



O DISCURSO E O IMAGINÁRIO SOBRE O TRABALHADOR EM JORNAIS ONLINE

Dhiego Nogueira Simões¹

1 INTRODUÇÃO

Este artigo pretende discutir o funcionamento do discurso sobre o mundo do trabalho contemporâneo e suas implicações no processo de (re)significação do sujeito que trabalha. Buscamos investigar o processo de materialização discursiva a partir de dizeres sobre relações de trabalho e empregabilidade, veiculados pela mídia no espaço virtual.

Partimos do pressuposto de que, para atender a suas demandas sempre crescentes de lucro, o capital pós-reestruturação produtiva necessita instaurar uma nova discursividade sobre a organização de seu sistema sociometabólico. Dessa forma, através da atuação conjunta entre as novas técnicas de administração do trabalho vivo e o discurso de horizontalidade nas relações entre empregados (em seus diversos níveis) e patrões, busca silenciar contradições inerentes a seu funcionamento e sobrevivência, enquanto modo de produção.

Entendemos que a mídia exerce papel relevante nesse processo, pois é espaço privilegiado de divulgação da ideologia dominante, reproduzindo, sob o discurso de uma pretensa neutralidade, interesses das classes sociais detentoras do poder. Os dizeres circulantes nos/pelos veículos de comunicação instaurados no espaço virtual se inscrevem em uma discursividade que determina e homogeniza comportamento e identidade do sujeito que trabalha. Dessa forma, contribuem para sedimentar um imaginário de trabalhador cada vez mais ajustado às exigências do mercado neoliberal.

Mobilizamos, em nosso percurso teórico-metodológico, os estudos desenvolvidos pela Análise do Discurso de linha Pêcheuxtiana (AD), isto é, seus dispositivos

¹ Mestrando em Letras e Linguística pelo Programa de Pós-Graduação em Letras e Linguística da Universidade Federal de Alagoas.

teórico e analítico. Entendemos, com essa perspectiva teórica, que o sentido não existe por si mesmo e é determinado histórico e socialmente. Ou seja, está sempre sob os efeitos de determinação das posições ideológicas em jogo no processo de reprodução/transformação das relações de produção de uma dada sociedade.

Assim, no intuito de superar o efeito de evidência dos sentidos, produzido pela ideologia, e perceber seu caráter material, ou seja, a historicidade de sua construção (ORLANDI, 2012), articulamos as materialidades discursivas analisadas a suas condições de produção. É esse gesto analítico que nos permite identificar as contradições do movimento de reprodução/transformação das relações ideológicas de produção expressas na materialidade do discurso.

Por fim, efetuamos em nossa reflexão, a todo momento, o diálogo fundamental entre o referencial teórico-metodológico da AD e a tradição filosófica do Materialismo Histórico e Dialético. Somente a partir dessa articulação podemos entender o caráter, fundamentalmente histórico e social da linguagem, consciência e representações sociais dos homens e, portanto, do próprio discurso.

2 SOBRE A ANÁLISE DO DISCURSO (AD)

Ao discutirmos sobre Análise do Discurso (AD), é preciso termos em mente que não estamos situados em um debate apenas sobre a língua, ou sobre a gramática, embora tais áreas lhe interessem (ORLANDI, 2007). Constituída como uma disciplina de entremeio, a AD pressupõe a Linguística, o Marxismo e a Psicanálise, na medida em que se constitui da relação de três regiões científicas: a da teoria da ideologia, a da teoria da sintaxe e da enunciação e a teoria do discurso como determinação histórica dos processos de significação. Tudo isso atravessado por uma teoria psicanalítica do sujeito (ORLANDI, 2006).

É a partir da confluência entre esses campos de conhecimento que o discurso é eleito seu objeto de estudo. No entanto, o discurso não se confunde com a língua, com a fala ou com o texto. Não é a mesma coisa que transmissão de informações, tampouco surge do psiquismo individual de um falante (FLORÊNCIO et. al., 2009). É, pois, efeito de sentidos entre locutores, situando-se para além da materialidade da língua e de seu terreno como instrumento de comunicação, visto que essa pode

ser usada para comunicar ou para não comunicar.

A língua, portanto, só significa ao estar inscrita na história, ao sofrer as determinações ideológicas postas em jogo pelo processo de luta de classes de uma dada sociedade em um determinado momento histórico. Pêcheux elucida essa questão ao dizer que

uma palavra, uma expressão ou uma proposição não tem *um* sentido que lhe seria “próprio”, vinculado a sua literalidade. Ao contrário, seu sentido se constitui em cada formação discursiva, nas relações que tais palavras, expressões ou proposições mantêm com outras palavras, expressões ou proposições da mesma formação discursiva (PÊCHEUX, 2014, pp. 147-148).

Assim, os sentidos são determinados pelas formações discursivas nas quais as palavras estão inscritas e pelas formações ideológicas a que estão filiadas, por sua vez, as formações discursivas. E é resultado desse mecanismo que palavras diferentes possam ter o mesmo sentido e que palavras iguais tenham sentidos diferentes, a depender das formações discursivas e ideológicas às quais estejam inscritas. Desse modo, e ainda com Pêcheux (2008, p. 53), temos que todo enunciado é intrinsecamente suscetível de tornar-se outro, diferente de si mesmo, se deslocar discursivamente de seu sentido para derivar para um outro. Bakhtin/Volochínov (1981, p.47), por sua vez, diz que “todo signo ideológico vivo tem, como Jano, duas faces. Toda crítica viva pode torna-se elogio, toda verdade viva não pode deixar de parecer a alguns a maior das mentiras”.

