

## Notas sobre a nova pedagogia do trabalho

Andréa Araujo do Vale – PPFH/UERJ/CAPES  
[andreaavale@ig.com.br](mailto:andreaavale@ig.com.br)

### Introdução

Este artigo tem como objetivo realizar uma breve exposição sobre o que aqui se denomina nova pedagogia do trabalho. Essa categoria remete diretamente às idéias de Neves (2005) sobre a nova pedagogia da hegemonia, definida como conjunto de estratégias do capital para educar para o consenso em condições de reestruturação produtiva e reforma do Estado que emergem, no início da década de 1970, como formas de enfrentar a crise estrutural do capital. Neves elabora o arcabouço teórico que permite vislumbrar como é que o neoliberalismo desenvolvido no Brasil – pelo programa político específico da Terceira Via – faz circular, articulado a mudanças na própria esfera da produção, um novo conjunto de ideais, valores e práticas voltadas para a hegemonização das classes subalternas. Dentre estas estratégias, destacam-se aquelas que se destinam a formação técnica e ético-política do trabalhador de novo tipo, um sujeito individual/coletivo dotado de novas capacidades e novos saberes que potencializem sua atuação no paradigma da acumulação flexível e de uma nova mentalidade, que se orientem para a conciliação de classes e, portanto, para a reprodução da sociabilidade burguesa. São estes elementos que aqui se encontram designados como a nova pedagogia do trabalho<sup>1</sup>.

As análises referentes ao poder político realizadas por Gramsci afirmam que, ao longo do século XX, como produto das contradições inerentes ao capitalismo, teve lugar um processo de socialização da participação política que, no limite, exige que o Estado capitalista – na tentativa da reprodução das relações sociais vigentes -, amplie sua atuação, ao incluir uma dimensão que é a da direção, da hegemonia. Assim, o pensador sardo concebeu uma teoria ampliada do Estado, significando que as classes dominantes devem também, desde então, dirigir as classes subalternas a fim de reproduzir a sociabilidade burguesa<sup>2</sup>. Essa direção se faz por intermédio do que Gramsci chamou “aparelhos privados de hegemonia”, nos quais os sujeitos coletivos - atrelados aos interesses burgueses em

---

<sup>1</sup> Fica clara, desde o início, a profunda marca, nesta reflexão, do pensamento do italiano Antonio Gramsci. O pensador sardo oferece um conjunto de categorias que possuem uma incrível atualidade e possibilitam uma reflexão acurada sobre as transformações no mundo do trabalho, nas relações entre capital, trabalho e Estado, na correlação de forças entre classes no plano nacional e internacional bem como nas relações sociais globais.

<sup>2</sup> É importante ressaltar desde já que esta mesma socialização da política leva a uma possibilidade de organização, no âmbito da sociedade civil, dos sujeitos coletivos das classes trabalhadoras, permitindo que estas formulem suas concepções e tentem construir uma contra-hegemonia.

antagonismo com projeto de sociabilidade proletária - buscam obter o consenso da sociedade para os seus projetos.

No Brasil, ganha centralidade, na construção da hegemonia, a grande mídia industrial como instância de formação humana em um país em que, tradicionalmente, a escola é de difícil acesso e precária, a educação superior (que possui alguma qualidade) foi, historicamente, privilégio das classes abastadas e as igrejas detem grande influência (inclusive sobre o Estado e a própria mídia), o peso simbólico e cultural dos discursos midiáticos se faz sentir na própria formação e transformações da identidade nacional. Neste sentido, investigar os discursos midiáticos é examinar os processos simbólicos e culturais que são pedagógicos no sentido trazido por Gramsci, isto é, educam – no sentido da formação humana - para o consenso nas sociedades contemporâneas e formam o trabalhador de novo tipo. É assim que a Análise do Discurso se faz uma grande aliada teórica e metodológica: trata-se de compreender como se estrutura esta matriz discursiva, suas táticas retóricas, a construção discursiva que ajuda a sustentar, simbolicamente, tal consenso, na medida em que interessa investigar não só o que se diz sobre como deve ser e agir o “trabalhador/homem de novo tipo”, mas também como se diz, como se organiza este discurso, para que se possa trazer a luz traços importantes dessa forma da sociabilidade burguesa no Brasil atual.

