homem X máquina), mas também uma bússola

pessoal para não se perder em meio às intempéries. Fugir das “fórmulas genéricas, anônimas, abstratas”, possibilita a seguinte releitura: “dirija-se para o específico, para o nominal (ou nomeado), para o concreto”, respectivamente, todos apontando para o capitalismo que se firmava como o caminho seguro, um capitalismo culto, humano, com os pés no passado de Grécia e Roma, respondendo às críticas das ideologias “derrotadas”.

p.67- O ponto fundamental da visibilidade (...) diz respeito à capacidade de tornar visível para si e para os outros (...) aquilo que parece impossível, inviável, inalcançável.

Outro atributo desse trabalhador do séc. XXI é cuidar do seu *marketing* pessoal. Como se sobressair em um mercado “repleto de estilhaços de imagens”? Nesse novo paradigma de comportamento, não importa mais só realizar o seu trabalho, é necessário cuidar da própria imagem, porque num mundo dominado por imagens, a própria imagem fala, e ela deve falar bem do seu dono, que está preocupado em investir numa carreira. As fotografias dos articulistas, todos muito bem apessoados, mobilizam esses sentidos da importância do *marketing* pessoal. É interessante comparar a “impessoalidade” do modelo anterior, o fordismo-taylorismo, com essa etapa mais pessoal, em que há a necessidade de fazer com que as pessoas se sintam participantes do processo econômico, social ou político. Entretanto, essa participação visa a ampliar “espaços que possibilitarão a realização de negócios”, de “transações nacionais e internacionais”, bem a gosto da globalização. É claro que há a chamada para o aspecto humanista dos relacionamentos, mas é possível ler essa chamada voltada para a necessidade de fazer com que a empresa funcione bem.

p.67- O valor da multiplicidade, no entanto, parece se adequar de maneira muito mais intensa no segundo sentido [processo e efeito de organizar, de pôr ordem nas coisas], já que as

configurações organizacionais de hoje são marcadas por uma variedade infinita de vínculos, conexões, saberes, perspectivas e papéis. (...) Estamos num momento que exige atenção muito maior para a formação de redes de relacionamentos, tanto na empresa em que trabalhamos quanto fora dela.

Certamente não há lugar para os tímidos nessa trajetória profissional. O novo profissional deve ter um equilíbrio emocional que lhe permita relacionar-se com todos. E sabemos o que isso custa ao trabalhador. As capacidades exigidas estão centradas no indivíduo, que deve, por si, dar conta de desenvolvê-las.

A interpelação nesses exemplos todos se dá pelo uso do tempo presente, pelo uso do imperativo, pela invocação direta do leitor, através de pronomes, pelo uso do verbo ser que indica um situação real de existência (da qual não se pode escapar se se quiser alcançar o sucesso que propõe o mundo do trabalho) a qual todo trabalhador deve enfrentar.

Vistas discursivamente, as seleções lexicais (designações, nomeações para o trabalhador e seus atributos) estão marcadas pela posição ocupada pelos seus enunciadores, a saber, a posição de empresários, falando para futuros profissionais chamados a serem, se não empresários, também empreendedores.

Essa *significância* que estamos propondo é, portanto, um “movimento contínuo provocado pela materialidade da língua e da história” (Orlandi, 1996:30), e é o trabalho de interpretação da ação do ideológico sobre a linguagem que vai atuar sobre a opacidade do texto, negando sua transparência. As paráfrases para o *trabalhador*, nomeados de *operários, pedreiros, policiais, lixeiros, líder, ativista, realizador, empresário independente, vendedor especializado de produtos, empreendedores*, só

por esse trabalho de interpretação, atuam no primado do *interdiscurso* (a memória do dizer), apagando, silenciando o conflito que esses signos revelam. Foi um momento histórico centrado em atividades específicas que permitiu nomear os trabalhadores por suas profissões; hoje, o trabalho realizado é centrado em conhecimentos, a chamada sociedade de informação; por conseguinte, o trabalhador será nomeado pelas funções que desempenha. “Se se tira a história, a palavra vira imagem pura” (Orlandi, 1996:32), mas um imaginário capaz de constituir práticas. Ainda que práticas alienadas, acrescentaríamos, já que a compreensão dos sentidos que subjazem às nomeações inexistente (como reflexão) para seus usuários, tornando-os meros repetidores do que foi cristalizado como sendo práticas características de suas funções.

O fato de, nas formulações que acabamos de analisar, não haver questionamento do *status quo*, da ordem constituída pelo projeto capitalista neoliberal, que enfatiza o valor das mercadorias, que visa ao lucro, à produtividade e à velocidade da produção, e à não-intervenção estatal na economia, deslocando o princípio da soberania nacional para a soberania das organizações, corporações e outras entidades de âmbito global por nenhum dos enunciadores, permitindo inscrevê-los dentro da mesma formação discursiva dos adeptos do neoliberalismo capitalista, leva-nos a perguntar como esse funcionamento se sustenta face à falta cada vez maior de “vagas” no mercado de trabalho.

A interpelação do trabalhador pela linguagem empresarial é feita de forma autoritária, o outro tem que ser *líder, realizador, empresário independente, vendedor especializado, empreendedor (executivo)*; pode chegar a ser *guru, comentarista*, isto é, abrir uma consultoria. Esse outro, o leitor-trabalhador, deverá ter uma série de predicativos: *leveza, rapidez, exatidão, visibilidade, multiplicidade*.

A expressão deverá ter é uma das marcas que responde à questão posta anteriormente sobre o que sustenta todo o discurso dos enunciadores: projetando o sucesso para o futuro. Essa projeção futura é o grande funcionamento discursivo da linguagem empresarial na revista *VOCE S. A.*.

Uma boa metáfora para o imaginário que cerca esse trabalhador é a de “Midas”, aquele que tudo o que tocava virava ouro. O que o novo trabalhador tocar tem que gerar ... riqueza.

A AD postula que na relação discursiva são as imagens que constituem as diferentes posições (Orlandi, 1999:40) e que o que significa no discurso são as posições que ocupam enunciator e enunciatário. Em nosso *corpus* elas são, respectivamente, sujeito-empresário e sujeito-trabalhador. Essas posições significam em relação ao contexto sócio-histórico e à memória: o saber discursivo, o já-dito (ibid.p.40). Na circunstância de enunciação, ocupar a posição-sujeito empresário possibilita uma cena discursiva produzida pelas formações imaginárias (marcadas ideologicamente), que faz com que esse enunciator se dirija a seu leitor da maneira como o faz. Essas considerações remetem ao conceito de *formações imaginárias* de Pêcheux.

Para a AD, o discurso é “efeito de sentidos entre interlocutores” A e B, sendo este o destinatário, e aquele, o destinador. A e B designam lugares determinados na estrutura de uma formação social, e esses lugares estão “representados” nos processos discursivos em que são colocados em jogo. Portanto, é “uma série de formações imaginárias que designam o lugar que A e B se atribuem a si e ao outro, a imagem que eles se fazem de seu próprio lugar e do lugar do outro. Todo processo discursivo, por conseguinte, supõe a existência de formações imaginárias, assim designadas por

Pêcheux (1990b:83), no seguinte esquema, em que, sendo I= imagem; A= autor, locutor; B= leitor, interlocutor; R= referente, teríamos o seguinte jogo:

IA(B) - imagem que A tem de B; IB(A)- imagem que B tem de A; IA(R)- o ponto de vista de A sobre R; IB(R)- o ponto de vista de B sobre R.

Podemos, a partir de A, B e R, destacar de seu esquema as variáveis que nos interessam, isto é, as que estarão deslocando sentidos entre locutores e interlocutores mediadas por um veículo de comunicação de massa, a revista *VOCÊ S. A.*

Pêcheux (ibid. p.84) fala que esse processo de interlocução supõe, por parte do emissor, “uma antecipação das representações do receptor”.

Orlandi (1990:39) trata do mecanismo de antecipação como o que possibilita que todo sujeito tenha capacidade de colocar-se no lugar em que seu interlocutor “ouve” suas palavras. Ele antecipa-se, assim, a seu interlocutor quanto ao sentido que suas palavras produzem. Esse mecanismo de antecipação regula a argumentação a partir dos efeitos que pretende obter sobre o interlocutor (mas ele mesmo já marcado por sua posição-sujeito, lembramos). Assim, continua a autora, temos a “imagem da posição sujeito locutor (quem sou eu para lhe falar assim?) mas também a posição sujeito interlocutor (quem é ele para me falar assim, ou para que eu lhe fale assim?) e também a imagem do objeto do discurso (do que estou lhe falando, do que ele me fala?).

Na relação discursiva, como já dito, são “*as imagens que constituem as diferentes posições*” (ibid. p.40). Passemos então a trabalhar esse jogo de imagens em nosso corpus, tratando da polifonia, já que todo discurso tem relação com outros discursos, encaminhando para a questão da **estereotipia**.

Como a revista (através do editorial) e os articulistas vêem o seu leitor? Que imagem têm dele? *VOCÊ S. A.* dirige-se a um leitor que busca emprego, sucesso e dinheiro em sua atividade profissional. É alguém que sabe que está diante de um novo mundo profissional, portanto, procura informações de como se manter ou como entrar nesse mercado de trabalho. Os discursos que veiculam enfatizam a idéia do novo e das mudanças que o profissional deve realizar em si mesmo para adequar-se a essa nova realidade:

(CKP) - p.44: *Em cinco anos, 50% de tudo o que sabemos hoje será tóxico. A questão é saber qual metade devemos esquecer.*

p.46: *Dê ênfase à mudança.*

(PD) - p. 51: *... temos de aprender a assumir a responsabilidade de administrar a nós próprios...provavelmente essa é uma mudança muito maior do que a trazida por qualquer tecnologia...*

(TM) - p. 55: *Não podemos deixar que nossos hábitos e orgulho impeçam a abertura e a mudança.*

(MK) - p. 63: *Estamos nos despedindo da velha economia, baseada no capitalismo de commodities, para iniciarmos um novo ciclo. / A Nova Geração: ... os jovens estão cada vez mais abertos ao mundo digital.*

(RGF) - p. 65: *... as mutações vertiginosas do mercado de trabalho. ... é mudar para não sermos mudados.*

Parece vital ser leve o suficiente para explorar novos campos, criar novas conexões e construir novas competências.

A ênfase que se dá a esse novo é feita em termos de projeções futuras: construir a novidade. A necessidade de mudança aponta para o perigo da não-mudança, mas não explicitamente, que é o desemprego. E provoca sentimento de culpa, pois viver sem trabalho é malvisto. A insistência no novo e na necessidade de mudança é assim abordada por Carmo (1998:64):

“Segundo alguns cientistas sociais, no atual sistema capitalista o fenômeno de substituição do novo pelo mais novo não se restringe apenas ao produto, mas se aplica até mesmo ao campo do pensamento e das teorias. Em uma sociedade dinâmica, novas teorias substituem as velhas em ritmo cada vez mais acelerado. Cria-se, então, a obsolescência planejada do pensamento.”

O passado provou-se inadequado, com fórmulas desgastadas. Então, faz-se necessária a mudança: a mudança necessária é tanto da sociedade (da “velha economia” para a nova, a da “sociedade informatizada”), quanto do indivíduo (“nossos hábitos e orgulho não devem impedir”). E o discurso provoca o indivíduo para que se sinta motivado a essa participação na construção de algo novo. Ou seja, a linguagem empresarial, veiculada pelos articulistas, cria a insatisfação das pessoas com o antigo e trabalha na estimulação do “desejo” do novo. Tudo que é novo gera expectativas, mais de otimismo e esperança que de pessimismo, porque há sempre uma promessa da experiência adquirida anteriormente como probabilidade de eliminação de prováveis falhas.

A imagem desse leitor é construída em comunhão de conhecimentos, em parceria com seu interlocutor. O editorial convida:

Precisamos nos preparar para o novo (p.43).

(PD) - p. 51: *Pela primeira vez na história da humanidade temos de aprender a administrar a nós próprios.*

(TM) - p. 55: *A lição final de Beowulf é que nenhum de nós pode fazer as coisas mais importantes sozinho.*

(RGF) - p. 66: *... exigindo um aumento de nossa capacidade de agir com rapidez.*

As formas precisamos, temos de, nenhum de nós, nossa capacidade constroem um interlocutor que participa de um saber, de um conhecimento, ao usarem verbo na primeira pessoa e pronome nós, induzindo à impossibilidade de se pensar diferente, porque o mundo está configurado na forma como eles o apresentam. Cabe ao interlocutor aceitar essa situação e com- formar-se a ela. Os modalizadores precisar de, ter de (= dever) contribuem, nesse jogo de imagens, para construir os efeitos de obrigatoriedade e de necessidade a que estão sujeitos quem escreve (os articulistas) e quem lê (os leitores da revista). Esses discursos têm caráter impositivo e enquadram-se no chamado discurso autoritário, estudado por Orlandi (1987) para mostrar um dos funcionamentos da linguagem.

O discurso autoritário é um discurso de poder, assim definido por Barthes (1997:11) como:

...chamo discurso de poder todo discurso que engendra o erro e, por conseguinte, a culpabilidade daquele que o recebe.

Esse discurso autoritário produz um efeito final de “esmagamento do outro”, como diz Orlandi (1987:34), já que nele fala “uma voz segura e auto-suficiente”. Essa é a imagem que o interlocutor tem de seu locutor.

O outro lugar de que falam é da posição empresarial, ocupada efetivamente por quatro deles. Aquele que não tem ligação direta com a empresa é um cientista. A ciência é outro lugar forte de observação da natureza e de produção de conhecimento que autoriza o saber/poder dizer. Como cientista (físico pesquisador) tem conhecimento para fazer previsões sobre o futuro do mundo do trabalho, a partir dos avanços da tecnologia, sem correr o risco de ser tachado pejorativamente de vidente, futurologista.

Vemos, dessa análise, instalar-se um lugar de interlocução: empresários e/ou conhecedores do mundo do trabalho falando para seus pares efetivos ou prováveis. Ao enfatizarem o novo e a mudança centrados nos ditames do neoliberalismo, com suas falas marcadas pelo dizer hegemônico americano, apresentam-se não como sujeitos do seu dizer, mas como sujeitos assujeitados por uma interpelação que se deu antes, em escala mundial, provocada pela globalização. Esse dizer informa um lugar marcado pelas condições de sua produção. Por conseguinte, não é o sujeito (locutor) que se apropria da linguagem, *mas há uma forma social de apropriação da linguagem* em que está refletida a ilusão do sujeito, isto é, sua interpelação feita pela ideologia. É nesse jogo de lugar social e dos sentidos estabelecidos que está representada a determinação histórico-social do discurso” (Orlandi, 1987:110). Ou, dito de outra forma, é por sua inscrição na história de seu tempo que seus discursos revelam sua adesão ou rejeição à ideologia vigente, inscrita na língua.