O caráter de historicidade do discurso é ineliminável. No entanto, esse não traz em si a característica de um bloco uniforme (CAVALCANTE e MAGALHÃES, 2007), sendo um espaço marcado pela heterogeneidade de diversas vozes sociais, vindas de outros discursos. Ou seja,

podemos entender que todo discurso é uma resposta a outros discursos com quem dialoga, reiterando, discordando, polemizando. Sendo produzido socialmente, em um determinado momento histórico, para responder às necessidades postas nas relações entre os homens, para a produção e reprodução de sua existência, carrega o histórico e o ideológico dessas relações (FLORÊNCIO et al., 2009, p. 25).

Portanto, não há sujeito que seja origem de seu dizer, assim como não há discurso neutro, pois o discurso também é práxis, é ação do homem na objetividade, enquanto um ser que responde. Segundo Orlandi (2006), é trabalho simbólico, parte

do trabalho social constitutivo do homem e da sua história. Desse modo, o fazer discursivo está intrinsecamente ligado ao processo de organização do homem em sociedade, trazendo sempre as marcas da posição social e da perspectiva ideológica que dominam o sujeito.

Neste momento, para refletirmos de forma um pouco mais clara sobre a relação entre língua, história e ideologia, assim como o discurso enquanto práxis, trabalho simbólico, é relevante trazer à tona os princípios do materialismo histórico e dialético. Ou seja, a discussão sobre o próprio fazer histórico dos homens em suas condições de produção. Pois, assim como Sobrinho,

tomaremos como pressuposto que existe uma relação dialética entre sujeito, linguagem e as práticas sociais, por isso, não há como separar as partes (sujeito-língua-história), ou mesmo, abstrair a linguagem sem que se percam fatos essenciais desse fenômeno tão complexo (SOBRINHO, 2010, p. 249).

Tomamos, pois, o trabalho enquanto categoria fundante do ser social. Ressaltemos que tratamos aqui do trabalho enquanto ato de transformação da natureza para satisfação das necessidades básicas do ser humano. Essa é a base ineliminável para a reprodução do mundo dos homens. Nesse sentido, este se desenvolve numa relação dialética e necessária de transformação do mundo objetivo e do indivíduo, ou seja, numa síntese entre objetividade e subjetividade. É a partir desse processo que se desenvolvem os demais complexos que formam a totalidade do ser social, dentre eles a linguagem e a consciência. Nos dizem Marx e Engels, na Ideologia Alemã:

O “espírito” sofre, desde o início, a maldição de estar “contaminado” pela matéria, que, aqui, se manifesta sob a forma de camadas de ar em movimento, de sons, em suma, sob a forma de linguagem. A linguagem é tão antiga quanto a consciência – a linguagem é a consciência real, prática, que existe para os outros homens e que, portanto, também existe para mim mesmo; e a linguagem nasce, tal como a consciência, do carecimento, da necessidade de intercâmbio com outros homens. Desde o início, portanto, a consciência já é um produto social e continuará sendo enquanto existirem homens”. (MARX e ENGELS, 2007, pp. 34-35)

A questão da determinação social da consciência é ponto fundamental para a AD, por sua filiação à tradição do materialismo histórico e dialético. Em se tratando da reprodução do mundo dos homens, as determinações materiais (que são fundadas prioritariamente pelo desenvolvimento das forças produtivas) constituem o momento

predominante no desenvolvimento das ideias. É a existência social dos homens que determina suas consciências (LESSA e TONET, 2008). Não há produção de consciência individual, as ideias e representações humanas resultam da práxis, do processo de organização material dos homens, de suas relações sociais. Do mesmo modo, não há consciência desvinculada da linguagem, visto que é por meio dessa que se processa a percepção e a efetivação das relações sociais, pois

[...] sem consciência não há percepção da generidade e, sem linguagem, não há consciência. É através da linguagem que os indivíduos se apropriam da realidade e da própria linguagem, de conceitos que lhes permitem entender os fenômenos e agir no mundo. Essa forma de objetivação se objetiva por via do discurso (CAVALCANTE e MAGALHÃES, 2007, p. 136).

Portanto, sendo a consciência e a linguagem constituídas socialmente, estão, como já apontamos, sujeitas às determinações materiais da formação social em que se encontram. Sofrendo, portanto, os efeitos das posições sociais em jogo em determinada fase do processo de reprodução/transformação das relações de produção. O que implica dizer que o discurso, enquanto trabalho simbólico, mediação das relações entre os homens, é certamente afetado pelas relações contraditórias inerentes ao antagonismo de classes. Ao falar das condições ideológicas de reprodução/transformação das relações de produção, Pêcheux afirma que

[...] essas condições contraditórias são constituídas, em um momento histórico dado, e para uma formação social dada, pelo conjunto complexo dos aparelhos ideológicos de Estado que essa formação social comporta. Digamos bem, conjunto complexo, isto é, com relações de contradição-desigualdade-subordinação entre seus “elementos”, e não uma simples lista de elementos (PÊCHEUX, 2014, p.131).

Dessa forma, os processos discursivos e a produção de sentidos, sempre, trazem em si tais determinações histórico-sociais, reproduzindo os valores e perspectivas das diferentes posições de classe, ou seja, reproduzindo diferentes posições ideológicas.