Todavia, a Análise do Discurso é um campo de conhecimento composto por matrizes teóricas muito distintas, e que, por vezes, desconsidera ou minimiza o papel do texto como *locus* integrante, constitutivo da prática social, ao mesmo tempo em que é por ela constituído. Ou seja, é preciso compreender o texto em uma relação com a totalidade social mais ampla, da qual ele representa uma amostra da práxis entre outras. Esse entendimento do discurso e do texto é oferecido pelo trabalho de Norman Fairclough, que apresenta uma concepção tridimensional do discurso que inclui a consideração do discurso também como prática social, o que permite integrá-lo como um dos dispositivos de hegemonização social, pela articulação simbólica da direção das classes subalternas pelas classes dominantes. Na intenção de examinar esta organização discursiva, escolheu-se, neste trabalho, realizar uma análise da reportagem de capa da revista *Época*, publicação semanal de informação pertencente às Organizações Globo, grupo de grande mídia tradicionalmente e organicamente ligado às classes e frações de classe dominantes nacional e internacionalmente. que apresenta as 100 melhores empresas para trabalhar, apresentada como o guia essencial para sua carreira. A idéia central é extrair deste texto uma

cartografia do modo de dizer constitutivo do discurso apresentado pela revista a partir de dois conceitos: representação do discurso e metáfora.

### **A hegemonia burguesa: do fordismo à acumulação flexível**

Ao pensar as formações sociais capitalistas, Gramsci entendeu que, nelas, estrutura e superestruturas formavam um bloco histórico, ligadas por relações de reciprocidade, e, sobretudo, apontava para certa autonomia das superestruturas em relação à estrutura, a depender de conjunturas históricas específicas, correlações de força e grau organização de uma formação social (NEVES; SANT'ANNA, 2005, p. 21). Tal como já tinham afirmado Marx e Engels, nas sociedades capitalistas, o Estado possui uma base classista, ou seja, o poder se expressa em uma superestrutura que deriva das relações sociais de produção – relações de expropriação e dominação de classe - que se estabelecem no plano na sociedade civil. Pode-se assim afirmar que o desenvolvimento do capitalismo articula-se sobre as ações das classes sociais para resolver as contradições centrais deste modo de produção. A primeira é a que se estabelece entre a crescente socialização do trabalho, da produção e a apropriação privada da produção social. A segunda contradição – procedente da primeira e resultado das lutas para sua superação – se dá entre a socialização da participação política e a apropriação privada (individual ou grupal) do poder.

A *socialização da participação política*, tanto à direita quanto à esquerda do espectro político, é marcada pela organização de grandes sindicatos e pela formação de partidos de massa, pela conquista do sufrágio universal, dando forma ao que Gramsci denomina sociedades ocidentais. Os conceitos gramscianos de Oriente e Ocidente referem-se à presença mais ou menos desenvolvida de uma esfera social nova, relativamente independente e diferenciada em relação aos aparelhos de Estado (“sociedade política”) e ao mundo da produção econômica. Tal esfera seria a “sociedade civil”. “Sociedade civil” e “sociedade política” são distintas por sua função na vida social, mais precisamente na articulação/reprodução das relações de poder e também por sua materialidade. Por “sociedade política” entende-se o conjunto dos aparelhos repressivos e executivos pelos quais as classes dominantes detém e exercem o monopólio da violência e da coerção, tal como postulou Max Weber e a capacidade de impor as leis. A diferença fundamental aparece na esfera que Gramsci denomina “sociedade civil”: é a esfera de mediação entre a sociedade política (o Estado, em sentido “estrito”) e a infra-estrutura-econômica, e seria constituída, em sua materialidade, pelos aparelhos “privados” de hegemonia. Deste modo, os processos de alargamento da participação política da sociedade civil redefinem, em