Nesse discurso marcado por seu tempo falam várias vozes autorizadas. Em nosso *corpus*, já abordamos a tendência neo-liberalista presente pela pregação da liberdade do mercado, da não-intervenção do Estado e da responsabilidade do indivíduo, sujeito de direitos e deveres. Somados a essa ideologia falam o editorial e os articulistas. Essas várias vozes que falam remetem ao conceito de **polifonia**, inicialmente formulado por Bakhtin (1963), para quem há textos narrativos literários que se caracterizam por neles falarem várias vozes, igualmente independentes, não subsumidas pela voz do narrador. Esse recurso de citação dos articulistas-empresários é, por si, um recurso polifônico. Um dos efeitos que o uso das citações confere a quem os enunciou é o da erudição. Em nossa análise, além de garantir esse sentido, contribui no processo de **interpelação** do leitor. São vozes autorizadas que se somam para conferir peso às palavras do enunciador, no caso, os responsáveis pela edição da revista, de modo a fazer crer o seu leitor sobre a verdade daquilo que enuncia.

Todas essas formulações que estão sendo analisadas propõem uma ruptura entre o tempo passado e o novo tempo, entre as antigas e as novas exigências profissionais na visão empresarial. Como tratar esses sentidos de antigo e novo?

Para Barthes (1987:54-57), *o novo não é uma moda, é um valor, fundamento de toda crítica: nossa avaliação do mundo já não depende, pelo menos diretamente, como em Nietzsche, da oposição do nobre e do vil, mas da do Antigo e do Novo. (...) Para escapar à alienação da sociedade presente, só existe um meio: “fuga para frente”: toda linguagem antiga é imediatamente comprometida, e toda linguagem se torna antiga desde que é repetida. Ora, a linguagem encrática (aquela que se produz e se espalha sob a proteção do poder) é estatutariamente uma linguagem de repetição: todas as instituições da linguagem são máquinas repisadoras: a escola, o esporte, a publicidade, a obra de massa, a canção, a informação, redizem sempre a mesma estrutura, o mesmo sentido, amiúde as mesmas palavras; o estereótipo é um ato político, a figura principal da ideologia..*

É por serem amplamente repetidas, seja pela mídia impressa ou falada, eletrônica ou não, que expressões passam a ser estereótipos. Elas atuam como um clichê, aqui entendido em seu sentido original de *chavão*. Repete-se tanto, em demasia, que o novo trabalhador tem que ser flexível, que tem que ter iniciativa, que deve investir em seu aprimoramento, em seu aperfeiçoamento (antes a cargo da empresa que o contratava), que se passa a acreditar que qualquer fracasso ou insucesso em sua empreitada seja de responsabilidade do indivíduo e não do sistema sócio-político. Esse sentido está alinhado ao neoliberalismo que prega a não-intervenção do Estado, afirmando a livre concorrência do mercado e a “exaltação dos direitos e deveres individuais a fim de incluir a tese de que o homem é livre para vender sua força de trabalho e que o sucesso deriva de seu esforço pessoal” (Gregolin, 1999: 132).

Quando o “novo” surge, sente-se essa estranheza que leva à aceitação ou à rejeição (Chamar o trabalhador de *guru*?). A mídia encarrega-se de, pela repetição, fazer circular o novo. Entretanto, cada novo, ao tornar-se antigo, vira estereótipo pelo processo de repetição; o que nos leva a crer que antigo/novo se constituem numa antinomia: ambos são, cada um, face da mesma moeda.

É a remissão da língua à história que possibilita que apreendamos o jogo ideológico que sustenta as várias nomeações do trabalhador. Já analisamos o percurso das nomeações *operário*, *proletário*, *trabalhador* até o século XIX, os estereótipos de então. O século XX qualificou-os como *trabalhador*, *profissional*. A última década do século XX e o início do século XXI propõem a imagem do trabalhador como *empreendedor* (ou *colaborador*).

Num tempo marcado pela ausência de empregos, cada trabalhador é chamado a ser um *empreendedor*, aquele que, como já dito, cria empregos para si e/ou para os outros. É o líder, o ativista, o profissional flexível necessário para o novo milênio. Esse processo de nomeação é tão produtivo, que, além de revelar a inscrição linguageira, permite a criatividade na indicação das tarefas do trabalhador. Atualmente, empresas como a Toyota do Brasil e Rütgers referem-se a seus empregados como *colaboradores* ou *executantes* em seus informativos internos ou manual de integração, num evidente trabalho de interpelação.

Como as imagens para o trabalhador conferidas a partir do trabalho de nomeação se constituem em estereótipos? Na medida em que, num dado momento histórico em que são enunciadas, trazem à cena um sentido como sendo já-dito, já-estado lá, mascarando outros sentidos possíveis e cristalizando uma imagem. Falar *trabalhador* ou *empreendedor*, nesse sentido, equivalem-se. A reiterada exposição da imagem do trabalhador como multifuncional e flexível faz com que aqueles sentidos funcionem de modo “a se sedimentar, cristalizar-se e propagar-se pela sociedade”, como afirma Ferreira (1993:71).

Esse processo de nomeação remete-nos à noção de metáfora. Pêcheux (1988:132) concebe a metáfora como *processo sócio-histórico que serve como fundamento da “apresentação” de objetos para sujeitos, e não como uma simples forma de falar que viria secundariamente a se desenvolver com base em um sentido primeiro, não-metafórico, para o qual o objeto seria um dado “natural”, literalmente pré-social e pré-histórico*. Nietzsche e Barthes também referem-se a ela, a metáfora.

Nietzsche (apud Barthes, 1987:57) considerou que “*a verdade não era outra coisa senão a solidificação de antigas metáforas*”. Ao que Barthes acrescenta que, de

acordo com esse entendimento, o estereótipo é a “*via atual da verdade, o traço palpável que faz transitar o ornamento inventado para a forma canonical, coercitiva do significado*”. Conclui ele que a natureza da verdade “*é retórica, linguareira*” (ibid. p.57).

Essas considerações sobre a metáfora e o estereótipo remetem à questão da verdade que está sendo construída para a imagem do trabalhador.

Barthes (ibid. p. 56) escreve que “*a cultura de massa, de maneira bastarda, repete vergonhosamente conteúdos, esquemas ideológicos, a obliteração das contradições, mas variam as formas superficiais*”. O jogo da nomeação cria o estereótipo. Os estereótipos revelam um certo automatismo por envolverem mecanismos sociais, históricos e culturais presentes nos modos de sustentação do *status quo* que se realiza pela reiteração de enunciados que vão construindo o senso comum, que se constituirá num saber. O efeito de impregnação de tais automatismos funciona como essa possibilidade de institucionalização dos sentidos, fazendo-os corresponder às expectativas construídas pela sociedade, um grupo social que produz e interpreta sentidos, determinados pelas condições de produção específicas a cada momento histórico social (Ferreira, 1993:72).

Nessa perspectiva, o estereótipo é um *pré-construído*. Este termo foi proposto por Paul Henry (apud Pêcheux, 1988:99) para designar o que remete a uma construção anterior, exterior, mas sempre independente, em oposição ao que é “construído” pelo enunciado. A linguagem não é transparente, os sentidos não são conteúdos e, embora o sentido não se filie a uma *rede de constituição*, pode haver deslocamento nessa rede. E isso remete ao *interdiscurso*, ou seja, a uma *memória*

discursiva, que sustenta o dizer em uma estratificação de formulações já feitas mas esquecidas e que vão construindo uma história de sentidos (Orlandi, 1999:54).

O conjunto de formulações feitas para o trabalhador são metáforas na medida em que, como processo sócio-histórico, servem para construir uma forma-sujeito, revelando o fato pelo qual o indivíduo é interpelado em sujeito, ideologicamente. Negar o peso das tecnologias de informação nesse processo de nomeação é desvincular discurso e história, estrutura e acontecimento, como vimos mostrando. As nomeações recentes para o trabalhador surgem a partir do evento da automação nos setores da indústria, da agricultura e da prestação de serviços. Por isso foi preciso investir em uma imagem, dando-lhe nova roupagem. Na verdade, o que se verifica é um processo de maquiagem que, no fundo, esconde ou tenta dissimular que o novo trabalhador é um profissional que tem mais encargos, mais cargas, em vez de cargos e condições dignas de trabalho. O novo trabalhador será o protótipo do fosso cada vez maior que se abre no mundo do trabalho, a ponto de lembrar os cenários tenebrosos dos filmes de ficção que enfocam um novo mundo misto de Idade Média para a maioria desqualificada (que, por sua responsabilidade, não acompanhou as mudanças exigidas pelo novo mercado de trabalho) da população, e de Idade Futurista para um mínimo altamente qualificado com domínio das novas tecnologias de ponta, em freqüentes “guerras”.

As imagens metaforizadas e reiteradas do *trabalhador empreendedor* vão produzir, no imaginário coletivo, um estereótipo desse profissional. Construindo um efeito de verdade única para quem quer se manter empregado pelo mercado de trabalho. É dessa forma que a *ideologia interpela os indivíduos em sujeitos*.

CAPÍTULO V

A INTERPELAÇÃO DO SUJEITO DE DIREITO

Concluimos o capítulo anterior retomando o conceito de ideologia de Althusser, de que a ideologia interpela os indivíduos em sujeito, a partir do qual é possível afirmar que não há ideologia sem sujeito, e nem sujeito sem ideologia. Seria oportuno enfatizar que conceito de sujeito estaremos mobilizando. Aproveitaremos para fazer um breve apanhado dos sentidos que esse termo, sujeito, vem sofrendo ao longo da história.

Haroche (1992:158), recorrendo à etimologia, sintetiza sentidos de sujeito do século XII ao XVI. Segundo ela, o sentido primeiro de sujeito surge no século XII, significando “*submetido à autoridade soberana*”; aparece também, nessa mesma época, o vocábulo sujeição. No século XIV, há a idéia de submissão do sujeito a uma exterioridade; progressivamente essa exterioridade se apaga (op.cit.p.220). No século XV surgem as derivadas “*assujeitar*” e “*assujeitamento*” (op.cit. p.158). No século XVI, o sujeito torna-se origem de seus atos, de suas crenças (op.cit.p.220). A autora cita também Bloch e Wartburg que, em seu “*Dictionnaire étymologique de la langue française*”, informam que o termo sujeito, significando, no início, “*o que é subordinado*”, toma, a partir do século XVI, o sentido de “*matéria, causa, motivo*”, enfim, de “*pessoa que é motivo de algo, pessoa considerada em suas aptidões*” (op. cit. p.158).

Todas essas acepções podem ser resumidas em duas, aparentemente antagônicas: a de um ser dependente, submisso; a de um ser individual, agente. Ou, como diria Haroche (1992:220), o termo sujeito “*testemunha, em seu deslizamento, esta idéia*

de independência do sujeito”. Na verdade, ambas as acepções coexistem na concepção de sujeito veiculada pelas ciências em geral, e pela lingüística, em particular.

Althusser, Pêcheux e Edelman tratam da forma-sujeito.

Althusser (apud Haroche, 1992:177), fala no caráter ideológico da forma-sujeito:

“... a forma sujeito é a forma de existência histórica de todo indivíduo, agente das práticas sociais cujas relações sociais (jurídico-ideológicas), para funcionar, impõem a todo indivíduo -agente- a forma de sujeito, ...”

Para Pêcheux, representante da AD francesa, o sujeito atua na ilusão de sua autonomia, quando na verdade ele está sujeito a uma interpelação, o que permite que se fale em forma-sujeito:

“-A autonomia só pode ser uma forma plenamente visível dessa nova forma de assujeitamento que aparece com a ideologia jurídica do sujeito” (apud Haroche, 1992:207).

Edelman (1980:21) trabalha *a forma sujeito de direito*. E nós, baseados na análise de nosso *corpus*, podemos acrescentar que a ideologia interpela o indivíduo em sujeito de direito, de ter desejo, o desejo de vencer no futuro, isto é, ter sucesso.

Pode causar estranheza o uso do termo “desejo”, mas ele está aqui empregado como o “efeito da ilusão de autonomia do sujeito”. A AD faz interface, entre outras disciplinas, com a psicanálise, de quem se apropriou das noções de *desejo/falta*. Para a psicanálise, o sujeito, “o sujeito humano é sujeito de desejo, que é a essência do homem”, ou, dito de outra forma, estar sujeito ao desejo é a essência do homem. E o desejo vem devido a uma falta, “uma indeterminação constitutiva do sujeito e que representa a possibilidade do ser e do dizer” (Lagazzi, 1988:35). É essa falta

que permite que o indivíduo estabeleça uma relação própria com o mundo. Só que, como esta falta está, em nosso *corpus*, nas formulações que analisaremos, disciplinarizada pelo assujeitamento ao discurso empresarial, braço extensivo da política estatal, o que ocorre é uma subordinação desse sujeito em relação ao Estado capitalista, que lhe oferece os desejos disponíveis ou possíveis: de novidade, de mudança, de sucesso, etc. Portanto, o desejo do sujeito (ilusão constitutiva) estará em conformidade com o desejo das empresas e, por conseguinte, com o do Estado capitalista.

O aparecimento do “sujeito-de-direito” está ligado ao desenvolvimento das forças produtivas que exigem que o sujeito se torne seu próprio “proprietário”. Lagazzi (1988), em estudos embasados no trabalho de Haroche (1992), apresenta-nos a “emergência do sujeito de direito”.

Conforme cita Haroche (apud Lagazzi, 1988: 19-21), o século XIII, marcado pela dominação da Igreja, *“reconhecia a existência de um sujeito religioso totalmente subordinado ao texto e ao dogma, submisso à ideologia cristã e assujeitado às práticas rituais religiosas”*. As relações que se davam entre os sujeitos *“apoiavam-se no direito das pessoas, mais que no direito centrado nas relações econômicas”*. Com a expansão econômica (auge no séc. XIII), houve um enfraquecimento da Igreja dentro do sistema feudal. *“De uma economia rural de subsistência, passou-se a uma economia artesanal e urbana, que teve como decorrência a idéia de lucro”*. A autora cita que, com a sedentarização do comércio, houve, como conseqüência, o progresso da instrução, da comunicação escrita e a formação do sujeito de direito:

“Essa sedentarização inscreveu-se dentro do avanço do aparelho jurídico, já que os artesãos, mercadores e camponeses, reivindicando seus direitos e liberdades, conduziram à fundamentação do poder jurídico, com a formação do “sujeito-de-direito” (Haroche, 1992), um sujeito responsável por suas ações, ao qual a história tensa de sua constituição foi atribuindo direitos e deveres. Os laços pessoais que uniam senhores e vassallos até o século XI, transformaram-se em relações econômicas: os senhores concederam os feudos a seus vassallos e estes passaram a receber pagamento pelos serviços prestados aos primeiros. Para comprarem sua liberdade, os vassallos endividavam-se, o que os levou à sujeição econômica que veio substituir a sujeição pessoal. (...) Com o enfraquecimento da Igreja, centralizou-se o Estado, fazendo avançar o poder jurídico, ou melhor, fazendo com que o poder jurídico se constituísse, aos poucos, na Instituição Jurídica. (...) Cada vez mais fortemente o sujeito-de-direito foi se configurando, e hoje a responsabilidade é uma noção constitutiva do caráter humano, da pessoa, do cidadão, sem o que não nos reconheceríamos socialmente” (Lagazzi, 1988:20).