É através do discurso que a ideologia se materializa, paradoxalmente, dissimulando seu funcionamento e produzindo evidências. Assim, interpela o sujeito a assumir posição em uma realidade naturalizada, dissimulando a processualidade sócio-histórica da qual tanto esse sujeito como a própria realidade são resultantes. Já dissemos que toda formação discursiva está filiada a uma formação ideológica, sobre tal questão, nos diz, ainda, Pêcheux:

[...] em sua materialidade concreta, a instância ideológica existe sob a forma de *formações ideológicas* (referidas aos aparelhos ideológicos de Estado), que, ao mesmo tempo, possuem um caráter “regional” e comportam posições de classe: os “objetos” ideológicos são sempre fornecidos ao mesmo tempo que a “maneira de se servir deles” – seu “sentido”, isto é, sua orientação, ou seja, os interesses de classe aos quais eles servem – o que se pode comentar dizendo que as ideologias práticas são práticas de classes (de luta de classes) na Ideologia (PÉCHEUX, 2014, p. 132).

A ideologia, pois, orienta e regula as práticas dos homens em todas as instâncias sociais. Ela é sobretudo a forma de elaboração ideal da realidade que serve para tornar a práxis social humana consciente e capaz de agir (LUKÁCS, 2013). Sua origem está vinculada ao que Lukács denomina posições teleológicas secundárias, as que orientam as ações dos homens entre si, induzindo-os a assumirem posições, frente a situações postas por uma formação social (FLORÊNCIO et al., 2009). Em uma formação social marcada pela dominação de classes, a ideologia dominante será a da classe dominante.

Cientes do processo de constituição do sujeito e dos sentidos, pautado na relação de indissociabilidade entre língua, história e ideologia, podemos discutir agora o que entendemos por imaginário. Primeiramente, nos é clara a determinação material do imaginário, das representações que os homens fazem, pois

Os homens são os produtores de suas representações, de suas ideias e assim por diante, mas os homens reais, ativos, tal como são condicionados por um determinado desenvolvimento de suas forças produtivas e pelo intercâmbio que a ele corresponde, até chegar às suas formações mais desenvolvidas. A consciência não pode jamais ser outra coisa do que o ser consciente, e o ser dos homens é o seu processo de vida real (MARX e ENGELS, 2007, p. 94).

Desse modo, buscando entender o funcionamento dessas representações nos processos discursivos, elencamos alguns dos fatores constitutivos das condições de produção de todo discurso. Quais sejam, a relação de sentidos, segundo a qual não há discurso que não se relacione com outros; o mecanismo de antecipação, pelo qual o sujeito se coloca no lugar do interlocutor, se antecipando aos possíveis sentidos produzidos por esse; e a relação de força, que aponta que o lugar do qual o sujeito fala é constitutivo do sentido.

Segundo Orlandi (2007, p. 40) todos esses mecanismos de funcionamento do discurso repousam no que chamamos formações imaginárias. Assim, temos que o

que funciona no discurso não é o sujeito empírico, mas a sua imagem, resultante de projeções mediadas pelas determinações da formação social em questão. Desse modo, segundo Pêcheux:

Nossa hipótese é de que esses lugares estão *representados* nos processos discursivos em que são colocados em jogo. Entretanto, seria ingênuo supor que *o lugar como feixe de traços objetivos* funciona como tal no interior do processo discursivo; ele se encontra aí representado, isto é, *presente, mas transformado*; em outros termos, o que funciona nos processos discursivos é uma série de formações imaginárias que designam o lugar que *A* e *B* se atribuem cada um a *si* e ao *outro*, a imagem que eles fazem de seu próprio lugar e do lugar do outro (PÊCHEUX, 2014, pp. 81-82).

Assim, é através do funcionamento do imaginário que os sujeitos passam da situação, que é empírica, para a posição, que é discursiva. Tal movimento é possível, pois existem nos mecanismos de qualquer formação social, regras de projeção que estabelecem a diferença entre as situações e as posições (PÊCHEUX, 2014).

Através dos processos de identificação ideológica do sujeito, o funcionamento do imaginário indica os sentidos que a sociedade atribui ao que seja um professor, um policial, etc., regulando identidades e sentidos. Esse mecanismo permite, também, que sujeitos situados em um lugar (empírico) de determinada classe social assumam a posição (discursiva) de outra que lhe seja antagônica. É o que acontece, portanto, com trabalhadores identificados ideologicamente e assumindo a posição sujeito do patrão e do capital. É assim, segundo Orlandi (2007, p. 41), que elementos das condições de produção estão presentes nos processos de identificação dos sujeitos nos discursos. As identidades resultam desse processo de identificação, de acordo com a eficácia do imaginário.

Essa discussão mostra-se relevante a nossos propósitos, visto que o discurso que analisamos aqui instaura um movimento de (re)significação do trabalhador. Os dizeres, que veiculam sentidos de autonomia e colaboracionismo, buscam construir o imaginário de um “novo” trabalhador, adequado ao atual momento do mercado.

Nesse sentido, entendemos como fundamental uma breve reflexão acerca das condições de produção amplas desse discurso, em sua conjuntura sócio-histórica, antes de chegarmos às análises.

3 REESTRUTURAÇÃO PRODUTIVA E MUNDO DO TRABALHO

Para entendermos o atual mundo do trabalho, precisamos compreender o processo de crise estrutural do capital que eclodiu na década de 1970. Essa crise ressignificou o capital de tal forma que refletiu na geopolítica mundial como nunca antes, trazendo ainda forte impacto no mundo do trabalho. Com vistas a retomar o crescimento da taxa de lucro, inicia-se, assim, conforme Antunes (2009, p.33), “um processo de reorganização do capital e de seu sistema ideológico e político de dominação, cujos contornos mais evidentes foram o advento do neoliberalismo (...) a isso se seguiu também um intenso processo de reestruturação da produção e do trabalho”.