nível regional, nacional e mundial, a forma como se delineia a correlação de forças, tanto para as classes dominantes como para as classes dominadas que buscam “[...] superar, tanto nos planos especificamente nacionais e regionais quanto em nível mundial, a possível contradição entre o alargamento da participação política e a apropriação privada da produção de vida” (NEVES; SANT’ANNA, 2005, p. 20). Destarte, o Estado capitalista tem suas práticas modificadas para tornar-se um Estado educador, desenvolvendo uma pedagogia da hegemonia, na expressão de Neves (2005), que tem como função central: “Criar novos e mais elevados tipos de civilização, de adequar a ‘civilização’ e a moralidade das mais amplas massas populares às necessidades do contínuo desenvolvimento do aparelho econômico de produção e, portanto, de elaborar também fisicamente novos tipo de humanidade” (GRAMSCI *apud* NEVES, SANT’ANNA, 2005, p. 26).

Esta reflexão demonstra sua acuidade em *Americanismo e fordismo*, texto no qual o pensador italiano alertava sobre a necessidade de compreensão de que o fordismo, como modo de racionalização, de organização da atividade produtiva, exigia “um homem de novo tipo”. Este homem de novo tipo significa, antes de mais nada, um novo tipo de trabalhador, uma subjetividade adequada a uma certa forma de organização do trabalho, nos marcos do capitalismo, com ênfase em certas características específicas, em certas formas de operar, de se comportar, certos regimes de atenção, certa moralidade, dentre outros. Assim, Gramsci apresentou esse homem de novo tipo que emergia com o fordismo<sup>3</sup>, por ele entendido como “o maior esforço coletivo até agora realizado para criar, com rapidez inaudita e com uma consciência do objetivo jamais vista na história, um novo tipo de trabalhador e de homem” (GRAMSCI, 2007, p. 266): um sujeito cujos instintos “animalescos” apresentassem alto grau de domesticação, capaz de, conforme a organização científica do trabalho de Taylor, operar com a máxima mecanicidade e automatismo, capaz de manter uma integridade psicofísica perante o aparato industrial fordista. Tratava-se da emergência de uma nova cultura – urbano-industrial – a qual, por sua vez, constituía a redefinição das estratégias da própria luta de classes para a transformação das relações sociais capitalistas. O período do pós-guerra representou o momento do desenvolvimento das estratégias educadoras de Estados de corte keynesiano, centrais e/ou periféricos. Elaborou-se uma pedagogia da hegemonia calcada em políticas sociais que implicavam a *ampliação dos direitos sociais* por trabalho, moradia, alimentação, saúde, educação,

<sup>3</sup> O fordismo caracterizava-se pela produção em massa em grandes plantas industriais, com a serialização, a repetição e a rotina caracterizando o trabalho, marcado pela separação entre a esfera da concepção e da execução.

transportes de massa, etc., buscando obter o consenso da maioria ao projeto social burguês e aumentar, simultaneamente, a produtividade do trabalho.

Em linhas gerais, a pedagogia da hegemonia nos anos do fordismo e de ‘americanismo’ consistiu em um alargamento da cidadania político-social, de modo a impedir que o nível da consciência e de organização das classes dominadas ultrapassasse o segundo momento econômico-corporativo<sup>4</sup> das relações de força política. Foi assim que os partidos revolucionários que atingiram o nível ético-político de consciência coletiva foram-se transformando, especialmente na Europa, em social-democratas, hegemonzando, sob a batuta do capital, a classe trabalhadora. O sindicalismo classista foi dando espaço ao sindicalismo de resultados, reduzindo o nível de consciência coletiva do segundo momento do grau econômico-corporativo para o primeiro momento, quando se desconhece a unidade entre o específico e a classe social (NEVES, SANT’ANNA, 2005, p. 31).