Edelman (1980) trata do sujeito de direito da linguagem jurídica. Na linguagem jurídica, chama-se pessoa aos seres capazes de ter direitos e obrigações, mas, resumidamente, diz-se que a pessoa é todo sujeito de direito. Com a ascensão da burguesia, no séc. XVIII, ganha visibilidade o estatuto de escravo, em oposição ao estatuto de cidadão. É desse momento histórico que Edelman parte, ao afirmar que, depois da abolição da escravidão em que o escravo era objeto de propriedade, todo ser humano é uma pessoa. Todos são titulares de direitos e obrigações porque *“a pessoa humana está juridicamente constituída em sujeito de direito, num desde sempre sujeito, independentemente de sua vontade (Edelman, 1980:41)”*.

Ainda falando do sujeito de direito, esse autor (ibid. p.42) esclarece que:

O sujeito de direito é a expressão geral e abstrata da pessoa humana: o que faz essa expressão eficaz é a capacidade geral do homem de ser dono de si mesmo, e, conseqüentemente,

de adquirir; enfim, se esta capacidade é o modo de ser do sujeito, é que o sujeito pode, quer, consente, é livre de pertencer-se e de adquirir.

A liberdade é a capacidade jurídica de pertencer-se, isto é, de ser proprietário de si mesmo por essência, ou, a liberdade de adquirir é a consequência jurídica da livre propriedade de si mesmo. O escravo, objeto de propriedade, não pode, por isso, ser concebido como sujeito de direito. Para Ripert, (apud Edelman, 1980:44-45), o direito subjetivo é um poder reconhecido ao sujeito pelo direito objetivo. Aquele que tem um direito sobre outra pessoa tem sobre ela um poder privado, posto que o devedor está obrigado a dar um bem ou a executar um trabalho para seu credor”.

Essa “obrigação” estará suavizada e regulada pelo “contrato social” que os indivíduos estabelecem, e que determinará obrigações e direitos para uns e outros, no mundo real.

Edelman (p.51), em seu projeto de descrição do processo que constitui o real em objeto de direito vai apresentar como a linguagem fotográfica e a cinematográfica apreendem o real, através de um sujeito-de-direito, o que permite a esse autor colocar a produção jurídica do real como sua questão fundamental. O real será visto como objeto de direito suscetível de apropriação, de vendas, de contrato (p.52). Nessa apropriação ocorre um paradoxo: o sujeito faz seu um real que também é do outro. O fotógrafo e o cineasta, no caso, adquirem sua propriedade por sobreposição a uma propriedade já adquirida, ou seja, a “sobreapropriação do real”. O sujeito deve fazer seu o real, o fotógrafo deve poder ser proprietário desse “reflexo do real” (sua fotografia); assim como o cineasta deve fazer sua a “ficção do real” que sua câmera (ou filme) produz (p.53). Esse conceito de

“sobreapropriação do real” designa a criação como uma propriedade, o criador como um sujeito-de-direito, a sociedade civil como um domínio de intercâmbio entre sujeitos proprietários.

Deixando de lado outras questões colocadas por esse autor, como por exemplo a da *marca intelectual* do próprio autor para que a obra seja reconhecida como sua propriedade, que é o que permitirá a distinção de uma obra de outra, centraremos, mais à frente, nossa atenção no que esse autor chama de “*reapropriação do real por um sujeito-de-direito*”, aplicando essas idéias na apropriação que a linguagem empresarial faz. Esse sujeito de direito, em sua estrutura mesma, está constituído sobre o conceito de livre propriedade de si mesmo; e esta Forma (proprietário de si mesmo), que é a forma-mercadoria da pessoa, o conteúdo concreto da interpelação ideológica da pessoa como sujeito de direito, apresenta a extraordinária característica de produzir em si, isto é, na sua forma mesma, a relação da pessoa com ela mesma, a relação do sujeito que se toma a si mesmo como objeto. Nesse sentido, ao adotar a Forma Sujeito de Direito, ela adota a Forma Geral da Mercadoria (Edelman, 1980:92). O homem passa a ser sujeito e objeto de direito. A estrutura da forma “sujeito de direito” se analisa como a “decomposição mercantil do homem em sujeito-atributos”. E, continua explicando o autor, isso quer dizer que, “sendo o homem reconhecido como a essência da propriedade, toda sua produção é a produção de um proprietário, ou melhor, de uma propriedade que frutifica e produz a renda e o benefício”. A aposta do sujeito no valor dele em si mesmo constitui seu capital; não um capital comum, vulgar, mas um capital digno da essência humana, um capital moral. A conclusão disso é que o sujeito não existe senão a “título de representante da mercadoria que possui, ou seja, representante de si mesmo enquanto mercadoria (ibid. p.93); “o sujeito de direito deve ser, ao

mesmo tempo, comerciante e mercadoria”, “deve poder levar ao mercado seus atributos” (ibid. p. 94). Mais uma palavra sobre esse mercado.

Há uma distinção, colocada pela perspectiva materialista, entre o real e a realidade. O real seria o conjunto de “determinações históricas com as condições de produção materiais” (Orlandi, 1998:21). A realidade é entendida como “a relação imaginária dos sujeitos com essas determinações históricas” (ibid. p.21). O mercado, enquanto “mundo exterior material” é uma construção ideológica, mas é apresentado pelos articulistas como uma construção objetiva. Assim, dá-se a “reapropriação do real”, metaforizado por *mercado*. O que é dito atua como a verdade: o mercado está aquecido, há espaços para aqueles trabalhadores talentosos, sujeitos de atributos, prontos para serem expostos como mercadorias, possibilidade dada por sua condição de sujeito de direito.

O sujeito de direito atua na ilusão de sujeito criador, quando “*o verdadeiro sujeito criador é o capital, que se transforma na pessoa mesma que interpela e toma a máscara de sujeito, se anima, fala e aprova os contratos. O capital não pode abster-se a seu sujeito de direito, porque o sujeito de direito é seu sujeito*” (Edelman, 1980:76). Portanto, as formulações que apresentaremos como sendo produtos de sujeitos de direito estão marcadas pela formação ideológica a que seus enunciadores pertencem: a do capitalismo.

Essas reflexões anteriores auxiliarão na compreensão da análise que propomos: os responsáveis pela Revista *VOCÊ S. A.*, através de seus articulistas, interpelam seu leitor como sujeito de direito, a começar, fortemente, pelo título da revista, pela fotografia da mão espalmada na capa (Anexo 1), possibilitando a leitura de que criar o mundo, criar o novo, está nas mãos do sujeito, ao mesmo tempo em que

também se representam nesse sujeito de direito, na reapropriação que fazem do real.

O canal através do qual as formulações dos articulistas são veiculadas é uma revista, “lugar de poder dizer institucional”, que constrói, no seu título, a imagem do seu interlocutor, com um pronome de tratamento coloquial VOCÊ, mas que o adjetiva com as siglas S.A., que remetem a sociedade anônima. Essa sigla, S.A., remete a empresa societária. Brémond e Gélédan, em seu *Dicionário Econômico e Social* (1988b: 142) definem a sociedade como “uma pessoa moral que reúne, por contrato, um conjunto de pessoas que trazem bens e formam assim uma entidade coletiva funcionando segundo regras de exploração comuns, independentemente das pessoas físicas que nela participam”. Distinguem-se várias formas de sociedade. A sociedade anônima (s. a .) é uma “sociedade de capitais, por excelência, e permite reunir massas consideráveis de capitais e, a este título, fornece ao capitalismo o meio de acumular sem limites os meios de produção. O capital de uma sociedade anônima está dividido em títulos de propriedade chamados ações. Cada ação pode ser livremente comprada e vendida sem acordo prévio dos outros acionistas e representa um direito de propriedade sobre uma fração da empresa” (ibid. p.143).

O foco do título recai sobre o indivíduo que pode, enquanto empreendedor, dispor de seus bens como lhe aprouver: sozinho ou numa forma de sociedade que não o priva de decisões individuais, o que, paradoxalmente, trabalha para a construção da imagem de um ser que não está sozinho no mundo do trabalho. Ser interpelado numa revista por VOCÊ S. A. constrói para o indivíduo a imagem de que ele tem valor no mercado, sedutoramente oferecendo-lhe um sobrenome (S. A.). Marx, ao analisar esse fenômeno, chamou-o de “reificação”.

Há uma interpelação ao imaginário do trabalhador com essa nomeação: VOCÊ S. A.

Há um jogo no imaginário da civilização que organiza a *civilização do trabalho*. Essa *civilização do trabalho* atua na relação entre empresa e trabalhador, na relação *senhor-escravo*, respectivamente (Schirato, 2000:56). Na tese que defendemos, do trabalhador chamado a ser *empreendedor*, verificamos não o binômio senhor-escravo dessa forma, mas o resgate do sentido de *trabalhador* para esses dois termos que, postos dessa forma, apresentam-se como antagônicos, através do binômio empreendedor-empregado, em que ele passa a ser o trabalhador-dono do próprio negócio, ou o trabalhador-empregado qualificado, que vai ajudar a empresa. Os articulistas silenciam a expressão *colaborador*, muito usada pelas empresas na referência aos seus empregados, mas ao nomearem os trabalhadores com algumas expressões (líder, ativista, realizador, flexível) que estudamos no capítulo sobre os processos de nomeação, fica clara a substituição do trabalhador-escravo pelo trabalhador-colaborador (da empresa). Ainda que na prática esse colaborador se submeta a situações semelhantes às dos operários dos primeiros tempos, em que o empregado era visto como escravo. Novos tempos exigem novas formas de interpelação discursivamente mais viáveis.

Schirato (2000:50), ao estudar os sistemas imaginários de Enriquez (1997) retoma o conceito de *imaginário* como o “*resultado da pulsão de vida e da pulsão de morte*”, de Freud, imaginário que “*introduz a luta de forças no mundo concreto por meio das relações de poder e a partir daí ‘inventar’ um modo de viver nas relações entre as pessoas*”. E acrescenta que, nesse sentido, pode-se afirmar que “*a organização é um complexo de sistemas imaginários*”.

Gostaríamos de nos basear em algumas de suas idéias para afirmar que na escolha do título *VOCÊ S. A.* para a revista, há uma interpelação ao trabalhador, centrada no imaginário desse trabalhador. O cenário que esse trabalhador conhece

bem e que lhe é re- apresentado pelos articulistas (re-apropriação do real), foca sua atenção nas imagens de um mundo em que há ausência de empregos e nas novas habilidades que estão sendo exigidas para o novo trabalhador do futuro. Entretanto, a *civilização do trabalho* atua na revalorização do trabalho e na relação entre empresa e trabalhador. O quadro imagético dentro do qual a empresa é vista como *senhor* (pulsão de vida), e o empregado como *escravo* (pulsão de morte), como apontou Schirato (2000), é uma imagem que precisa ser desfeita. Como lidar com esse ranço, se os novos tempos exigem que esse binômio *senhor-escravo* seja desfeito? O novo trabalhador, em oposição ao escravo, entendido num momento histórico em que seu corpo era posse do senhor, agora pode dispor de seu corpo, matriz dos talentos que possui, temporariamente, senão, torna-se escravo de novo. O diferencial é que, pelo menos teoricamente, o capital, resultado de sua produção, é seu.

Em nossa visão, como temos enfatizado, a redenção desse trabalhador, em tempos de desemprego, será através do binômio empreendedor-empregado. Ser designado por VOCE S. A., resgata a possibilidade de escolha do sujeito entre poder ser patrão ou empregado e, se ele pode escolher, dispor de si, não é mais escravo. Haja vista que nele mesmo se encontra o direito de usar-se como objeto (vender-se a si próprio) ou como sujeito (vender seu produto).

O sujeito, transformado em mercadoria, está em conformidade com o modo de produção capitalista, que legitima a propriedade privada capitalista, e que legitima a idéia de contrato social (em que ficam definidos os direitos e deveres de cada parte) e de contrato de trabalho (Chauí, 1994:419).

A idéia de contrato vem do Direito Romano, que exige, para validar uma relação contratual, que as partes contratantes sejam livres e iguais. Para afirmar que a sociedade e o Estado nascem de um contrato social, a ideologia burguesa precisa afirmar que todos os homens nascem livres e iguais. Segundo Friedman (apud Silva, 2001:162), a questão da liberdade é um argumento de extrema importância no discurso neoliberal. Esse autor a classifica em “igualdade de oportunidade”, compatível com a liberdade e “igualdade de resultados”. A igualdade de oportunidade seria aquela defendida pelo neoliberalismo “ a fim de que os indivíduos tivessem todos a mesma oportunidade de atingir seus objetivos, de acordo com cada talento individual”. Já a igualdade de resultados “chocar-se-ia com a liberdade, porque, para que todos pudessem ter o mesmo nível de vida ou renda, seria necessário promover “quinhões eqüitativos para todos”, através da ampliação da intervenção do Estado na sociedade e das restrições por ele impostas ao mercado e à liberdade (ibid. p. 162). De onde não é difícil concluir que, na situação em que o Brasil se encontra, devido à opção feita pelo neoliberalismo, as pessoas, no caso, os trabalhadores, estão jogados à própria sorte. Só que a esses trabalhadores a solução apresentada se dá apelando para os talentos e capacidades pessoais, para justificar os que serão bem-sucedidos. Segundo Marx (apud Chauí, 1994: 420), o capitalismo produziu o trabalhador “livre”, que está despojado de todos os meios e instrumentos de produção, de todas as suas posses e propriedades, restando-lhe apenas a “liberdade” de vender sua força de trabalho. O trabalhador que a ideologia designa como trabalhador livre é o trabalhador realmente expropriado, o assalariado submetido às regras do modo de produção capitalista, convencido de que o contrato de trabalho torna seu salário legal, legítimo e justo (ibid. p.420).

O que é o modo de produção capitalista? É o modo de produção baseado na produção de mercadorias, isto é, na produção de produtos cujo valor não é determinado por seu uso, mas pelo seu valor de troca (ibid. p.420). Convém lembrar que esse é um dos traços do capitalismo. Mais importante é o traço da apropriação da *mais valia*, que é o tempo de trabalho gratuito que o trabalhador executou, do qual o capitalista se apropriou (Brémond & Gélédan, 1988a:385), e que aqui não será abordado, porque está ligado às lutas por reivindicações salariais, o que nosso *corpus* não enfoca explicitamente. Os discursos dos articulistas, mostrando preocupação com a consecução ou manutenção do emprego, permite silenciar essa questão da política salarial, porque o efeito produzido é o de que ter trabalho ou ficar empregado é mais importante.