Mais adiante, ao tratar mais especificamente do novo modelo de gestão da força de trabalho surgido com o neoliberalismo, Antunes (2009) observa que:

Mais complexificada, a aparência de maior liberdade no espaço produtivo tem como contrapartida o fato de que as personificações do trabalho devem se converter ainda mais em personificações do capital. Se assim não o fizerem, se não demonstrarem essas “aptidões”, (“vontade”, “disposição” e “desejo”), trabalhadores serão substituídos por outros que demonstrem “perfil” e “atributos” para aceitar esses “novos desafios” (ANTUNES, 2009, p.130).

Desde então, o antigo modelo de produção taylorista/fordista é, paulatinamente, abandonado. Em seu lugar, busca-se o incremento da taxa de produtividade, mas sem o aumento e, preferivelmente, com o declínio do número de trabalhadores. O perfil de trabalhador da linha de produção taylorista/fordista, com sua estrita especialização, deixa de ser interessante ao capital. Dentre outros motivos, tem-se a percepção, a partir dos enfrentamentos engendrados pelos trabalhadores e seus sindicatos, que tal ainda modelo dava abertura para que o trabalhador, ocupado apenas em sua única tarefa, refletisse e se rebelasse contra a situação a que estava submetido.

Sob a égide do toyotismo, a reorganização produtiva trouxe o enxugamento do quadro de funcionários das fábricas e a prática da atribuição de mais de uma função aos que restaram, que passam a ser considerados “polivalentes” e “multifuncionais”, discurso que silencia um novo processo de intensificação da exploração da força de trabalho. Além de uma reestruturação estritamente material, o toyotismo é também a expressão de uma ofensiva ideológica do capital. Para Alves (2011, p.60), “Sob o toyotismo, o homem produtivo é instigado a pensar demais, mas de acordo com a

racionalidade instrumental do capital. (...) Incentivam-se habilidades cognitivo-comportamentais pró-ativas e propositivas no sentido adaptativo aos constrangimentos sistêmicos”. Assim, sob a lógica da gestão toyotista, o trabalhador está submetido a uma sujeição qualitativamente maior que no modelo anterior, visto que, enquanto o taylorismo/fordismo é despótico, a gestão de cunho toyotista é revestida de um direcionamento mais consensual, envolvente, oportunizando maior participação, ou seja, em verdade, é mais manipulatória (ANTUNES, 2015).

Sabemos, com Marx (2009, p.31), “que a produção das ideias, das representações, da consciência está em princípio diretamente entrelaçada com a vida material e o intercâmbio material dos homens, linguagem da vida real”. E que numa forma de ordem social regida pelo domínio de classes, as classes dominantes são as que, historicamente, fornecem as ideias dominantes na sociedade. Esse processo se apresenta, assim, como momento necessário à manutenção da ordem sobre a qual quem domina é obrigado “a dar às suas ideias a forma da universalidade, apresentá-las como as únicas racionais e universalmente válidas” (Idem, 2009, p.69).

Desse modo, entendemos que a contemporaneidade se apresenta como um momento singular de domínio das ideias de mercado e trabalho estranhado, difundidas pelo capital. Segundo Magalhães (2013, p. 205), “tentam-se apagar as contradições sociais, principalmente as determinações de classe, que respondem pelo lugar das formações ideológicas a que se filiam os discursos, exaltando o consenso como a forma básica da sociabilidade”.

Ao atuar como estruturante da vida social, o mercado impregna as mais diversas instâncias sociais com discursos e efeitos de sentidos corroborantes da lógica (potencializada pelo modelo de gestão do toyotismo) que impõe ao trabalhador a necessidade de constante qualificação, de ser polivalente, dinâmico, proativo, empreendedor de si próprio. Assim, ao serem cooptados “pelo discurso, para se integrarem e formarem uma única equipe (a empresa), os empregados são constituídos como sujeitos autônomos, implicados pelo silenciamento das diferenças entre quem detém o poder (o empresário) e quem se submete ao poder (o empregado)” (Amaral, 2005, p. 260). São exemplos linguisticamente marcados os

deslizes dos sentidos nas definições do sujeito não mais como trabalhador, mas “colaborador”, “associado”, etc., evidenciando a tentativa de silenciamento do antagonismo das classes envolvidas na relação capital x trabalho. Para Marx (2010, p. 56), no entanto, “mesmo quando ficamos no seio da relação de capital e trabalho assalariado, os interesses do capital e os interesses do trabalho assalariado são diretamente opostos”.

Fundamentados nessa reflexão, é que buscamos compreender como o discurso do mercado, veiculado pela mídia instalada no espaço virtual, funciona na constituição de um imaginário de trabalhador colaborador, autodeterminado, responsável por sua empregabilidade. O processo de análise dos dizeres selecionados nos permitem, portanto, superarmos os efeitos de evidência produzidos pela ideologia (ORLANDI, 2012) e percebermos o caráter material dos sentidos, a historicidade de sua construção. Desse modo, nos é possível identificar parte das contradições que permeiam o mundo do trabalho no Brasil.

4 ANÁLISES

Selecionamos para este trabalho materialidades discursivas coletadas em *sites* de jornais e revistas. Acompanhando as novas demandas inauguradas com o advento da internet, esses veículos de comunicação também instauram um novo processo de circulação no espaço virtual. Segundo Cavalcante (1999, p. 161), “a serviço da classe dominante, os meios de comunicação cumprem um papel importante na homogeneização de concepções de mundo. [...] mascarando a realidade, controlando/apagando as manifestações de conflitos que se originam na heterogeneidade social”.