Entretanto, o próprio Gramsci, na medida mesma em que descrevia os traços fundamentais desta nova cultura, advertia que não se tratava de uma ruptura absoluta ou de algo extraordinário, mas da fase mais recente – e mais brutal - de um processo longo que se iniciou com o industrialismo, “(...) mas que também será superada através da criação de um novo nexu psicofísico de um tipo diferente dos anteriores e, certamente, de um tipo *superior*” (GRAMSCI, 2007, p. 266). Se se considerar que as características essenciais do novo bloco histórico foram gestadas ainda no início do século XX e se mantém até os dias atuais<sup>5</sup>, as observações do pensador sardo podem também oferecer base profícua para o entendimento das transformações nas estratégias do Estado nas sociedades contemporâneas em uma busca por legitimar a hegemonia da sociabilidade burguesa no Brasil ao final do século XX e início do século XXI. Dentre estas transformações, a maior parte remete a mudanças no mundo do trabalho, na organização e no conteúdo do trabalho, bem como a um novo arranjo das relações de poder e das relações sociais globais em um patamar *superior* da civilização urbano-industrial. É neste sentido que se pode ler a emergência do que Harvey (2004) denominou de acumulação flexível: como uma forma de aumento de controle sobre o trabalho e de redução do poder da classe trabalhadora através de uma série de processos que envolvem combinações variadas de novos e velhos dispositivos.

O fim da Guerra Fria, a crise estrutural de acumulação de capital e o nível de racionalização alcançado pelo modo de produção social capitalista nas

<sup>4</sup> O segundo momento desta relação de forças se desenvolve quando estes grupos já possuem solidariedade de interesses, o que lhes dá capacidade de tecer reivindicações, como reformas legislativas. No entanto, ainda se permanece no campo meramente econômico. Ver Neves e Sant’Anna, 2005.

<sup>5</sup> São elas: a reprodução ampliada de capital em bases monopolistas com imensa participação direta da ciência e da técnica, a exploração crescente do trabalho pelo capital e a extração de mais-valia, pela via da intensificação do trabalho e do aumento da produtividade da força de trabalho (plano econômico) e um Estado que atua, no campo da produção e das relações sociais, na direção da manutenção das relações sociais em vigentes.

décadas finais do século XX, consubstanciado na mundialização da produção, na difusão do paradigma da acumulação flexível de organização produtiva, assim como na introdução e difusão aceleradas na microeletrônica e da informática na organização do trabalho e no cotidiano dos cidadãos, determinam a elaboração de um novo tipo humano, de um novo homem coletivo, conforme aos novos requerimentos da reprodução das relações sociais vigentes. Por outro lado, o desemprego estrutural, a precarização das relações de trabalho e das condições de vida de uma contingente cada vez maior de trabalhadores levam o capital a redefinir suas estratégias de busca do consenso da maioria das populações no limiar do século XXI (NEVES, SANT'ANNA, 2005, p. 32).

É preciso, contudo, explicar por que e o que se está chamando de flexível e qual é a especificidade histórica de tal conjuntura<sup>6</sup>. Cabe aqui lembrar que acumulação flexível é uma expressão que remete imediatamente ao fordismo, marcado por certa rigidez no que tange às relações entre capital e trabalho, com a intermediação, também rígida, de um Estado de tipo keynesiano. Mas, de fato, o termo flexível traz consigo a potencialidade de alguns equívocos – nenhuma coincidência - que é preciso afastar. Flexível não quer dizer, na análise de Harvey (2004), que as relações entre capital e trabalho se tornaram mais livres ou mais abertas à negociação, ou que a força de trabalho vive em um regime de maior autonomia frente ao capital<sup>7</sup>. Ao contrário, o que Harvey (2004) descreve é um mundo em que a classe trabalhadora não apenas continua submetida aos mais rigorosos controles diretos e indiretos da classe capitalista, mas também em que sofre um imenso retrocesso em suas conquistas históricas como classe, especialmente no campo dos direitos sociais e do trabalho. Portanto, um mundo em que a adaptabilidade da força de trabalho, inerente ao capitalismo como tal, é alçada a outro patamar – *superior* -, sob outras exigências para responder a uma nova conjuntura produtiva, com suas configurações que se formulam como tentativa de fazer frente à emergência conjunta de uma longa onda recessiva com o esgotamento do modelo fordista desde meados da década de 1970<sup>8</sup>. Este novo esforço de controle do trabalho é realizado, de qualquer forma, sobre uma força de trabalho já enfraquecida em sua organização pela estagnação econômica nos países

---

<sup>6</sup> Harvey chama a atenção para o fato de que o capitalismo tem a flexibilidade, entendida como capacidade de mudança, de transformação – especialmente no que diz respeito à relação com a força de trabalho – como característica constitutiva. Essa afirmação mostra que as configurações do processo de trabalho, bem como as condições da classe trabalhadora, podem variar imensamente no modo de produção capitalista, desde que (e para que) se mantenham nos marcos do antagonismo de classes.