É claro que a revista não expõe essa faceta da exploração a seus leitores. Ela, como já dito anteriormente, interpela o sujeito-leitor como alguém que é livre para escolher que profissão seguir, desde que em conformidade com o futuro, que tenha se preparado para tanto, que possua valores que permitirão que ele possa valer, ter valor de troca no mercado de trabalho.

O sujeito-trabalhador é designado por você, efeito de que não é tratado como mais um no meio da massa. E como ele poderá vir a ser esse trabalhador com valores cobrados pelo mercado? Preparando-se para o futuro. O vocábulo *futuro* joga ainda com efeitos complexos, como tempo de progresso da ciência, da técnica, e que por isso [o futuro] será um “lugar” maravilhoso de se viver. Todas as realizações e empreendimentos desse trabalhador estão projetados num futuro que, discursivamente, é apontado como saída, como solução, como expectativa, como esperança e como a resposta para aquele que está no mundo do trabalho, chamado mercado (bem a gosto capitalista), mas que se apresenta como um local de

prazeres, onde se vai buscar o que satisfaz: começando pela satisfação física e terminando pela satisfação espiritual, dado que neste futuro não haverá conflitos, pois, trabalhando no interdiscurso, ele joga com a derrota do socialismo como que apontando para a vitória do capitalismo como eterno.

É do saber comum que uma empresa, para perseverar no mercado, precisa ter sucesso. E o sucesso advém pelo trabalho. O protestantismo, o capitalismo e o liberalismo fazem o direito de propriedade repousar sobre o trabalho: o trabalho de Deus, fazendo o mundo, o qual se torna propriedade do artífice divino; assim como fazem esse direito repousar sobre o trabalho do homem, instituindo a legitimidade da propriedade privada dos meios de produção, isto é, das condições materiais do trabalho (Chauí, 1994:419). O trabalho, como apresentamos a princípio, como sendo fonte de felicidade, de sobrevivência, para o capitalismo, é negócio, ou seja, a negação do ócio. Embora os homens livres disponham do “otium”-ócio/ lazer, e o escravo do neg-otium, negação do ócio (trabalho), a ética protestante e capitalista, ao justificar o direito de propriedade por associá-la ao trabalho divino, institui a legitimidade da *propriedade privada dos meios de produção, isto é, das condições materiais de trabalho*, e resgata como livre o homem que é livre para vender sua força de trabalho (Chauí, 1994:419). Esse homem se torna, portanto, responsável por suas ações.

No modo de produção capitalista, o sentido de trabalho é também usado para legitimar a idéia de *contrato social*. Há um contrato, e cada um tem uma parte a cumprir nesse contrato. Cabe a ele, trabalhador, fazer a sua parte, isto é, investir em si, para ter sucesso, ser mercadoria adequada ao mercado e contribuir para benefício seu e da empresa, já que é portador de bens, ou seja, talentos necessários para compor a sociedade anônima.

O contrato social estabelecido pela sociedade burguesa está bem a gosto da sua concepção (burguesa) de liberdade individual do homem, que é livre para usar a força de seu corpo como uma máquina natural e para escolher de forma soberana o que deseja para si mesmo, no caso, o sucesso advindo pelo trabalho.

Se o trabalho como fator de enriquecimento pessoal era proibido na Idade Média, legitima-se agora, na sociedade capitalista, como tábua de salvação divina. A riqueza não é mais vista como pecado, mas como a vontade de Deus. O trabalho, que na Idade Média destinava-se a dar condições de sobreviver e de procriar, mantém essa função na “ética capitalista”, porque a riqueza gerada não é apropriada pelo trabalhador (Ribeiro, 1995:153-4). Entretanto, os articulistas apontam como novidade para o trabalhador a possibilidade de seu *sucesso*, o que inclui as condições para sobreviver, para procriar, e..., para brilhar, ter *status*.

VOCE S. A .: esse *S. A .* pode tanto ser o sobrenome do empregado autônomo, como pode simbolizar o nome da empresa que ele ajudará a se manter no mercado, a ser, portanto, uma empresa também de sucesso. *S. A .* , sobrenome dele ou sobrenome da empresa que ele representa são apresentados como escolha a ser colocada sob as possibilidades e decisões do trabalhador.

Observemos como se dá a interpelação do indivíduo responsável, textualmente, através das formulações a seguir, as quais comprovam o que temos afirmado:

CKP - p. 44: *O executivo da nova era terá de ter mais flexibilidade para mudar e maior tolerância com as diferenças.*

p. 46-7: *Essa jovem mulher de 28 anos é uma inspiração para todo mundo que quer fazer diferença. Se ela fez isso, por que você não pode? (...) Se tiver capacidade de analisar os dados disponíveis, fará melhor que os outros.*

CK Prahalad relembra um dado interessante do contrato ao seu interlocutor: a importância de ser tolerante com as diferenças, ter flexibilidade e capacidade para analisar dados. Ter essas qualidades são responsabilidades dele, mas as formas terá de e se tiver apontam seu lugar nesse jogo: um dever a ser feito e uma capacidade individual necessária. O uso do condicional se, que será repetido por outros articulistas, além de apontar uma escolha pessoal, produz, neste caso, um efeito de intimidação ou provocação: se uma mulher, é o exemplo dado, com todas as dificuldades advindas de sua dupla jornada de trabalho, é um excelente exemplo de batalhadora vitoriosa, tendo superado suas dificuldades, outros poderão vencer.

PD - p. 49-50: *No setor de relações humanas há muitos que se orgulham de não saber ler um balancete. Mas, se você quiser ser eficiente no mundo de hoje, terá de saber.*

p. 51: *Temos de aprender onde nos situar e quais são nossas aptidões para extrair o máximo benefício disso.*

P. Drucker chama a atenção para a necessidade de eficiência e conhecimento das próprias aptidões. Ele também usa as expressões se você quiser e temos de, que produzem o efeito de uma necessidade, uma obrigação, ao mesmo tempo que uma possibilidade de escolha, com o conectivo condicional se. A compreensão de que “balancete”, uma coisa antiga, persiste como necessidade no capitalismo, produz um efeito de estabilidade, de perenidade e estabelece obrigações para os dois lados envolvidos numa relação contratual de trabalho.

TM - p. 53: *Sem autoconhecimento, pessoas talentosas e habilidosas estão desprovidas, em tudo o que fazem, de um dos alicerces mais básicos do sucesso duradouro. (...) A substância do*

sucesso envolve sempre autoconhecimento, crescimento pessoal e ativo, em nível de excelência que produz grandes relacionamentos e resulta em algo positivo para o mundo- nem mais nem menos.

T. Morris acentua a necessidade de autoconhecimento. O prefixo auto põe a responsabilidade pelo sucesso no indivíduo. Conhecer-se é a parte que lhe cabe, a partir da qual todo o mais acontecerá. Falhar nisso é romper sua parte no contrato.

MK - p. 61: *O mercado ainda oferece bons investimentos para quem tem um bom projeto e uma equipe eficiente.*

p. 63: *No entanto, há um preço a pagar. Esses jovens precisam de muita educação. Estudar matemática, ciências, história. Precisam investir em seu capital intelectual.*

M. Kaku chama a atenção para a necessidade de seu interlocutor ter bom projeto, equipe eficiente e investir em capital intelectual. Observa-se que as obrigações continuam centradas no indivíduo. Uma falha no processo será devido a uma falha do sujeito. Outro aspecto importante a ser ressaltado é que, num contrato, a sinceridade, a honestidade são fatores essenciais. A adversativa “no entanto”, ao sinalizar para a “mudança de direção da argumentação”, associada ao enunciado “há um preço a pagar”, produz um efeito de honestidade do enunciador. Ainda: a ênfase em áreas do conhecimento que estão ligadas a uma formação mais sólida e mais ampla parecem questionar um certo vazio da cultura de massas, que agrada enquanto mantendo seu caráter de massificação, mas que desgosta quando produz sujeitos incapazes de compreender as instruções que lhe são passadas.

RGF - p. 66: *Mas, por outro lado, sabemos que a falta de um tempo dedicado à reflexão, ao autoconhecimento e ao autodesenvolvimento tem contribuído para a obsolescência das pessoas, que acabam perdendo a energia vital em meio a crises de estresse e angústia.*

RG Ferreira alerta sobre as conseqüências para o indivíduo que não se dedicar à reflexão, autoconhecimento e autodesenvolvimento: a obsolescência, o estresse e a angústia. O advérbio “não”, nessa formulação, passa a produzir também um efeito de intimidação, semelhante ao já estudado para o conectivo se.

Essas e as demais exigências de predicativos feitas ao indivíduo pelo processo da estereotipia já anteriormente estudado por nós, em que a repetição de exigências para o sujeito o aprisionam num imaginário previamente construído e constitutivo do processo de interpelação, *interditando a pluralidade de outros valores*, pela *assertividade* com que essas exigências são apresentadas (Souza, 1999), aliado aos efeitos de sinceridade/honestidade de uma das partes do contrato social, produzidos pelas orações adversativas, ou de intimidação pelas adversativas e condicionais para a aceitação, pelo sujeito interpelado, do que lhe é apresentado como “verdades do mundo do trabalho” pela linguagem empresarial, funcionam discursivamente. A linguagem empresarial, alinhada ao discurso estatal capitalista, “abafa as diferenças particulares dos indivíduos”, ao tratar o sujeito-trabalhador como “cidadão, ser único, senhor e responsável de si mesmo”, quando se dirige a uma “massa uniforme de *sujeitos assujeitados*, que têm a ilusão da unicidade (Lagazzi, 1988:20-21). A realidade é um fato dado, certo, e é o indivíduo que tem que fazer sua parte para que o sucesso lhe aconteça.

O fato de a máquina, o computador, frutos da revolução tecnológica, terem sido anunciados como a possibilidade de libertação do homem de seu esforço físico não ocorrer, por terem imposto a disciplina do tempo e do trabalho com a ameaça do desemprego, é silenciado, ou talvez, melhor dito, colocado em contraposição. Como, discursivamente a solução para esse novo trabalhador é apresentada em termos de projeção para o futuro, ficam silenciadas todas as dificuldades que

possam vir a ocorrer a esse trabalhador que, interpelado enquanto sujeito de direito, tem o direito de intervir no presente, para construir o seu futuro. Como? Assumindo a parte que lhe cabe no contrato social, conhecendo-se e investindo em si próprio, como exaustivamente apontado pelos articulistas.

Fechando essas reflexões, observamos que os articulistas-enunciadores, conforme apontado por Edelman, apreendem o real através de um sujeito de direito.

Há uma legitimação da apropriação/representação do real pela linguagem empresarial (a outra ponta do contrato), que se apresenta como detentora de um conhecimento, o do mundo do trabalho, sustentado pela apresentação de renomados articulistas, especialistas, metaforizados positivamente como “gurus” ou como “guru dos gurus” (por exemplo Peter Drucker, p.49).

Da perspectiva da AD, a produção da realidade é constitutiva do modo de apropriação/representação do real pelo sujeito. A realidade, resultado do modo de apropriação, juntamente com a mídia, que a difunde, criam a ilusão do real, de algo transparente para o observador. Esse real, apresentado como uma evidência, quando na verdade é uma criação, produto do imaginário dos seus sujeitos, produz efeitos de veracidade e, dessa forma, coopera na sujeição ideológica na medida em que a reprodução desses discursos sobre o real se pretendem objetivos, apagando a gênese de sua aparição.

A linguagem empresarial, ao apresentar a realidade do mundo do trabalho, mobiliza sentidos que marcam seu lugar de enunciação. Ela apresenta o sujeito como responsável por seus atos na medida em que o coloca como sujeito de direitos iguais, apagando a existência da desigualdade de oportunidades. A

formulação de Kaku, por exemplo, analisada anteriormente, quando diz que “há um preço a pagar”, produzindo o efeito de honestidade do enunciador, mantém apagada a questão da desigualdade social, a existência de classes, resultado do processo de exploração do indivíduo, sustentando a responsabilidade pelo sucesso, no esforço e sacrifício do enunciatário. Essa formulação permite que se pergunte: “quem (não) deve pagar o preço?”

Ao assentir com seu interlocutor, o sujeito-leitor, por identificação, passa a ser sujeito de seu discurso, e a interpelação do indivíduo em sujeito de seu discurso é efetivada com sucesso.

CAPÍTULO VI

ESPIRITUALIDADE E AUTO-AJUDA COMO FUNCIONAMENTOS DISCURSIVOS

Numa sociedade em que as necessidades são criadas pelo modo de produção capitalista, pelo modelo neoliberal, pelas exigências da globalização, os discursos que terão espaço de circulação mais ampla, terão que estar afinados com essas ideologias.

A linguagem empresarial, aqui significando os discursos de uma visão de gestão empresarial veiculados por sujeitos ocupando a posição-sujeito empresário, que se assumem como porta-vozes desta visão, num dado momento histórico com as características acima mencionadas, contribui para a permanência dessa estrutura social.

Uma gestão empresarial se dá em termos de relação entre indivíduos ocupando a posição sujeito empresário e a posição sujeito trabalhador, muitas vezes representada pelo empresário e seus funcionários. O gerente pode assumir a posição empresário, por exemplo. As relações entre essas duas posições são pautadas por um contrato social, já que esses sujeitos, interpelados em sujeito de direito, como visto no capítulo anterior, são livres e independentes para assumirem a responsabilidade por seus atos. Acontece que, grosso modo, as relações entre esses dois lados, essas duas posições, da Revolução Industrial até a década de 80, obedeciam a “um acordo tácito de que os empregados se entregariam à corporação e em troca ela cuidaria deles a vida inteira” (Gracioso, 2002:26). Entretanto, as empresas romperam esse contrato. Diante de um mundo que não garante o amanhã, apenas aponta para ele como sendo

um futuro promissor, as empresas, segundo Gracioso (idem), perderam a lealdade de seus funcionários, executivos, e passaram a empregar tentativas de voltar a criar laços de identidade com eles.

Por outro lado, diante da opção neoliberal cuja corrente de pensamento defende a idéia de que “*o melhor estado social possível se alcança deixando que cada indivíduo procure o seu interesse pessoal, num quadro tão próximo quanto possível da situação de concorrência*” (Brémond & Gélédan, 1988b:208), que prega que “*todo o indivíduo deve ter liberdade para fundar uma empresa e vender produtos, todo o trabalhador deve poder vender a sua força de trabalho em troca de um salário determinado, obedecendo à lei da oferta e da procura, sendo supostos iguais todos os contratantes*” (ibid. p.208), o Estado afasta-se do comando. Temos um ambiente perfeito para a mobilidade do sujeito de direito.

Portanto, sem proteção estatal e empresarial, os trabalhadores estão entregues à própria sorte. Verificaremos que a linguagem empresarial vai interpelar esse sujeito trabalhador pelo funcionamento discursivo da auto-ajuda, na tentativa de recuperar o poder material, terreno (o sucesso) perdido, ou ameaçado, e pelo funcionamento do discurso religioso, ou melhor, da espiritualidade, que dará sustentação extraterrena para os embates terrenos.