Desse modo, tais veículos continuam chegando fortemente às massas, propiciando a materialização e circulação de diversos discursos e homogeneizando sentidos e identidades. Discursos inscritos, em grande parte, nas formações discursivas e ideológicas dominantes, visto que a mídia, ao longo do processo histórico, representa um dos elementos fundamentais para a reprodução das práticas de controle do sistema capitalista. De acordo com Pimentel (2015), informação corresponde a poder, fato que traz à tona

[...] o entrelaçamento existente entre as práticas política e comunicacional.

A potencialidade de influenciar indivíduos através do processo argumentativo – que inclui mecanismos discursivo-ideológicos – faz dos veículos de comunicação os detentores do poder, pois discursivamente criam verdade e permitem que sejam aceitas de maneira consensual (PIMENTEL, 2015, p. 40).

Assim, justifica-se o nosso interesse em investigar como o discurso sobre o trabalhador está sendo materializado e veiculado pela mídia nesses espaços. Entendemos que, a despeito de uma discursividade que aponta o espaço virtual como sítio de suposta liberdade de ação dos sujeitos, esse “não é uma descoberta produzida e utilizada em si mesma, como se fosse algo desvinculado da práxis social, sendo constituído de relações sociais significantes e contraditórias que se organizam discursivamente e são afetadas pelas formas de exploração do trabalho na sociedade capitalista” (SOBRINHO, 2011).

O entrelaçamento entre economia, política e comunicação permite que a chamada “grande mídia”, ainda tenha força o suficiente para atuar de forma privilegiada na divulgação e reprodução ideológica, ainda que no espaço “democrático” da internet. Por trás de um discurso de pretensa neutralidade, a imprensa, de forma geral, não escapa das determinações e demandas do mercado, adaptando-se e reproduzindo seus interesses. Sobre esse elo de dependência da mídia com o mercado, nos diz Pimentel (2015):

No Brasil, o processo de incorporação da comunicação corporativa obedeceu aos interesses dominantes, mas também convocou forças contrárias a ele. Multinacionais se instalaram no país, conquistando o espaço midiático através da divulgação de seus produtos e serviços ao mesmo tempo em que convocavam o proletariado a se adequar ao sistema (PIMENTEL, 2015, p. 42).

Portanto, o processo histórico de constituição da mídia explicita sua vinculação orgânica às parcelas das classes dominantes. É fato, como diz a citação acima, que os trabalhadores também se posicionaram nesse processo. No entanto, de maneira geral, em jornais e organizações independentes, financiadas pelos próprios sindicatos e coletivos de luta, visto que jamais obtiveram real acesso ao espaço institucionalizado da imprensa.

Assim, passamos ao momento da análise das materialidades discursivas e dos efeitos de sentidos produzidos junto à constituição do imaginário da classe trabalhadora. Selecionamos quatro sequências discursivas (SD), a partir de duas

publicações *online* que abordavam temas ligados à carreira profissional e ao mundo do trabalho. A 1ª SD, retirada do site Istoé Independente, é parte de matéria intitulada “O profissional que o mercado quer”; as 2, 3 e 4 fazem parte de matéria publicada pela Folha de São Paulo *online*, chamada “Chegada da geração y ao mercado força renovação na gestão de pessoas”. Ambas reproduzem o perfil do novo trabalhador desejado pelo mercado.

SD 1: Esqueça tudo o que você aprendeu sobre o mercado de trabalho. Estabilidade, benefícios, vestir a camisa da empresa, jornadas intermináveis, hierarquia, promoção, ser chefe. Ainda que tais conceitos estejam arraigados na cabeça do brasileiro – quem nunca ouviu dos pais que ser bem-sucedido era seguir tal cartilha? –, eles fazem parte de um pacote com cheiro de naftalina. O novo profissional, autônomo, colaborativo, versátil, empreendedor, conhecedor de suas próprias vontades e ultraconectado é o que o mercado começa a demandar.

A sequência discursiva acima se direciona diretamente ao sujeito que pretende entrar e/ou manter-se no mercado de trabalho, interpelando-o a assumir determinadas “qualidades”. Assim, fornece um receituário indicando o que deve ser “esquecido” por esse e o que ele deve incorporar para se adequar às novas demandas do mercado. São listados, como parte do “pacote com cheiro de naftalina”, questões como estabilidade, hierarquia e promoção, elementos de um mundo do trabalho antigo, da época de seus pais. Em seu lugar, entram em cena as qualidades do “novo profissional”: autônomo, com senso de colaboração, empreendedor e independente o suficiente para ser “conhecedor de suas próprias vontades”.

É preciso considerar, na análise do discurso, que “o sócio-histórico e o linguístico se relacionam de maneira constitutiva e não periférica. O que liga o dizer a sua exterioridade é constitutivo do dizer” (ORLANDI, 2006). O enunciado em questão, em um primeiro momento, produz um efeito de sentido de ruptura, de um processo de renovação em curso no mercado de trabalho. Evoca-se elementos constitutivos da memória das relações de trabalho pré-reestruturação produtiva e os significam enquanto “conceitos” antigos. Articula-se a esses dizeres uma discursividade que naturaliza as mudanças ocorridas no desenvolvimento histórico-social, acarretando em alterações em determinadas circunstâncias das práticas sociais no transcorrer

das diferentes gerações. Assim, as mudanças que geram o “novo profissional” são tidas como resultado do que seria o próprio processo natural de evolução social, silenciando as contradições que sustentam essa dinâmica.