<sup>7</sup> Essa é, justamente, a imagem projetada pelo capital e seus aparelhos privados de hegemonia.

<sup>8</sup> Harvey (2004), definindo, de modo geral, a acumulação flexível, afirma: “Ela (a acumulação flexível) se apóia na flexibilidade dos processos de trabalho, dos mercados de trabalho e padrões de consumo. Caracteriza-se pelo surgimento de setores de produção inteiramente novos, novas maneiras de fornecimento de serviços financeiros, novos mercados e, e, sobretudo, taxas altamente intensificadas de inovação comercial, tecnológica e organizacional” (HARVEY, 2004, p. 140).

avançados, pela já citada flexibilização, pelo desemprego “estrutural” e pelo recuo do poder sindical, elemento sedimentar no período fordista e atacado pelos governos de cunho neoliberal dos anos 1980.

O Estado de bem-estar social perdeu espaço para o Estado neoliberal. De produtor de bens e serviços, o Estado passou a assumir a função de coordenador das iniciativas privadas da sociedade civil. De promotor direto da reprodução da força de trabalho, admitindo-a como sujeito de direito, o Estado passou a provedor de serviços sociais para uma parcela da sociedade definida agora como “excluídos”, ou seja, aquele contingente considerável que, potencialmente, apresenta as condições objetivas para desestruturar o consenso burguês. (NEVES; SANT’ANNA, 2005, p. 33).

Nestas sociedades, o consenso estaria centrado em uma *conciliação ente as classes sociais*, aparentemente fora de qualquer esquema antagonista. Entretanto, este consenso não se constrói em torno da ampliação de direitos sociais com pretensão universalista que caracterizava o período fordista. Faz-se sobre a assertiva de que os benefícios não são e nem podem ser para todos, aqueles que “fazem por merecer” e deslocando o eixo de concessões para o âmbito restrito do ambiente de trabalho – ambiente funcional e aparentemente cooperativo – e, para aqueles que estão fora deste ambiente, políticas focais de assistência e de combate à exclusão, definidas como programas de responsabilidade social e/ou ambiental. Redefine-se, segundo Neves e Sant’Anna, o padrão de politização fordista, por intermédio de algumas operações de contenção política/ “inclusão” dos excluídos: 1) regressão de um grande contingente populacional ao nível mais elementar de consciência das relações de força, seu nível mais objetivo, estrutural, estimulando um tipo de participação – porque não é possível abrir mão da idéia de participação política - que se limite a soluções individuais, transformando estes espaços decisórios em lugares de reforço da hegemonia e remodelando a cidadania; 2) dismantelamento e/ou refuncionalização dos aparelhos privados de hegemonia da classe trabalhadora que tinham eixo de atuação a ampliação dos direitos sociais e/ou projeto alternativo de sociabilidade, tendo como pressupostos a precarização das relações de trabalho e a desregulamentação dos direitos trabalhistas, estabelecendo a meritocracia como forma de distinção; 3) estímulo estatal para a expansão de grupos de interesses que surgiram após a Segunda Guerra mundial e não estão ligados diretamente à questão do trabalho, mas a questões como ecologia, terceira idade, etc<sup>9</sup>.

<sup>9</sup> A princípio, o capitalismo é capaz de explorar todos os tipos de identidade social e cultural, e este tipo de luta estritamente cultural pode ajudar a mascarar a exploração que o capitalismo pode e sabe fazer das subclasses que cria. Por razões de espaço não será possível explorar aqui a parte da reportagem que trata da questão da igualdade feminina de modo completamente descolado de questões sociais mais amplas.