Investir na espiritualidade é uma questão de sobrevivência (Bonder, 2002a:56), e essa espiritualidade não deve ser encarada como religiosidade, mas como uma ação provocada por ela. Boff (2002:56) diz que “*a espiritualidade não é monopólio das religiões. É uma dimensão de cada ser humano. Essa dimensão espiritual que cada um de nós tem se revela pela capacidade de diálogo consigo mesmo, se traduz no amor, na sensibilidade, na compaixão, na escuta do*

outro, na responsabilidade e no cuidado como atitude fundamental. É alimentar um sentimento profundo de valores pelos quais vale sacrificar tempo, energia e, no limite, a própria vida”.

Nessa definição de espiritualidade estão todos os elementos de interpelação do sujeito de direito. Todos os valores ressaltados, como o diálogo, o amor, cobram dos seus interlocutores sacrifícios de tempo, energia, da própria vida, se preciso, em nome do prazer e felicidade vindouros.

O funcionamento discursivo da espiritualidade buscará promover a prática de valores cristãos dentro das empresas: a pessoa que, comprovadamente vive uma espiritualidade, traz benefícios para si e para a empresa. Esse sentido está inscrito no interdiscurso, na memória discursiva, promovendo, portanto, a adesão dos interlocutores a ele.

Há quem não veja compatibilidade entre espiritualidade e capitalismo, já que na primeira se exige fé e subordinação dos indivíduos a um poder superior, e no segundo, o indivíduo é supremo. Mas é exatamente por essa exigência de crença e subordinação (à empresa, no caso) que o funcionamento ideológico da religião ocorre. Esse funcionamento ideológico fará com que o indivíduo creia em si e no seu potencial de construir o futuro. Ela, a fé, trabalha no plano da esperança: trabalhar por uma causa, permitir-se a emoção contribuem para o ato produtivo e de criação do trabalhador.

“A fé a espiritualidade lidam com estruturas não comprováveis, não científicas, de obscuridade, mas que são o mundo real” (Bonder, 2002b:30), portanto, espiritualidade e era de incertezas combinam, daí o mecanismo de interpelação por esse recurso espiritual ser empregado e alcançar sucesso.

Laura Nash (2002:25-26), professora de ética na Escola de Negócios da Universidade de Harvard, diz que a espiritualidade começou a ser levada a sério no mundo do trabalho na metade da década de 90, e que três motivos contribuíram para a entrada da espiritualidade nas empresas. Em primeiro lugar o progresso científico, que rompeu com a idéia de controle e mecanicismo: *“A teoria do caos, a física quântica, a ênfase em vários tipos de inteligência, tudo isso passou a legitimar uma visão mais integrada da realidade”*; em segundo lugar, uma espécie de reação natural aos exageros da década de 80: *“O que se viu no mundo corporativo dos 80 foi uma ambição desmedida, escândalos financeiros e fracassos econômicos. A reação foi um movimento pela ética, pelos valores humanos”*; e, em terceiro lugar, o processo de autonomia dos empregados, que, segundo ela, faz com que as pessoas, quando começam a funcionar mais como seres humanos que como máquinas, tragam sua vida particular para o trabalho, e isso inclui a espiritualidade.

Paparounis (2002:33) informa em seu artigo que, segundo estudos recentes, pessoas que cultivam alguma crença vivem mais, estão menos sujeitas aos males da vida moderna, como o estresse, a fadiga, a ansiedade, e inclui citação da filósofa americana Dana Zohar, autora de “Inteligência Espiritual”:

“O interesse crescente pela espiritualidade é uma das formas de o mundo moderno resolver seus problemas existenciais, já que muitas certezas que as sociedades antigas possuíam foram perdidas.”

Os excertos desses estudiosos da modernidade no mundo do trabalho, acrescentados anteriormente, mostram sentidos de acontecimentos já fixados pela e na memória histórica, tais como um diálogo com o socialismo na valorização do humano, com o capitalismo na denúncia da exploração do trabalhador, e na memória

social, possibilitando a “ressonância” desses sentidos nos discursos dos articulistas de nosso *corpus* e na memória do leitor-trabalhador. A Queda do Muro de Berlim, de certa forma, fortaleceu o capitalismo, mas, reconhecendo seus excessos, o discurso capitalista se mantém, buscando apagar as falhas ou ressignificá-las como fazendo parte do mundo moderno, e não como sendo criadas por ele, capitalismo.

Como, discursivamente, o funcionamento da espiritualidade afeta o indivíduo? É o que veremos nas formulações selecionadas a seguir.

Em “*Não pode ter medo do desconhecido*”(p.45), “desconhecido” aponta para mistério e incerteza: assim como o futuro do homem é incerto, o mundo dos negócios também. “Medo” é um sentimento que deve ser combatido, pois só quem acredita em algo é capaz de realizações. E a crença vem por meio da fé. Em “*Sem fé, porém, você não vai adiante. Vai viver do passado. Não vai construir o futuro*”(p.47), há a ênfase em “fé” e “futuro”. No futuro está a promessa de felicidade e de vitória final apresentadas pelo discurso religioso. A fé é que dá essa certeza, ela é o elemento mobilizador da ação. Assim também será para os que batalharem no presente do mundo dos negócios, investindo em si mesmos, preparando o futuro promissor. A fé é algo que se tem ou não. Como ela é apresentada como mola mestra condutora do processo de mudança, o efeito de sentido que causa é o de que, aquele que não a possui já entra na competição em desvantagem. A associação de *fé*, mundo espiritual, com *vantagem*, mundo material é possível porque, no capitalismo, a fé é para a obtenção de lucro.

Observemos as próximas formulações, retiradas das pp.50-51 do *corpus*: “*Não é difícil aprender a dizer ‘por favor’ e ‘obrigado’, nem aprender boas maneiras - e são as boas maneiras que fazem você se entender com as pessoas*”. O novo mundo do trabalho requer a

necessidade do trabalho em conjunto, em que as pessoas interagem entre si, e não mais com a máquina intermediando-as, necessariamente. O trabalho em equipe requer valores humanitários. O efeito produzido é o de que saber empregar as fórmulas de cortesia fazem de seu usuário um ser sociável, apto para o trabalho em parceria. Em *“Há muito falamos de responsabilidade social das empresas. O trabalho voluntário numa igreja ou em qualquer outra organização é a oportunidade que o mundo dos negócios tem para se desenvolver”*, ao se destacar a “responsabilidade social” e o “trabalho voluntário”, muda-se o foco egocêntrico, egoísta até de preocupação consigo próprio, para a preocupação com os outros, provocando o efeito de altruísmo, um importante valor espiritual.

Em *“Todos os pensadores antigos recomendavam insistentemente a seus ouvintes a necessidade de se autoconhecer. O verdadeiro sucesso nos negócios e na vida envolve três coisas: descobrir nossos talentos, desenvolvê-los e utilizá-los tanto para o bem alheio quanto para o próprio bem”* (p.53), o sentido de “antigos” é resgatado positivamente por “tradição”, em oposição a “velhos”, sentido contra o qual os discursos vêm se contrapondo. O “autoconhecer-se” vem no bojo ideológico da “responsabilidade do indivíduo”, propõe um valor antigo que se presentifica ainda como novo valor, promovendo uma simbiose temporal: conhecer-se é benéfico em qualquer época, porque vai possibilitar ganhos pessoais e a outrem. Por que o interlocutor deve aceitar esses discursos? Porque o sujeito trabalhador deve trabalhar, não pode escapar desse privilégio ou castigo, por conseguinte, deve fazê-lo de modo a obter prazer pessoal.

Tom Morris, em sua listagem das condições universais de sucesso (p.54), inclui *“a confiança, a concentração, o compromisso emocional e bom caráter”*, além de apresentar como fundamentos da excelência (pp. 54-55), *“a verdade, a beleza, a bondade e a unidade”* como *“preceitos a serem alimentados nas relações com as pessoas”*, a fim de se

criar “*um espírito de corporação mais forte e novas formas de lealdade - que não dependem unicamente de condições imprevisíveis de mercado -*”, todos princípios característicos do discurso da espiritualidade. Porque o indivíduo deve cultivar esses valores, ou seja, o efeito de sentido de necessidade é criado, a fim de fazer o leitor crer que esses valores lhe garantirão o sucesso, independentemente do mercado; ou seja, atuando na ilusão da satisfação do desejo de sucesso, apontando para esse sucesso como futuro garantido. Consegue assim o efeito de adesão e concordância com os sentidos expostos. O “*espírito de corporação*” mobiliza os sentidos de cooperação e de empresa. A corporação é uma empresa, e, enquanto tal, precisa da cooperação de todos. Ao formular “*novas formas de lealdade*”, trabalha no interdiscurso, trazendo a memória do antigo acordo quebrado, do qual falava Gracioso, e que é preciso resgatar, daí o espírito de cooperação ser necessário, bem como “novas” formas de lealdade. O que fica apagado, ou pelo menos dentro de uma zona nebulosa, é o sentido de reciprocidade desses critérios. A cobrança na direção interpelativa do sujeito trabalhador é clara, já que não há a contrapartida em relação à outra posição sujeito, ou seja, a do empresário.

Em “*A lição de Beowulf é que nenhum de nós pode fazer as coisas mais importantes sozinho. A parceria, a colaboração e a aliança são as chaves para enfrentar os mais assustadores desafios com os quais nos defrontamos*”, apresenta o substantivo “lição”, que implica um dever a ser feito e aprendido. A “lição” inclui os seguintes valores espirituais: “parceria, colaboração e aliança”, apresentados como “chaves” para superar os desafios e atingir o sucesso. A idéia de “sucesso” que se dará “no futuro” é recorrente em praticamente todas as formulações.

“Sucesso” implica ser bem sucedido nos negócios. Para se atingir o sucesso é necessário paciência, outro valor espiritual. Discursivamente, os verbos no futuro, ou

no presente com valor de futuro, trabalham nesse jogo da postergação, criando um efeito de expectativa, de esperança, que mobiliza o sujeito à ação pretendida, desvinculando-o do tempo, como é perceptível nas formulações a seguir: *“oportunidades de negócios com que o futuro nos brindará”*(p.52); *“estou convencido de que serão ainda mais vitais para o sucesso nos negócios no futuro”* (p.55); *“O futuro dos negócios exigirá que compreendamos essas intuições, que são as mais antigas, e as apliquemos em tudo o que fizermos”* (p.55). Apontar para o futuro, mas ao mesmo tempo fundi-lo com o presente, é o jogo feito, exemplo que o enunciado metaforizado na próxima formulação comprova: *“O futuro é agora, só que ainda em desequilíbrio”* (p.60).

No discurso da espiritualidade, o centro, a essência é a pessoa e não as coisas. Mas a palavra “capital”, na próxima formulação, aponta para o lugar verdadeiramente valorizado: o lucro, o negócio. Observe-se: *“Caminhamos para uma outra direção, para uma economia baseada no capital intelectual, em que as pessoas é que vão fazer a diferença do negócio”* (p.63). O “capital intelectual” é a mercadoria do sujeito de atributos, de qualidades, do sujeito ideologicamente interpelado em sujeito de direito.

O discurso da espiritualidade funciona discursivamente buscando recriar os laços de identidade entre trabalhador e empresário. Do lado da empresa, ela sabe, respaldada atualmente por discursos científicos, inclusive, que indivíduos espiritualizados buscam no trabalho um sentido maior e mais profundo que apenas um meio de sobrevivência, portanto, ao exaltar a paciência, a disciplina, a concentração e a perseverança como valores que ajudam na formação do caráter, valoriza o sujeito ético.

Pelo estímulo à espiritualidade, a “mão invisível de Deus” é chamada a atuar em parceria com a “mão invisível do mercado”. Essa parceria pode transformar o indivíduo espiritualizado em vantagem competitiva, que é o que na verdade interessa à linguagem empresarial. A preocupação com o sujeito é “uma máscara languageira”.

Passemos agora a tratar do outro funcionamento discursivo de interpelação que mencionamos no início deste capítulo: o da auto-ajuda.

Tradicionalmente, a auto-ajuda cumpre duas funções: ser “alimento para a alma”, o que justifica sua colocação junto aos livros de espiritualidade, e possibilitar a reciclagem profissional ou o preenchimento de lacunas de formação, resumindo teorias complexas em linguagem acessível e sintetizando sentimentos em metáforas (Marthe, 2002:116).

Os funcionamentos discursivos da espiritualidade e da auto-ajuda são vistos atuando juntos, mas, quando aquele esteve em baixa, período do endeusamento da ciência e da técnica, este se manteve, fazendo a vez daquele. Historicamente, os momentos de pico da auto-ajuda coincidem com as épocas de crise e mudanças de comportamento, em que o indivíduo tem que se adequar às transformações (Marthe, 2002:122).

A linguagem empresarial, por funcionar discursivamente como “um controle total sobre o objeto do discurso”, pode ser classificada como “discurso autoritário” (Orlandi, 1987). Esse tipo de discurso autoritário, porque “transmite e pré-interpreta o sentido”, apropria-se do gênero auto-ajuda (assim será entendido por nós, como um gênero), enquanto funcionamento discursivo. Os discursos de auto-ajuda funcionam como um controle do fazer do outro e podem ser entendidos como um

poder, na medida em que, conforme salienta Foucault (1990, apud Fornari e Souza, 2001:137):

“Governar é estruturar o eventual campo de ação dos outros. A literatura de auto-ajuda apresenta um modelo, uma forma, um ‘equipamento ortopédico’, para endireitarmos nossa personalidade.”

Discutiremos a questão do gênero e das marcas discursivas que estão presentes nele.

“Todo texto pertence a uma categoria de discurso, a um gênero de discurso” (Maingueneau, 2001:59). Cada enunciador dispõe de uma variedade de termos para categorizar a variedade dos textos produzidos em uma sociedade: “conversa”, “manual”, “soneto”, etc. Essas categorias correspondem às necessidades da vida cotidiana e o analista do discurso não pode ignorá-las, porque elas permitem *“categorizar uma sociedade pelos gêneros de discurso que ela torna possível e que a tornam possível”* (ibid., p.61). Essa afirmação é importante porque, ao tratar do funcionamento discursivo do gênero auto-ajuda, veremos que ele se propaga, difunde-se na sociedade capitalista do século XX, e entra no século XXI, sociedade em que o trabalho ganha um estatuto especial, mobilizando vários sentidos, dentre eles, de ter dinheiro, ter emprego, ter um lugar (sentimento de pertença à *pólis*), isto é, ser cidadão, o que aponta para necessidades que também remetem à construção social da necessidade, através dos estilos de consumo, e com as perdas que a ausência do trabalho acarretará (Revuz, 1997:21-25). Dentre essas perdas estão desde o *status* profissional até as profissões/ofícios. Estamos diante de um universo complexo que lida com o sujeito e seu imaginário, com ofícios e com empresas. A escassez de emprego, por si só já justificaria a permanência do gênero auto-ajuda.