Desse modo, o sujeito que pensa em estabilidade profissional, em benefícios (como direito a plano de saúde, por exemplo), ou em ter a possibilidade de ascender e se tornar chefe em uma empresa na qual tenha “vestido a camisa” por determinado período, é posto como obsoleto, como um trabalhador de eras passadas. Produz-se, assim, sentidos negativos sobre direitos conquistados ao longo dos anos pela classe trabalhadora e consolidados no período de vigência do que se convencionou chamar de “Estado de bem-estar social²”, modelo de organização da produção que deixou alguns traços na economia brasileira, decorrentes de seu papel periférico no capitalismo internacional.

A reestruturação geracional dos coletivos de trabalho coloca, como um aspecto importante do dispositivo de “captura” da subjetividade do trabalho, o “esquecimento das experiências passadas”, o apagar da memória de lutas e resistências e a construção ideopolítica de um novo mundo de colaboração e de consentimento com os ideais empresariais. A nova geração de trabalhadores possui uma maior disposição de incorporar a linguagem empresarial, em que o trabalhador deixa de ser “operário” e “empregado” e torna-se “colaborador”. Ao mudar a linguagem, elemento crucial do metabolismo social, o capital constitui um novo universo locucional adequado ao admirável mundo novo da colaboração de classe (ALVES, 2011, p. 109).

Paralelamente, temos a significação do “novo profissional” desvinculado das amarras “com cheiro de naftalina”. Esse é significado pela lista de qualidades que evocam uma discursividade ligada ao capital em sua fase neoliberal, decorrente da reestruturação produtiva e da implementação do toyotismo. O discurso da autonomia, versatilidade e colaboracionismo produz efeitos de sentido que significam o sujeito que trabalha enquanto autodeterminado, criativo, que procura ter suas próprias ideias e pô-las em prática. É um profissional, portanto, que conhece “suas próprias vontades” e que não precisa se limitar ao trabalho apenas como um meio de vida, mas pode e deve buscar um ambiente profissional em que se sinta identificado. Assim, é capaz de atuar, de fato, como um sujeito “colaborativo”.

² Pode-se dizer que junto com o processo de trabalho taylorista/fordista erigiu-se, particularmente durante o pós-guerra, um sistema de “compromisso” e de “regulação” que, limitado a uma parcela dos países capitalistas avançados, ofereceu a ilusão de que o sistema de metabolismo social do capital pudesse ser *efetiva, duradoura e definitivamente* controlado, regulado e fundado num compromisso entre capital e trabalho mediado pelo Estado (ANTUNES, 2009, p. 40).

Silencia-se, no entanto, que suas “vontades” e suas “ideias” devem estar subsumidas às determinações da formação ideológica do capital, posto que a função da mão-de-obra (em sua diversidade atual) é fornecer lucro ao patrão e nada se sobrepõe a isso. Segundo Alves (2011),

Sob o novo capitalismo vive-se a “era da gestão das pessoas”. Sob o espírito do toyotismo, o discurso da organização do trabalho incorpora um novo léxico: trabalhadores assalariados, operários ou empregados tornam-se “colaboradores”. Deve-se esvaziar o discurso do conflito ou luta de classes. Exige-se dos jovens “colaboradores” atitudes proativas e propositivas capazes de torná-los membros da equipe de trabalho, com vistas a cumprir metas (ALVES, 2011, pp. 42-43).

Essa sequência, portanto, inscreve-se em uma formação discursiva³ de mercado que determina o que é e como deve agir o trabalhador. Desse modo, seus dizeres trazem sentidos que atuam (re)significando a imagem constituída socialmente da classe trabalhadora. Rejeita-se o imaginário sedimentado sobre elementos do mundo do trabalho que não são mais do interesse do capital e se instaura outro ligado às exigências do mercado pós-reestruturação produtiva. Silencia-se o processo de crise estrutural, gerador da demanda por esses “novos” trabalhadores, adequados a seu novo modelo produtivo, e a relação de exploração subjacente ao ato de compra e venda da força de trabalho. Além dos efeitos de sentidos de colaboração entre classes, de parceria entre patrão e empregado, apagando o antagonismo fundante da sociedade capitalista.

SD 2: Chegada da geração Y ao mercado força renovação na gestão de pessoas

SD 3: A geração Y, nascida entre os anos 1980 e 1990, quer trabalhar em empresas que compartilhem de seus valores e crenças, de acordo com uma pesquisa realizada neste ano pela consultoria Deloitte.

SD 4: Para Theunis Marinho, presidente da ABRH-SP (Associação Brasileira de Recursos Humanos), o funcionário não se motiva mais só com o salário. "Uma empresa se torna desejada por ter políticas que indicam ser possível realizar alguns sonhos ali."

³ Segundo Pêcheux (2014, p. 147), “aquilo que numa formação ideológica dada, isto é, a partir de uma posição dada numa conjuntura dada, determinada pelo estado da luta de classes, determina o *que pode e deve ser dito*.”

As sequências discursivas acima trazem dizeres referentes às novas gerações de trabalhadores, àqueles que fazem parte da chamada “geração y”. Diferente da anterior (geração x), essa geração, por ter crescido na “era da internet”, teria alta capacidade para lidar com tecnologia, para realizar várias tarefas de forma simultânea, além de capacidade de criatividade e inovação elevadas. A discursividade sobre os jovens da geração y os põe como inquietos, inovadores e com um alto código moral.