A grande mídia industrial representa um dos braços fortes do novo/velho projeto de sociabilidade burguesa. Entendida como “aparelho privado de hegemonia”, é um importante “órgão” do Estado educador na conformação do sujeito do capitalismo flexível: um trabalhador afinado com as novas tecnologias, com habilidades e competências adequadas ao novo patamar de desenvolvimento tecnológico e cultural. Tão importante quanto as habilidades e competências deste sujeito individual e/ou coletivo é sua docilidade política: quebrar seu poder de negociação, arrefecer a força da classe trabalhadora e, além disso, conformá-la a uma série de orientações sobre as novas formas de sociabilidade e o novo trabalhador são algumas das tarefas a serem realizadas pelo Estado e, especialmente, a conformação de uma nova mentalidade da qual a grande mídia é um dos grandes sustentáculos.

### **Análise do discurso e a perspectiva de Fairclough**

A Análise do Discurso (AD) centra-se na prática da linguagem, segundo Orlandi (2005). Isso quer dizer que, para a AD, interessa “(...) - o da língua funcionando para a prática de sentidos e que permite analisar unidades além da frase, ou seja, o texto – (...)” (ORLANDI, 2005, p. 19). Situando-se na encruzilhada de três domínios de saber – a Linguística, o Marxismo e a Psicanálise -, a AD herda destes, respectivamente, a idéia de que a relação linguagem/pensamento/mundo não é transparente, ou melhor, de a língua tem uma ordem que lhe é própria, porém, apenas relativamente autônoma; a idéia de que a realidade é histórica, ou seja, que o homem faz história, todavia, em condições tais em que esta não lhe é transparente, o que se traduz na idéia de que a AD entende o discurso como forma material, “(...) forma encarnada na história para produzir sentidos: esta forma é portanto lingüístico-histórica” (ORLANDI, 2005, p. 19). Esta forma material é forma e conteúdo que se realizam em sujeitos afetados pela história; a contribuição psicanalítica com sua noção de sujeito, que [...] se constitui na relação com o simbólico, na história” (ORLANDI, 2005, p. 19), o que significa que os sujeitos não controlam o modo como são afetados pela língua e pela realidade histórica, funcionando pelo inconsciente e pela ideologia. Deste modo, interessa perceber que é na medida em que, através do texto, pode-se rastrear a formação discursiva na qual este texto se inscreve e conectá-la a uma formação ideológica específica, que se deve situar a proposta analítica aqui apresentada. A formação discursiva pode ser definida como aquilo que, nos marcos de determinada formação ideológica, pode e deve ser dito. Ou melhor, a formação discursiva representa o

conjunto dos discursos possíveis a partir do delineamento de uma visão de mundo (ideologia).

A AD, portanto, busca não apenas compreender sobre o que fala o discurso, mas explicitar como um objeto simbólico – texto, por exemplo – pode produzir sentidos, como os sentidos se constituem por e para sujeitos, o que, necessariamente, implica a necessidade de compreensão de como o texto procura instituir – dirigir - a interpretação de sentidos pelos sujeitos. Desta forma, a AD mostra que um discurso produz efeito de sentidos entre sujeitos/interlocutores porque, quando um texto diz alguma coisa de determinada forma, filia-se a uma memória discursiva. Todavia, poderia dizer de outra, produzindo outros efeitos de sentido e filiando-se a outras memórias. Mais ainda: mostra-se que os sentidos não estão apenas nos textos, mas na relação que os sujeitos históricos estabelecem com estes, nas condições em que estes são produzidos, e que não se restringem às intenções dos sujeitos, que, retomando, não controlam a forma como são afetados pela língua e pela história. “Os dizeres não são, [...], apenas mensagens a serem decodificadas. São efeitos de sentidos que são produzidos em *condições determinadas* e que estão de alguma forma *presentes no modo como se diz*, deixando vestígios que o analista do discurso tem de apreender”. (ORLANDI, 2005, p. 30, grifos nossos). Assim, um texto remete sempre a uma filiação de dizeres, a uma memória que, relacionada à historicidade deste mesmo texto, é capaz de revelar seus laços políticos e ideológicos. Isto porque, ao contrário da ilusão – presente no dizer – de que as palavras são do sujeito, por ele utilizadas para dizer o mundo. Para realizar a análise ora proposta, recorrer-se-á a duas noções fundamentais: intertextualidade (em especial, a idéia de representação do discurso) e metáfora. Com longa história no campo de conhecimento da AD, a abordagem dessas categorias aqui privilegiada será a adotada por Fairclough.