Essa sociedade, vinculando o emprego a talento, esforço pessoal, põe foco na responsabilidade do indivíduo pelo seu sucesso ou fracasso. Interpelado por esse discurso do sujeito de direito, o indivíduo buscará socorro no discurso de auto-ajuda, que tem esse funcionamento discursivo de interpelação.

A AD não pode deixar de refletir sobre o gênero quando aborda um *corpus*, porque um enunciado livre de qualquer coerção é utópico (Maingueneau, 1989:38). As coerções do gênero em estudo não são do tipo que causam constrangimento, violência física, material, mas que “forçam” um modo de existência e de funcionamento. Os discursos de auto-ajuda precisam fazer com que o outro se sinta responsável por seu processo de mudança, de crescimento, de aperfeiçoamento, de melhoria; portanto, na tentativa de convencimento, ele é uma apropriação, uma mescla de traços, ou melhor, ele mobiliza outros vários gêneros, constituindo-se no que poderíamos chamar de *gênero híbrido, tentacular, fragmentário*. Em conformidade com a ideologia capitalista, lança “tentáculos” e se apropria de formas que podem lhe conferir “ganhos” no processo de interpelação. Apresentaremos a seleção de alguns desses gêneros como exemplificadores desta tese. Mas, antes, faremos uma introdução sintética da gênese deste gênero.

Nietzsche (apud Rüdiger, 1996:33), escreve que “*em todo o gênero de história é necessário ter presente que a origem e a finalidade são pontos separados ‘toto coelo’; que uma vez produzida uma coisa, vê-se submetida necessariamente a potências que usam dela para fins distintos; que todo fato vivo está intimamente ligado a idéias de subjugar, de dominar, e que esta dominação equivale a uma nova interpretação, a uma acomodação da coisa a novos fins*”. A perspectiva se aplica ao fenômeno em estudo.

Rüdiger (1996:33) nos informa que:

A literatura que deu origem aos sistemas de auto-ajuda formou-se historicamente com a transformação da crença no poder da mente em fenômeno de cultura de massa. Suas origens, todavia, não se confundem com a difusão dessa crença pela indústria da cultura: auto-ajuda, de fato, constitui expressão que deve seu emprego corrente a um livro homônimo de formidável sucesso, escrito com espírito totalmente diferente pelo médico e publicista vitoriano Samuel Smiles, em 1859. O tratado consistia, em sua origem, na sistematização de uma série de palestras que o autor proferiu para um grupo de trabalhadores que, por conta própria, havia se reunido para aprender a ler e a escrever e ensinar-se mutuamente química, geografia e matemática, em Leeds. Com o livro, ele pretendia mostrar para aquela gente, o bem que cada um de nós “pode, em maior ou menor escala, fazer para si próprio”, e provar porque “a felicidade e o bem-estar individuais no decurso da vida dependem principalmente e necessariamente de nós, da cultura diligente e da disciplina de si mesmo”, mas “sobretudo do cumprimento exato do dever individual, em que consiste a glória de um caráter”.

Esse autor esclarece que, neste contexto, “*self-help*” significava força de vontade aplicada ao cultivo dos bons hábitos. O conceito-chave não era realização ou prazer, mas caráter, a vida bem sucedida que a “doutrina” da auto-ajuda pregava não se baseava na satisfação individual dos desejos, mas, confundia-se com a prática do trabalho e o cumprimento dos deveres estabelecidos pela sociedade (ibid. p.33-34). Com o passar dos anos, a expressão “*auto-ajuda* foi se tornando corrente, passando a designar, na virada do século, uma verdadeira tendência de comportamento, dependente de um novo gênero de literatura de massa” (ibid. p.34). O sentido da expressão foi-se modificando bruscamente, referindo-se cada vez mais ao cultivo de certos poderes mentais. “*Sua razão deixou de ser a formação do caráter, tornando-se a transformação espiritual e psicológica do indivíduo em pessoa de sucesso. As massas começaram a procurar uma fé que fosse ciência.(...) A prática da auto-ajuda, em resumo, foi passando a ter como objetivo fazer com que qualquer um conseguisse a auto-realização e alcançasse tudo o que desejasse da*

vida, baseando-se no princípio de que “o pensamento tudo move, (...)tudo quanto adquirimos na vida é resultado do nosso pensamento, ele é o nosso capital, o nosso êxito, a nossa felicidade” (Marden, 1920:40, apud Rüdiger, 1996:35).

Essas passagens são suficientes para justificar por que a linguagem empresarial se apropriou do gênero auto-ajuda como funcionamento discursivo de interpelação. O “preceito liberal segundo o qual a liberdade e a iniciativa dos indivíduos constituem a base do progresso e poderio das nações” está presente em todas as formulações que temos apontado, desde o princípio. Rüdiger faz uma ressalva para o conceito de “individualismo” abordado por Samuel Smiles, chamando a atenção para o “corolário que se tira dele [o preceito], que o modo como o homem é governado sob nenhuma hipótese tem primazia sobre “a forma pela qual ele governa a si próprio”. Para a AD, o que vai interessar é que esse individualismo é uma ilusão, porque os discursos constitutivos da posição sujeito são marcados, nas formulações de nosso *corpus*, pelo dizer hegemônico americano, afinado com os preceitos do neoliberalismo. Assim, não são sujeitos de seu dizer, mas sujeitos assujeitados por uma interpelação em escala mundial. Esse dizer informa um lugar marcado pelas condições de sua produção. Por conseguinte, “não é o sujeito (locutor) que se apropria, mas *há uma forma social de apropriação da linguagem em* que está refletida a ilusão do sujeito, isto é, sua interpelação feita pela ideologia. É nesse jogo de lugar social e dos sentidos estabelecidos que está representada a determinação histórico-social do discurso” (Orlandi, 1987:110). Essa perspectiva mostra a “eficácia do discurso, do poder que tem em suscitar a crença. O co-enunciador interpelado não é apenas um indivíduo para quem se propõem “idéias” que corresponderiam a seus interesses; é também alguém que tem acesso ao “dito” através de uma “maneira de dizer” que está enraizada em uma maneira de ser”, o imaginário de um vivido” (Maingueneau, 1989:48-49).

Em nosso *corpus* aparece a utilização de vários gêneros, tais como: o editorial, a conversa, a biografia, os testemunhos ou citações, o manual de instruções, o conselho, o religioso, o narrativo como a menção ao conto de fadas, e o poema. Cada um desses gêneros trabalhava num sentido de “verdade”, significava de uma maneira: afirmação do eu, prazer estético, prazer da troca, reflexão, etc. Entretanto, enquanto componentes do gênero auto-ajuda, são ressignificados em discursos que levam o interlocutor a, como diria Foucault, considerar-se “um artífice do seu próprio eu” (apud Fornari & Souza, 2001:137).

Na introdução do “dossiê”, há os discursos dos responsáveis por sua circulação; portanto, o gênero editorial é o utilizado. Esse gênero, como o sabemos, supostamente expressa o ponto de vista de seus proprietários, como comprova a seguinte formulação:

“A equipe de VOCÊ S. A .e seus colaboradores... trabalharam dobrado para entregar a você este dossiê especial. (...) Estamos na iminência de uma revolução - que aliás antecede outra e outra, e assim por diante (p.43)”.

Os editoriais não refletem apenas a opinião de seus proprietários, mas o consenso das opiniões que emanam de diferentes núcleos. Logo, esse gênero apresenta-se como discurso de saber, e, quem conhece, pode oferecer ajuda. O “trabalho dobrado” traz implícita a idéia da pesquisa, atividade característica da ciência, o que provoca efeito de objetividade e de verdade, principalmente quando aponta para a “iminência de uma revolução”. A linguagem empresarial, veiculada pelo editorialista e pelos “colaboradores”, os empresários ou professores do mundo dos negócios, apresentam seu conhecimento como uma ajuda, a parte que lhes cabe na parceria com a posição sujeito trabalhador.

Em cada artigo aparece a foto de seu enunciador, encimada de um texto verbal que oferece uma pequena história da vida desse locutor, onde são apontados aspectos voltados para sua atuação profissional e principais realizações, uma síntese de seu currículo, caracterizando o gênero da biografia. Elencaremos algumas formulações representativas desse gênero:

CKP: é a maior estrela da americana Michigan Business School. Chairman da Praja, empresa de software que co-fundou em 1996 (p.45).

TM: é professor de filosofia da Universidade Notre-Dame. É um dos mais populares escritores americanos de negócios dos últimos tempos. PH.D. em filosofia e estudos religiosos pela Universidade de Yale (p.53).

PD: é freqüentemente descrito como “o guru dos gurus”. Aos 90 anos é o maior pensador sobre gestão de nosso tempo. (...) destacou-se como professor da New York University (p.49).

MK: é um dos mais badalados físicos do momento. Professor de física teórica do City College of New York. Já publicou nove livros e apresenta um programa de rádio sobre ciência (p.61).

RGF: professor da FGV, é um apaixonado por literatura. Durante dois anos viveu pela Europa e pela África. (...) ele é consultor na área de desenvolvimento de carreiras (p.65).

Numa biografia, ser designado por “estrela”, “professor”, “escritor”, “guru”, “pensador”, “consultor”, no funcionamento do discurso aponta para o sucesso alcançado, para a obtenção do êxito procurado, para o progresso profissional. *Estrela* vem do mundo do espetáculo; *guru* vem do universo religioso; *pensador* está ligado ao mundo filosófico, e *consultor*, ao mundo empresarial. Todas essas expressões ressaltam várias facetas das personalidades de sucesso. Diante do mundo de competição individual e mobilidade social, importa menos o que o indivíduo faz, mas mais o que os outros pensam dele (Rüdiger, 1996:132). O discurso presente no gênero da biografia atua no imaginário coletivo de forma a angariar simpatizantes e a atuar paralelamente aos mesmos efeitos provocados pelos testemunhos.

Nas revistas, costuma-se incluir a biografia do articulista, como se fosse um hipertexto, em que se associam texto e imagem (fotografia). José Marques de Melo(1992), em sua obra “*Gêneros Jornalísticos na Folha de S.Paulo*”, coloca na p.111, a fotografia como um gênero jornalístico. Como a revista está incluída no gênero midiático, assim como o jornal, considero fundamental para a AD, abordar essas fotos, entendendo-as como características do gênero biografia de uma revista. Essas fotos trazem as imagens dos articulistas de gravata e/ou terno (cf. Anexo 2). O terno é o estereótipo do profissional que é empresário. Quando ele se apresenta apenas de gravata, a associação com o terno é imediata. Os três primeiros articulistas são mais velhos, usam óculos, cujo estereótipo em nossa cultura é o de designarem pessoa inteligente, culta. Um deles consulta um microscópio. A esse aparelho estão associadas a observação e a experimentação, características da ciência. Esses elementos (óculos, microscópio) trazem a imagem da ciência, da busca da verdade, ao centro deste palco de encenação em que se constitui o discurso. A seriedade de seus semblantes também contribui para essa cenografia. Os dois últimos articulistas são mais jovens, embora também adultos. Aparecem sorrindo, descontraídos. Os efeitos de sentido que se produzem dessas imagens é a de confiança e serenidade.

A quem se dirigem todos eles? A pessoas que estão atuando, que pretendem atuar ou que estão precisando se re-integrar, re-adaptar ao mundo do trabalho empresarial, pois é sabido que o fator idade conta, e muito, atualmente no mercado. E em seus discursos, esse fator conta positivamente, uma vez que aponta soluções para todos, assim como os outros elementos analisados atuam nessa interpelação da posição-sujeito trabalhador, ou, dito da forma como analisada por Brunelli (1996:187), “*essas fotos materializam o estereótipo do homem de negócios bem sucedido, responsável e feliz com o próprio sucesso*”.

Ocorre uma invocação direta do leitor através do pronome de tratamento você inúmeras vezes utilizado, o que caracteriza o gênero da conversa, do bate-papo. O tom coloquial, de aconselhamento e a simplificação de conceitos complexos e abstratos (apresenta o fato relacionado à gestão, o problema e a solução, na p.47) também contribuem para esse efeito de conversa. A formulação “*se você quiser ser*” ocorre muitas vezes. Os imperativos soam como convites, aconselhamentos e não como ordens: “*Inspire os outros*”, “*Evite a tentação de ser Deus. “É preciso ser leve como o pássaro, e não como a pluma*”. No uso da primeira pessoa do plural constrói sua identificação com o leitor, mantendo a interpelação: “*E agora todos nós temos de aprender a fazer alguma coisa ... (p.50)*; “*Não podemos deixar que nossos hábitos e orgulho impeçam a abertura e a mudança (p.55)*; “*Precisamos de fato de autoconhecimento para evitar nos tornar nossos piores inimigos em tempos de mudança (p.55)*).

Os testemunhos, os conselhos, o discurso religioso apresentam o indivíduo como produtor de seus problemas pessoais e querem oferecer-lhe “ajuda”. Daí a justificativa do seu nome. E esse discurso é facilmente identificado pelo leitor.

Exemplificando o gênero testemunho, temos a menção a ele na formulação: “*Uma maneira de encorajar é contar histórias sobre outras pessoas que realizaram seu sonho. Recentemente, convidei uma ex-aluna para contar à minha nova turma o que ela tinha feito desde que se formara no MBA dois anos antes (p.45)*”; (...)” *Por que não planejar o marketing da Ford para conquistar crianças a partir de 5 anos? Com uma simples pergunta, ela provocou um grande impacto numa empresa monstruosa*”. (...) “*Se ela fez isso, por que você não pode (p.46)?*”

Testemunhos estão pautados em cima de histórias que, além de agradar, conferem o efeito de veracidade, porque são entendidas como histórias da vida real. Os testemunhos apresentam modelos a serem imitados, é um passado (próximo ou distante) de sucesso que permite citá-los hoje. Jolles (1976:186) dizia que o valor

das coisas antigas consiste, essencialmente, em incitar e fazer progredir coisas novas. É tentando resgatar esse valor de passado e de antigüidade, que as citações a Leonardo da Vinci, Mozart e o filósofo Tales são apresentadas como testemunhos de vida bem sucedida.

Na formulação acima, o verbo “convidei” mobiliza, no imaginário do interlocutor, os efeitos de sentido de “escolha por mérito”, “pessoa que foi distinguida”, “de prestígio, ser possuidor de uma experiência singular a ser compartilhada”, possibilitando a interpelação. Assim como a pergunta provocativa da oração interrogativa “por que você não pode?”

Como já observamos, a projeção no futuro se faz presente no *corpus*, e o gênero citação será usado, na formulação que selecionamos, para acentuar a fluidez da noção temporal, de modo a fazer com que o interlocutor se assuma como responsável por seu destino, e, por ser de pessoa renomada, essa citação cooperará a fim de provocar o efeito de imposição por prestígio. A formulação da citação é: *“Jorge Luís Borges disse uma vez que ‘o presente não é nada mais do que o instante em que o futuro se desintegra em direção ao passado (p.66)’”*.