Desse modo, o discurso materializado nessas sequências traz à tona sentidos que apontam como, de fato, essa “geração” tem autonomia e valores diferenciados o suficiente para “forçar” o mercado a “renovar” suas práticas, inclusive, a área de “gestão de pessoas”. Processo necessário para receber jovens que não querem apenas trabalhar, mas compartilhar “valores e crenças” com seus empregadores. Assim, não é apenas salário o que os “motiva”, mas a possibilidade de “realizar alguns sonhos” em seu trabalho.

Podemos perceber que essa discursividade encaminha sentidos que vão resignificando as relações de trabalho e os sujeitos envolvidos. Ao pôr a “geração y” como determinante das mudanças do mercado, apenas por sua “chegada”, produz-se sentidos de autonomia e autodeterminação sobre o sujeito que trabalha, sujeito que, na verdade, precisa vender sua força-de-trabalho para sobreviver. Silencia-se, assim, o real processo de funcionamento do mercado de trabalho e do modo de produção capitalista, produzindo um efeito de equidade inexistente nas relações de compra e venda entre capitalista e trabalhador.

No nosso entender, esse é um dos pontos fundamentais do discurso sobre o mundo do trabalho no capitalismo pós-reestruturação produtiva: a tentativa de silenciamento⁴ das contradições de classe, ou seja, de quem emprega e quem é empregado.

Ao investigarmos o funcionamento desse processo discursivo, percebemos resignificações no sentido de “amenizar” tais contradições, da qual é exemplo a

⁴ Para Orlandi (2015, p. 73), “a política do silêncio se define pelo fato de que ao dizer algo apagamos necessariamente outros sentidos possíveis, mas indesejáveis, em uma situação discursiva dada”.

ideia de “gestão de pessoas”, que produz efeitos de sentidos de horizontalidade, de atenção, de cuidado. Apaga-se o fato de que há na verdade controle sobre o trabalhador e sobre seu tempo de trabalho, que há racionalização da mercadoria força-de-trabalho.

Percebemos também a produção de sentidos que (re)significam o espaço de trabalho como o espaço de “realizar sonhos”. O novo trabalhador tem como exigência que as empresas que o contratem tenham “valores e crenças” que possam “compartilhar”, isto é, que sejam compatíveis. Ora, como diz Marx (2010, p. 56) “mesmo quando ficamos no seio da relação de capital e trabalho assalariado, os interesses do capital e os interesses do trabalho assalariado são diretamente opostos”.

Portanto, silencia-se que o único interesse do mercado é o lucro, pois a única maneira que uma empresa tem para sobreviver é conseguir o máximo de ganhos com o mínimo de gasto. O trabalhador entra nessa conta como despesa. Portanto, o que a realidade objetiva mostra é que não é o mercado que precisa se adequar ao trabalhador, pelo contrário, ele faz as exigências de acordo com seu interesse. Aqueles que, nesse processo, são proprietários apenas de sua força-de-trabalho e que precisam vendê-la para sobreviver, é que são obrigados a se adequarem ao que lhes é exigido.

Assim, o discurso que significa o trabalhador atual como autodeterminado e idealista, na verdade silencia que esse trabalhador tem sua subjetividade cada vez mais afetada pela ideologia dominante. A própria suposta exigência de compatibilidade entre “valores e crenças”, pessoais e da empresa, mostra-se como um efeito dos discursos filiados à ideologia dominante na produção de trabalhadores identificados com a posição-sujeito do patrão. Nesse sentido diz Alves (2011):

A ideia de gestão de pessoas implica disseminar valores, sonhos, expectativas e aspirações que emulem o trabalho flexível. Não se trata apenas de administrar recursos humanos, mas sim de manipular talentos humanos, no sentido de cultivar o envolvimento de cada um com os ideais (e ideias) da empresa. A nova empresa capitalista busca, portanto, homens idealistas, no sentido mediano da palavra. Por isso, a ânsia pela juventude que trabalha, tendo em vista que os jovens operários e empregados têm uma plasticidade adequada às novas habilidades emocionais (e comportamentais) do novo mundo do trabalho (ALVES, 2011, p 43).

A “geração y”, exaltada pelo mercado e pela mídia, é na verdade o resultado mais bem-acabado de um processo iniciado em fins da década de 70, com a reestruturação produtiva e a implementação do modelo toyotista. Como dissemos acima, diferente do fordismo, o toyotismo requer não apenas o controle sobre o corpo do trabalhador, mas também sobre sua subjetividade. Esse se vê tão afetado pelo discurso do mercado que até suas aspirações mais pessoais são condicionadas a seus espaços de trabalho. No discurso da possibilidade de “realizar alguns sonhos”, silencia-se que os limites dos sonhos são os interesses das empresas, que ao trabalhador é permitido sonhar, desde que, a partir da posição sujeito do patrão.

Portanto, essa discursividade ao colocar trabalhadores e patrões em um mesmo patamar, dividindo “valores e crenças”, silencia, na realidade, o ápice de uma política de colaboração entre explorador e explorado. Um processo no qual os trabalhadores se identificam cada vez mais com sentidos inscritos na formação discursiva do mercado.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O discurso sobre o “novo” trabalhador enquanto um sujeito autônomo, autodeterminado, criativo, idealista e colaborativo se inscreve uma formação discursiva de mercado, determinada pela formação ideológica do capital. Tal discurso funciona produzindo efeitos de sentidos de igualdade, de não subsunção, atribuindo ao sujeito que trabalha a posição de polo determinante da relação capital – trabalho do mercado capitalista.