O termo intertextualidade foi introduzido por Kristeva ao realizar, no final dos anos 1960, apresentações sobre o trabalho do Bakhtin. Para ele, todos os enunciados remetem, necessariamente, a enunciados elaborados por falantes anteriores e, prospectivamente, a enunciados antecipados de falas que virão. É neste sentido que se pode ler as idéias acima citadas sobre o dizer. Afirma Fairclough (2001, p. 134): “Isto é, enunciados - ‘textos’ em meus termos – são inerentemente intertextuais, constituídos por elementos de outros textos”. Outra idéia fundamental é a de metáfora: parte constitutiva da ação lingüística, a metáfora apresenta-se como capaz de simplificar – ou melhor, condensar – em uma imagem clara, de acordo com o repertório dos interlocutores, o que pode ser complexo e de mais difícil entendimento. Essa operação realizada pela metáfora é importantíssima para os

meios de comunicação de massa pela simples razão de que essa condensação facilita a “leitura” dos receptores e, por isso mesmo, permite fazer passar idéias, imagens, valores (modos de pensar e agir), de modo naturalizado, inocente. As metáforas, para Fairclough, significar por metáforas é uma operação de construção de modos de pensar e agir: “as metáforas estruturam o modo como pensamos e o modo como agimos, e nossos sistemas de conhecimento e de crença, de uma forma penetrante e fundamental” (FAIRCLOUGH, 2001, p. 241).

Ao anunciar sua concepção e abordagem do discurso, Fairclough afirma que seu objetivo é “(...) reunir a análise de discurso orientada linguisticamente e o pensamento social e político relevante para o discurso e a linguagem” (FAIRCLOUGH, 2001, p. 89), na tentativa de construir um quadro teórico que possa ser usado na pesquisa científica social. Fairclough busca considerar o uso da linguagem como forma de prática social (diferentemente de um ato individual ou de reflexo de situações). Esta concepção acarreta uma série de conseqüências: 1) o discurso é, assim, um modo de ação, uma forma de agir sobre o mundo e sobre os outros. É também uma forma de representação. Resumindo, é uma ação efetiva sobre a realidade sob a forma da representação; 2) implica uma relação dialética entre o discurso e a estrutura social, o que significa também que há uma relação de mesmo tipo entre prática social e estrutura social, que é, simultaneamente, condição e efeito da prática. Deste modo, o discurso é formatado pela estrutura social de múltiplas maneiras: pelas relações sociais mais amplas, como relações de classe, e por relações no nível institucional, em seus sistemas de classificação, normas e convenções discursivas e não-discursivas. Ao mesmo tempo, o discurso é elemento constitutivo da estrutura social em todas as suas dimensões que, de um modo mais direto ou indireto, o moldam. Nessa moldagem, o discurso carrega as normas, as convenções sociais, as relações, identidades e instituições. Deste modo, ele não apenas representa o mundo, mas lhe atribui significado, sentido. O que o discurso constrói, ou melhor, como é construtivo? Segundo Fairclough (2001), constrói: a) identidades sociais para os sujeitos sociais; b) colabora na construção das relações sociais entre as pessoas; e c) sustenta também a construção de sistemas de conhecimento e crença. A prática discursiva pode, conseqüentemente, não apenas reproduzir a ordem social, mas também modificá-la. É neste sentido que a noção gramsciniana de hegemonia ganha pertinência, segundo as análises do autor: é também pelas práticas discursivas que um grupo social, com seus interesses próprios, pode hegemonizar os outros, mas também se pode construir uma contra-hegemonia. E, a rigor, o fazem não apenas pelos conteúdos, mas pela forma como estes conteúdos são colocados