Embora já tenhamos abordado a questão da espiritualidade, gostaria de retomar, do gênero religioso, a formulação *“Sem fé você não vai adiante (p.47)”*. Este gênero esteve presente no gênero auto-ajuda antes da ênfase à espiritualidade, como já dito, e atuava no imaginário coletivo remetendo aos santos, apóstolos, profetas, como modelos de imitação. Essas pessoas atingiram o sucesso porque creram também em si mesmas. O sentido que *sucesso* terá em cada formação ideológica não importa, porque o sentido cristalizado é o de êxito, menos marcado, mas, nem por isso, menos apelativo.

O gênero da cartilha ou manual de instruções se presentifica ao estabelecer, para uma situação, a relação problema/solução, como na formulação a seguir:

“Muitos líderes escapam da grandeza porque incorrem em patologias comuns:

1. Mensageiros sem cabeça.

Problema: o sucesso imuniza os líderes contra notícias ruins.

Solução: honestidade e humildade dos altos executivos (p.47)”.

A presença desse gênero está em conformidade com o que Rüdiger (1996:129) escreve sobre o empresariado, que supôs que podia relacionar-se com seus subordinados de maneira patriarcal e autoritária, reduzindo o potencial humano às habilidades profissionais, mas que, com a mudança dos tempos, percebeu que a sociedade ingressara “numa nova era de relações entre líderes e seguidores”. E, diferentemente das lideranças dos primeiros tempos, que pensavam poder “dirigir os homens como se fossem peças de uma máquina qualquer”, aprenderam (devido à mudança na economia, que produziu mudança nas relações sociais) que a prosperidade requer cooperação. Então, surgiram os manuais para ensinar como se faz essa passagem, propondo regras de conduta e fornecendo conselhos, produzindo o efeito de apoio moral, de proximidade entre as posições sujeito opostas.

Do gênero narrativo temos a referência a um conto de fadas, o da Branca de Neve, para falar que ao mundo sobrenatural, em que um espelho dava as respostas, sobrepor-se-á o poder tecnológico, em que o espelho foi transformado na tela do computador, como mostra a formulação:

“Certamente você se lembra daquela história que seus pais lhe contavam na infância sobre uma bruxa terrível que olhava para o seu espelho mágico e dizia: Espelho, espelho meu, existe alguém mais bela do que eu? E, num passe de mágica, o espelho, com superpoderes respondia:

“Sim, Majestade, a Branca de Neve é a mulher mais bela do reino”. Logo esse episódio de um dos mais populares contos de fadas não será apenas uma obra de ficção. (...) Graças ao avanço da tecnologia, ele [o computador] será capaz de responder em minutos às mais diversas questões ... (p.60).

Essa formulação apresenta a eficácia da tecnologia como superior ao mundo mágico. A menção ao conto se justifica porque “o contador de histórias é um profeta do futuro” (Jolles, 1976:191), e porque a história que ele conta tem caráter de narrativa moral sendo que, via de regra, a virtude é recompensada e o vício é punido (ibid. p.198). O caráter de sedução que o conto exerce sobre os que o ouvem dá-se porque nessa forma artística se reúnem e podem ser satisfeitas duas tendências opostas da natureza humana que são a tendência para o maravilhoso (e o futuro tem sido apresentado assim pelos articulistas) e o amor ao verdadeiro e ao natural (o capitalismo “humanizado” procura resgatar o sentimento e a “naturalização” de si como ciência, principalmente com a queda do comunismo). O mundo maravilhoso e fantástico com que as estórias acenam encontram nas narrativas morais uma razão de ser: ajudam no processo de adaptação ao novo e na aceitação dele (ibid.p.191).

A ênfase na técnica como sinônimo de progresso, associada à narrativa, amenizam o impacto e o pavor da nova tecnologia. Esse efeito de “naturalização” é o resultado do trabalho da ideologia na busca da sujeição dos indivíduos.

Na Antigüidade, enquanto a epopéia se destinava a cantar o coletivo, surgiu outro tipo de composição, acompanhada de flauta ou lira, por isso o nome de gênero lírico, voltado para a expressão dos sentimentos mais individualizados (Soares, 1989:24). Esse gênero tem em vista a emoção, e a emoção produz o efeito de convencimento para quem “se contenta com razões afetivas e pessoais”. O gênero

lirico é retomado em nosso *corpus* para levar o leitor à reflexão sobre a necessidade de se ter um “senso de direção”, de busca do “norte pessoal”. Enfoca a individualidade, a preocupação consigo próprio, por isso é usado trecho do poema de Álvaro de Campos, heterônimo de Fernando Pessoa. A formulação a seguir é exemplo do gênero lírico, presente no gênero auto-ajuda:

*“Fiz de mim o que não soube,
E o que podia fazer de mim não o fiz.
O dominó que vesti era errado.
Conheceram-me logo por quem não era
E não desmenti, e perdi-me.”*

A interpelação se faz ao sujeito de direito, novamente, aquele que é responsável por suas ações. Um tom de aconselhamento não explícito está presente, ao expor para o leitor que o fato de não buscar o autoconhecimento e a aceitação de si levaram-no [o eu-lírico] ao fracasso. Assim se dá o funcionamento discursivo aqui exemplificado.

Mantendo a ênfase no indivíduo (na empresa, se a equipe falha, o chefe é o responsável), apresenta-se o poema épico “Beowulf”, uma reflexão sobre a força do indivíduo e a necessidade de preparar outros, já que o herói, que sempre cuidara sozinho das grandes tarefas, quando precisou dos outros, estes estavam despreparados para ajudá-lo.

A formulação “*Exceto um jovem, Wiglaf, que permaneceu e se apressou em lutar ao lado de seu líder. Juntos, “em parceria”, diz o poeta, eles derrotaram o dragão, mas não sem que Beowulf fosse mortalmente ferido*”, permite alguns efeitos desejados, ao mobilizar os vocábulos “exceto”, cujo efeito de exclusão aponta para uma ação positiva encaixada

na oração em que se encontra; “parceria”, cujo efeito é o da necessidade de se estabelecerem ligações; e “mortalmente ferido”, cuja ênfase está no primeiro termo da expressão, causando dois efeitos: o de alerta e o de intimidação. O efeito geral da formulação é o de aconselhamento, como representativo do gênero em estudo.

O gênero da auto-ajuda, usado na linguagem empresarial, é exemplo da heterogeneidade discursiva, devido à presença da diversidade de fontes de enunciação, tal como exemplificamos. Maingueneau (1989:102) subclassifica esse fenômeno de imitação (captação de um gênero).

Todas as formulações estudadas neste capítulo, seja do discurso da espiritualidade ou da auto-ajuda, têm o funcionamento discursivo de sujeição dos indivíduos na aceitação de que o novo mundo exige novas atitudes, novas maneiras de pensar. Lança-se mão de todos os recursos que possam provocar esse efeito. O que os discursos de auto-ajuda oferecem são “receitas para a subjetivação do indivíduo, entendendo-se essa subjetividade “como a esfera coletiva, condicionada pelo regime de signos que modela a cultura em que nos inserimos” (Fornari & Souza, 2001:134). O que aparenta para o indivíduo é uma relação simultânea de liberdade (individual) e determinação (social), quando na verdade suas escolhas são escolhas marcadas pelo seu assujeitamento, imposto pela ideologia que interpela o indivíduo enquanto sujeito, e que é constitutiva da linguagem. Por conseguinte, quando este interlocutor fala, sua linguagem está marcada por esse processo.

Com isso queremos dizer que os discursos que as formulações apresentam emergem num contexto de desenvolvimento capitalista em que as formas de exercício do poder não estão em relação direta com o Estado, mas que podem estar articuladas de forma indireta e acabam por contribuir para sua reprodução, como

exemplificamos quando da análise do título da revista, no capítulo anterior. Nesse sentido, os discursos da espiritualidade e o da auto-ajuda, enquanto funcionamentos discursivos, e sua forma de veiculação na mídia, acabam por “contribuir para a reprodução da sociedade capitalista neoliberal, caracterizada pelo individualismo possessivo e pelo narcisismo” (Fornari & Souza, 2001:140), produzindo a ilusão de um sujeito livre em suas escolhas, o sujeito do capitalismo (Orlandi, 1999:51).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Atualmente, é impossível não se pensar em **trabalho**, seja por necessidade ou na busca de realização pessoal. E, outro fato curioso de se observar, instituições que, a priori, eram vistas como entidades com ou sem fins lucrativos, passaram a ser vistas como **empresa**, basta observar os textos em que circulam os discursos de escolas, sindicatos, clubes, ONGs, etc.. Esses discursos apresentam uma característica comum, que é o fato de tratarem do gerenciamento dessas instituições. As formulações que veiculam essas idéias possibilitam que se fale em **linguagem empresarial**.

Portanto, abordar a linguagem empresarial com um aparato teórico-metodológico se constitui em um campo amplo, fértil e necessário. Fazendo um recorte nesse amplo universo, optamos por investigar a chamada **linguagem empresarial** centrada nos discursos dos articulistas da revista *VOCE S. A.*, que, ocupando a posição sujeito-empresário, falam para outros indivíduos ocupando a posição-sujeito trabalhador.

Procuramos por marcas lingüísticas determinadas histórica e socialmente, que produziram os sentidos investigados, ou seja, os sentidos de **trabalho** ligados a dor/prazer e castigo/felicidade. Encontramos que *trabalho* não é significado apenas como *atividade transformadora da natureza*, vários sentidos estão “ressoando” quando de sua formulação, mas que é pelo trabalho de análise que esses sentidos afloram, como por exemplo, trabalho ligado a *atividade braçal* (desprestigiado) ou *intelectual* (valorizado), a *escravidão*, *dor*, *castigo*, *empresa*, *negócio*, *lucro*, *sucesso*, *contrato social e mercado*. Nesse sentido, falar de trabalho foi falar de *interdiscurso*.

Observamos que esses sentidos estão respaldados pela autoridade daquele que os enuncia, cinco professores que falam do lugar de mestre, *autoridade*

convenientemente titulada, detentores de um saber que lhes possibilita visualizar e projetar o futuro.

Percebemos que os discursos apontavam para duas grandes questões: É possível ter prazer/felicidade no trabalho? Como conseguir sucesso/vitória no trabalho, num mundo sem empregos?

Para lidar com essas questões, falamos de **memória discursiva** e **estereotipia**. Fizemos um percurso histórico que possibilitou observar o funcionamento ideológico da língua, cuja materialidade permitiu observar o lugar da falha, do equívoco (Orlandi, 2001) em que deslizaram os sentidos para *trabalho* e para as funções do *trabalhador*. Vimos que nos sentidos de *trabalho* “ressoavam” memórias de vários acontecimentos, possibilitando paráfrases para o sentido de **trabalhador**, o que permitiu que enfocássemos as **nomeações** como marcas desses acontecimentos. O trabalhador deixa de ser um “parafuso dispensável” e passa a ser **parceiro** e **empreendedor**. Observamos que, pelas nomeações e pelas imagens que apresentamos para os sentidos que *trabalho* e *trabalhador* sofreram, foi possível a atualização da memória discursiva, “*ao espaço da atualidade veio juntar-se o espaço de memória, atestando contra a transparência dos sentidos*” (Orlandi, 2001). A ênfase nessas nomeações e nos atributos do trabalhador levou-nos a considerá-los [nomeações e atributos] como efeitos de cristalização de sentidos, produzindo o estereótipo para a imagem do trabalhador.

Perguntamo-nos sobre a **formação discursiva** a que os discursos dos articulistas se filiavam e constatamos que, na aparente dispersão dos discursos dos sujeitos-empresários havia unidade quanto ao enfoque do trabalhador numa perspectiva

empresarial de gestão de negócios e unidade também quanto ao seu alinhamento político-ideológico.

Notamos também que os discursos dos enunciadores se apresentavam como a produção de uma **forma-sujeito** (fruto do efeito ideológico da forma-sujeito em que este se coloca na origem do dizer) que, alinhada ao modelo neoliberal capitalista (ou filiado a uma rede de memória desse dizer), produzem o **sujeito-de-direito** capitalista, aquele que é responsável por suas escolhas e ações.

Consideramos os discursos dos enunciadores como discursos de poder, *investidos em práticas reais e objetivas* de reapropriação/representação do real, e de **interpelação**, que produzem o efeito da forma-sujeito leitor que é o trabalhador interpelado em sujeito de direito, pela “*inculcação*” de que tratou Pêcheux (1988).

O conjunto de textos de nosso *corpus* materializam discursos que aconselham, falam em fé e em necessidades que são predicativos para o novo trabalhador, que é apresentado como alguém que deve investir em si mesmo para conseguir sucesso no futuro.

Observamos que todas as soluções para esse novo trabalhador, inclusive ao focar a perspectiva do novo, fazem projeções futuras. Em vista destas constatações, lembramos Barthes (1987) para assinalar o efeito de sentido que novo provoca sobre as pessoas nestes tempos “modernos”, ávidos por novidades, em que o antigo passa a ser visto como velho e descartável.

Os textos apresentam formulações que, pensadas discursivamente, possibilitaram a “audição” de vários sentidos através da incorporação dos diversos gêneros que

sofreram apropriação pelo gênero mais amplo, o da auto-ajuda, como funcionamento discursivo no processo de interpelação desse trabalhador que se encontra imerso no caos em que se configura um mundo sem emprego. A saída discursiva encontrada para esse trabalhador, foi nomeá-lo enquanto **empreendedor**, aquele que é capaz de produzir empregos para si e para os outros, levando-o a convencer-se desta função através dos funcionamentos discursivos da **espiritualidade** e da **auto-ajuda**. Fé e conselho combinam com projeção futura, que é o que faz o discurso da linguagem empresarial, utilizando-os com o objetivo de conseguir lucro para as empresas. Observamos ainda que o gênero da auto-ajuda usado nas empresas, incorporou uma série de outros gêneros, o que nos levou a classificá-lo de gênero híbrido, retomando o conceito de **heterogeneidade discursiva**, “um funcionamento representativo de uma formação discursiva” (Maingueneau, 1989) que, em nosso *corpus* ocorreu também pelo uso de vários outros gêneros (imitação), possibilitando os efeitos de sentidos que expusemos ao tratar deles.

Embora saibamos que, para a AD, todo discurso vem sempre configurado por formações imaginárias, que é o que se apresenta como realidade para a AD, observamos que a representação desse real, veiculada por um discurso de poder, e, tendo como meio de circulação um poderoso recurso midiático que é a revista **VOCÊ S. A .**, consolida um sistema existente, ao mesmo tempo em que parece criar o novo, porque faz projeções futuras. Quando a posição-sujeito empresário enuncia, ela o faz com ares proféticos, apresentando uma situação como irreversível, cabendo à posição-sujeito trabalhador com-formar-se com a realidade representada. Usamos as reflexões de Edelman para enfatizar que, enquanto participante do **contrato social**, a posição-sujeito empresário se re-apropria da realidade como sendo um direito seu agir dessa forma, produzindo um efeito de *criação do real*, apresentando a realidade como um

lugar/espço maravilhoso de se viver, em que os problemas do emprego serão/estarão resolvidos.