Reformula-se o imaginário sobre o trabalhador que deixa de ser um indivíduo que busca um emprego “fixo”, com estabilidade estrutura rígida e se torna o sujeito do mundo do trabalho “flexível”. Esse é apto a enfrentar o processo de precarização do trabalho, pois sua natural “inquietação” e desejo por “desafios” se enquadram em um mercado no qual diminuem-se as vagas de trabalho regularizados, enquanto aumentam os chamados empregos *part-time*, símbolo da nova fase do capital.

O “novo” trabalhador é aquele que assume a posição sujeito do patrão, na empresa. Ele deve ter sua subjetividade, seus “sonhos”, engajados com os “valores e crenças” de seu empregador. Esse discurso, portanto, sob a evidência de maior humanização

nas relações de trabalho, do cuidado não apenas com os trabalhadores, mas com as “pessoas”, silencia o ataque brutal do capital sobre a classe trabalhadora, o processo de intensificação da racionalização nos espaços de trabalho e, principalmente, o ataque à subjetividade dos trabalhadores através da instauração de uma política de consenso, de colaboração entre classes.

Nesse sentido, finalizamos retomando, mais uma vez, a afirmação de Marx (2010, p. 56) sobre a impossibilidade de consenso entre classe trabalhadora e burguesia, pois, “mesmo quando ficamos no seio da relação de capital e trabalho assalariado, os interesses do capital e os interesses do trabalho assalariado são diretamente opostos”.

REFERÊNCIAS

- ALVES, Giovanni. Capitalismo global. Nova morfologia social do trabalho e a precarização do homem que trabalha. In: **Trabalho e capitalismo contemporâneo**. PLANCHÉREL, Alice; BERTOLDO, Edna (Orgs.). Maceió: EDUFAL, 2011.
- ALVES, Giovanni. **Trabalho e subjetividade**: o espírito do toyotismo na era do capitalismo manipulatório. São Paulo: Boitempo, 2011.
- AMARAL, Maria Virgínia Borges. **Discurso e relações de trabalho**. Maceió: EDUFAL, 2005
- ANTUNES, Ricardo. **Adeus ao trabalho?** Ensaio sobre as metamorfoses e a centralidade do mundo do trabalho. São Paulo: Cortez, 2015.
- ANTUNES, Ricardo. **Os sentidos do trabalho**: ensaio sobre a afirmação e a negação do trabalho. São Paulo: Boitempo, 2009.
- BAKHTIN, Mikhail; VOLOCHÍNOV, V. N. **Marxismo e filosofia da linguagem**: problemas fundamentais do Método Sociológico na Ciência da Linguagem. São Paulo: Hucitec, 1981.
- CAVALCANTE, Maria do Socorro Aguiar de O. Implícitos e silenciamentos como pistas ideológicas. **Leitura – Análise do discurso**. n. 23, 1999.
- CAVALCANTE, Maria do Socorro Aguiar de O. **Mobilidade do sujeito e dos sentidos no espaço político**: processos de identificação/desidentificação.
- CAVALCANTE, M^a. Do Socorro Aguiar de O; MAGALHÃES, Belmira. História, consciência e inconsciente: o sujeito na Análise do Discurso. **Leitura**. Maceió: EDUFAL, 2007.
- FLORÊNCIO, Ana Maria Gama (et al.). **Análise do discurso**: fundamentos & práticas. Maceió: EDUFAL, 2009.
- GADET, Françoise; HAK, Tony (Orgs.). **Por uma análise automática do discurso**: uma introdução à obra de Michel Pêcheux. Campinas: Unicamp, 2014.

LESSA, Sérgio; TONET, Ivo. **Introdução à filosofia de Marx**. São Paulo: E. Popular, 2008.

LUKÁCS, György. **Para uma ontologia do ser social II**. São Paulo: Boitempo, 2013.

MAGALHÃES, Belmira. Sujeito no e do discurso: pensando a resistência. In: DIAS, C.; PETRI, V. **Análise de discurso em perspectiva: teoria, método e análise**. Santa Maria: UFSM, 2013.

MARX, Karl. **Trabalho assalariado & capital e salário, preço e lucro**. São Paulo: Expressão Popular, 2010.

MARX, Karl; ENGELS, Friedrich. **A ideologia alemã**. São Paulo: Expressão Popular, 2009.

ORLANDI, Eni. **Análise de discurso: princípios e procedimentos**. Campinas: Pontes, 2009.

ORLANDI, Eni. **As formas do silêncio: no movimento dos sentidos**. Campinas: Unicamp, 2009.

ORLANDI, Eni. **Interpretação: autoria, leitura e efeitos do trabalho simbólico**. Campinas: Pontes, 2004.

ORLANDI, Eni. **Introdução às ciências da linguagem: discurso e textualidade**. Campinas: Pontes, 2006.

PÊCHEUX, Michel. **O discurso: estrutura ou acontecimento**. Campinas: Pontes, 2008.

PÊCHEUX, Michel. **Semântica e discurso: uma crítica à afirmação do óbvio**. Campinas: Unicamp, 2014.

PIMENTEL, Mércia. **Política e mídia em discurso: análise de manchetes do jornal da Assembleia Legislativa de Alagoas**. Maceió: EDUFAL, 2015.

SILVA SOBRINHO, Helson Flávio da. Redes de sentidos e raciocínios antagonistas: a Internet na interface do discurso. In: GRIGOLETTO, Evandra (et al.). **Discursos em rede**. Recife: Ed. Universitária, 2011.

SILVA SOBRINHO, Helson Flávio da. Análise do discurso: um olhar materialista sobre as evidências de sentido. In: SILVA, Leilane (et al.). **Linguagem e representação discursiva II: outros estudos**. João Pessoa: Ed. Universitária UFPB, 2010.