Enfocando a linguagem empresarial, consideramos o discurso dos enunciadores como **autoritário**, pois nele a linguagem se apresenta de forma a transmitir a idéia de transparência daquilo que enuncia, como sendo a verdade, já conhecida e partilhada por todos (formações imaginárias), ou a verdade que se realizará no futuro, conforme nosso *corpus* mostra. É um discurso doutrinário porque constrói a posição-sujeito leitor como adepto e passa a ditar-lhe regras de conduta, utilizando-se como funcionamentos discursivos os gêneros já mencionados, dada a afinidade ideológica entre o que propõem e esses tipos de gêneros, fato também constatado em suas pesquisas por Brunelli (1996).

Todos os silenciamentos a que nos referimos anteriormente atestam a inscrição da linguagem empresarial numa formação discursiva diferente daquela na qual a relação com os trabalhadores se dá pelo reconhecimento da exploração desse trabalhador.

Enfim, todos os fenômenos lingüísticos analisados isoladamente apenas por necessidade metodológica (didática?) contribuíram para a montagem de uma cena reveladora do espetáculo da linguagem, capaz de criar, pelo discurso, a realidade em que se quer fazer crer. Quando ouvimos alguém enunciar a formulação *perfil do trabalhador desejado*, formam-se em nossa mente as imagens abordadas no capítulo sobre a **nomeação/designação**, as quais, de tão repetidas, cristalizam-se, compondo o estereótipo do trabalhador do século XX, agora XXI, apagando-se outros efeitos de sentido.

Consideramos a relevância deste trabalho, tendo em vista que um estudo das questões que envolvem uma sociedade de classes deve, a nosso ver, ao expor o olhar

do analista à opacidade do texto, além de possibilitar a desconfiança de que os sentidos podem ser outros (o que pensamos ter provado), deve provocar nele e no seu leitor respostas linguageiras que contribuam para uma prática na sociedade.

Olhada sob o ponto de vista de uma prática política, a análise do discurso parece uma “ciência” desnecessária. É como se, ao expor o olhar à opacidade do texto, a tarefa do analista fosse comprovar o “equivoco como condição de significar” e ponto final.

Pêcheux ([1969]; 1990b:24) critica a prática política como se dava então, de ser a “*aplicação de uma técnica a uma ideologia das relações sociais tendo em vista a adaptação ou ‘re-adaptação’ das relações sociais à prática social global, considerada como uma invariante do sistema*”. Para Pêcheux, “*o instrumento da prática política é o discurso, ou mais precisamente, que a prática política tem como função, pelo discurso, transformar as relações sociais reformulando a demanda social*” (ibid.p.24).

Ressaltar esses sentidos que trouxemos à superfície de nosso trabalho é uma tentativa, de resistência crítica, ou de, numa perspectiva “pêcheuxana”, fazer circular os discursos presentes em nosso *corpus*, para que, incorporando-se aos outros discursos existentes sobre a mesma realidade, eles possibilitem “*a transformação das relações sociais, reformulando a demanda social*”.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALTHUSSER, Louis. *Aparelhos Ideológicos de Estado: nota sobre os aparelhos ideológicos de Estado*. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1998.
- ANTUNES, Ricardo. *Os Sentidos do Trabalho: Ensaio sobre a afirmação e a negação do trabalho*. São Paulo: Boitempo Editorial, 2000.
- BAKHTIN, Mikhail. *La Poétique de Dostoievsky*. Paris, Seuil, 1963.
- BARTHES, Roland. *O Prazer do Texto*. São Paulo: Ed. Perspectiva, 1987.
 _____ *Aula*. São Paulo: Cultrix, 1997.
- BOFF, Leonardo. “Tenha Fé”. REVISTA VOCÊ S. A ., São Paulo, p.54-57, jan. 2002.
- BONDER, Nilton. “Tenha Fé”. REVISTA VOCÊ S. A ., São Paulo, p.54-57, jan. 2002a.
 _____ . “Deus Ajuda?” REVISTA EXAME, São Paulo, p.20-30, jan. 2002b.
- BRANDÃO, Helena H. Nagamine. *Subjetividade, Argumentação, Polifonia. A Propaganda da Petrobrás*. São Paulo: Fundação Editora da UNESP: Imprensa Oficial do Estado, 1998.
- BRÉMOND, Janine & GÉLÉDAN, Alain. *Dicionário das Teorias e Mecanismos Econômicos*. Lisboa: Livros Horizonte, 1988a.
 _____ . *Dicionário Econômico e Social*. Lisboa: Livros Horizonte, 1988b.
- BRUNELLI, Anna Flora. *Tenha Sucesso no Nosso Negócio, Fique Rico e Seja Feliz*. Dissertação de Mestrado. Campinas: IEL, Unicamp, 1996.
- CARMO, Paulo Sérgio do. *O Trabalho na Economia Global*. São Paulo: Moderna, 1998.
- CHAUÍ, Marilena. *Convite à Filosofia*. São Paulo: Ática, 1994.

- DUBOIS, Jean. *Dicionário de Lingüística*. São Paulo: Cultrix, 1978. Designação, p. 177.
- EDELMAN, Bernard. *La Practica Ideologica Del Derecho*. Madrid: Editorial Tecnos, 1980.
- FERREIRA, Maria Cristina Leandro. “A Antiética da Vantagem e do Jeitinho na Terra em que Deus é Brasileiro (O Funcionamento Discursivo do Clichê no Processo de Constituição da Brasilidade)”. In *Discurso Fundador*. Orlandi, E. (org.) Campinas: Pontes, 1993.
- FORNARI, Liege Maria S. e SOUZA, Elizeu Clementino de. “As Narrativas nos Discursos de Auto-Ajuda” . *Revista da FAEÉBA*, Salvador: UNEB, nº 1, jan./jun., 2001.
- FOUCAULT, Michel. *A Ordem do Discurso*. São Paulo: Edições Loyola, 1996.
 _____ . *A Arqueologia do Saber*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1997.
 _____ . *Microfísica do Poder*. Rio de Janeiro: Edições Graal, 2001.
- GRACIOSO, Francisco. "Deus Ajuda?" *REVISTA EXAME*, São Paulo, p.20-30, jan. 2002.
- GREGOLIN, Maria do Rosário V. “*CARAS e VOCÊ S.A. : Escultura da Imagem e Visibilidade Social*”. In *Mídia, Educação e Leitura*. Barzotto, V. e Ghilardi, Maria Inês (orgs.) São Paulo: Anhembi Morumbi: ALB, 1999.
- GUIMARÃES, Eduardo. *Os Limites do Sentido: um estudo histórico e enunciativo da linguagem*. Campinas: Ed. Pontes, 1995.
- HAROCHE, Claudine. *Fazer Dizer, Querere Dizer*. Trad. Orlandi, Eni et al. São Paulo: Hucitec, 1992.
- HOBSBAWM, Eric J. “Trajetória do Movimento Operário”. *Revista Trabalhadores*, 2. Campinas: Fundo de Assistência à Cultura, 1989.
- JOLLES, André. *Formas Simples*. São Paulo: Cultrix, 1976.
- LAGAZZI, Suzy. *O Desafio de Dizer Não*. Campinas: Ed. Pontes, 1988.

MAINGUENEAU, Dominique. *Novas Tendências em Análise do Discurso*. Campinas: Pontes: Editora da Universidade Estadual de Campinas, 1989.

_____. *Análise de Textos de Comunicação*. São Paulo: Cortez, 2001.

MARTHE, Marcelo. “O Alto-Astral da Auto-Ajuda”. *REVISTA VEJA*, São Paulo, p.114-124, nov. 2002.

MELO, José Marques de (org.). *Gêneros Jornalísticos na Folha de S. Paulo*. São Paulo: FTD, 1992.

NASH, Laura. “Deus Ajuda?” *REVISTA EXAME*, São Paulo, p.20-30, jan. 2002.

ORLANDI, Eni. “Segmentar ou Recortar”. Uberaba: Faculdades Integradas de Uberaba, *Série Estudos*, nº 10, 1984.

_____. *A Linguagem e seu Funcionamento. As Formas do Discurso*. 2 Ed.. Campinas: Pontes, 1987.

_____. *Terra à Vista. Discurso do confronto: velho e novo mundo*. São Paulo: Cortez; Campinas: Ed. da Unicamp, 1990.

_____. “Vão Surgindo os Sentidos”. In: *Discurso Fundador*. Orlandi, E. (org.) Campinas: Pontes, 1993.

_____. *As Formas do Silêncio: no movimento dos sentidos*. Campinas: Ed. da Unicamp, 1995.

_____. *Interpretação: autoria, leitura e efeitos do trabalho simbólico*. Petrópolis, RJ: Vozes, 1996.

_____. “O Próprio da Análise de Discurso”. In: Escritos: *Discurso e Política*, nº 3, Campinas: LABEURB/ NUDECRI - Unicamp, 1998.

_____. *Análise de Discurso: princípios e procedimentos*. Campinas: Pontes, 1999.

_____. *Discurso e Texto: formação e circulação dos sentidos*. Campinas: Pontes, 2001.

PAPAROUNIS, Demetrius. “A Ciência em Busca de Deus”. *Revista Tudo*, São Paulo, p. 28-33, dez. 2002.

PAULA, Ana Paula Paes de e WOOD Jr., Thomaz. *Pop-Management: A Literatura Popular de Gestão no Brasil*. Relatório nº 3/2002. Escola de Administração de Empresas de São Paulo. Fundação Getúlio Vargas/NPP.

PÊCHEUX, Michel. *Semântica e Discurso: uma crítica à afirmação do óbvio*. Campinas: Ed. da Unicamp, 1988.

_____. “Delimitações, Inversões, Deslocamentos”. Trad. J. H. Nunes. *Cadernos de Estudos Lingüísticos*, nº 19, Campinas: IEL, Unicamp, 1990a.

_____. “Análise Automática do Discurso”. In: F. Gadet e T. Hak (orgs.) *Por uma análise automática do discurso. Uma introdução à obra de Michel Pêcheux*. Trad. Bethania S. Mariani et al. Campinas: Ed. da Unicamp, 1990b.

_____. *O Discurso: estrutura ou acontecimento*. Campinas: Pontes, 1990c.

_____. “Ler o Arquivo Hoje”. In: *Gestos de Leitura: da história no discurso*. Orlandi, E. (org.) Campinas: Ed. da Unicamp, 1997.

_____. “Papel da Memória”. In: *Papel da Memória*. Achard, Pierre et al. Trad. J. H. Nunes, Campinas: Pontes, 1999.

PRAHALAD, C.K. et al. “Seu Emprego no Futuro”. *REVISTA VOCÊ S. A .*, São Paulo, edição 26, ano 3, p.43-67, ag. 2000.

REVUZ, Christine. “Ouvir os Desempregados para Compreender a Relação com o Trabalho”. *Rua*, nº 3, Campinas: Nudecri-Unicamp, 1997.

RIBEIRO, Luiz Carlos. “Trabalho e Realização. In *Para Filosofar*. São Paulo: Scipione, 1995.

ROSSI-LANDI, Ferruccio. *A Linguagem como Trabalho e como Mercado*. São Paulo: Difel, 1985.

- RÜDIGER, Francisco. *Literatura de Auto-Ajuda e Individualismo: contribuição ao estudo da subjetividade na cultura de massa contemporânea*. Porto Alegre: Ed. Universidade/UFRGS, 1996.
- SANTOS, Jair Ferreira dos. *O Que É Pós-Moderno*. São Paulo: Brasiliense, 1986.
- SCHIRATO, Maria Aparecida Rhein. *O Feitiço das Organizações: Sistemas Imaginários*. São Paulo: Atlas, 2000.
- SILVA, Ronalda Barreto. “As Raízes do Neoliberalismo”. *Revista da FAEEBA*, Salvador: UNEB, nº 1, jan./jun., 2001.
- SOARES, Angélica. *Gêneros Literários*. São Paulo: Ática, 1989.
- SOUZA, Pedro de. “As enquetes como discurso: um caso de acesso às palavras do racismo”. In *Os Múltiplos Territórios da Análise do Discurso*. Indursky, Freda e Ferreira, Maria Cristina Leandro (orgs.) Porto Alegre: Ed. Sagra-Luzzatto, 1999.
- A Bíblia Anotada/* Texto Bíblico: Versão Almeida, Revista e Atualizada. Trad. Carlos Oswaldo Cardoso Pinto, São Paulo: Mundo Cristão, 1994.
- Enciclopédia Luso-Brasileira de Cultura*, Editorial Verbo, s/d.

BIBLIOGRAFIA CONSULTADA

- ENRIQUEZ, E. *A Organização em Análise*. Petrópolis: Vozes, 1997.
- LAGAZZI-RODRIGUES, Suzy. *"A Discussão do Sujeito no Movimento do Discurso"*. Tese de Doutorado. Campinas: IEL, Unicamp, 1998.
- MARIANI, Bethania Sampaio Corrêa. *"O Comunismo Imaginário: práticas discursivas da imprensa sobre o PCB."* Tese de Doutorado, Campinas: IEL, Unicamp, 1996.
- PAYER, M. Onice. *"Retrospecção e Estereotipia. Imagens Urbanas sobre o Campo"*. *Rua*, nº 2. Campinas: Nudecri - Unicamp, 1995.
- _____. *"Reprodução, Confrontos e Deslocamentos de Sentidos. A Prática Discursiva da Educação Popular no meio Rural."* Dissertação de Mestrado. Campinas: IEL, Unicamp, 1992.

ANEXOS

ENQUANTO O MUNDO DAS MELHORES EMPRESAS PARA VOCE TRABALHAR

VOCE

Edição especial de aniversário

SEU EMPREGO NO
FUTURO

- ✓ O que você precisa saber (e fazer) para ter um grande emprego
- ✓ Precisa apostar em serviços, internet e bioeconomia
- ✓ As áreas quentes das profissões convencionais
- ✓ Onde vão as empresas que vão crescer
- ✓ Artigos exclusivos de:

C.J. PRAHALAD, PETER BRUCKER, TOM MORRIS,
MAX BETHUNGER, MICHIO KAKU, RENATO C. FERREIRA



Anexo 1



... e transmissibilidade dos direitos
 sobre o qual eles giram. E os outros controlam.
 Não se quer ser responsável por eles. Não é com
 eles. Aos 50 anos, tornou-se o maior presidente
 sobre o qual os novos tempos. Eo publicamente
 revelou a administração como disciplina e
 aos 50 de idade em o espírito de um
 governo. Mas não em Viena, educado no Austria e
 na Inglaterra, ele trabalha desde 1957 nos Estados
 Unidos. Depois de trabalhar como professor de
 New York University e o maior da história de ferro.
 Em sua última, Demostro, Gerenciado, com o Espírito
 23, em 1957 que realizou visando um novo período
 de maior transição de disciplina moderna — e
 que não estava preparado para as mudanças
 que vieram. E a palavra do guru dos gurus.