nas pautas dos grupos por uma determinada composição discursiva. Relacionando as idéias de discursos (lugares sociais de enunciação) e de gênero (associado a contextos sociais específicos) Fairclough busca, ao propor uma forma de análise discursiva, revelar relações entre, em um primeiro momento “(...) práticas discursivas, eventos e texto” (ATEM, 2008, p. 85). E, depois, “estruturas sócio-culturais, relações e processos mais amplos e complexos” (ATEM, 2008, p. 85), desvelando assim, no plano da vida cotidiana, as relações de poder mascaradas, ocultas e distorcidas pela ideologia. Esse mascaramento, essa distorção, é a garantia do poder e da hegemonia. Desta forma, o texto – evento discursivo - é uma dimensão da prática discursiva e uma *amostra* da prática social, carregando pistas sobre sua configuração. Assim, um texto jornalístico é uma amostra da prática social – o jornalismo -, uma das dimensões da prática discursiva hegemônica mais ampla. Essa prática social específica é, ela também, parte da prática social global.

Na produção da imagem hegemônica da realidade social, destaca-se a atividade jornalística, por se tratar de um discurso cujo referente é a própria realidade, sob a pena de, não respeitando tal convenção, perder sua especificidade. O jornalismo – como prática social - dá origem a um tipo de discurso específico, cuja imagem foi, ela mesma, historicamente construída. A ideologia do jornalismo – constantemente reafirmada no Brasil – apresenta tal fazer como produtor de um relato fiel da realidade. É como se a notícia fosse capaz de espelhar fielmente a realidade e, portanto, produzir um discurso dotado de objetividade, neutralidade e imparcialidade. Ainda que se leve em conta uma possível desconfiança em relação a estas possibilidades, sempre resta a noção de que o discurso jornalístico não *mente* sobre o real, o que significaria um discurso necessariamente não-jornalístico. Além disso, o texto aqui analisado é uma reportagem. A reportagem é um dos subgêneros – o mais nobre – do gênero informativo de jornalismo. Quer dizer que a reportagem apresenta alto grau de veracidade, como aqui se denominará, na medida em que apresenta *testemunhos* (entrevistas), dados mais exaustivos, estatísticas, etc., que doam à narrativa força de verdade. De saída, portanto, já se define a reportagem como marcadamente intertextual, pois em sua gênese está a incorporação de outros textos.

Para Fairclough, o gênero jornalístico se caracteriza por realizar uma “representação do discurso”, ou seja, o jornalismo é, quase sempre, uma representação do discurso de outrem, ou na definição do autor: “A representação do discurso é uma forma de intertextualidade na qual partes de outros textos são incorporadas a um texto e explicitamente marcadas como tal, com recursos, como aspas, e orações relatadas (por exemplo, ‘ela disse’ ou ‘Maria afirmou’)” (FAIRCLOUGH, 2001, p. 140). Essa operação,

constitutiva da prática jornalística, aponta para uma forma de apropriação (pode-se tomar esta voz alheia como se fosse a própria voz do veículo). Implica, porém, sempre em um tipo de tradução do texto de outrem em texto próprio, envolvendo transposição ou tradução para uma linguagem que lhe é própria. No caso da prática jornalística em meios de comunicação de massa, a tendência é a tradução para uma linguagem popular, melhor dizendo, uma linguagem que corresponda a uma imagem que o veículo tem da linguagem do público a que se dirige. Fairclough (2001) aponta algumas razões para esta direção deste gênero discursivo. A mais elementar estaria no fato de os veículos jornalísticos estarem em competição em um mercado em que devem, precisam conquistar receptores que são consumidores aparentemente soberanos e, nesse sentido, estariam aproximando-se do estilo e preferência dos consumidores de notícias, embora o autor acrescente que este processo busca construir pessoas como consumidores e os estilos de vida por elas desejados. Além disso, os jornalistas, bem como os veículos jornalísticos, contam com um grupo seletivo de pessoas – em geral, fontes oficiais - que tem acesso privilegiado às mídias, são tratadas como fontes confiáveis e correspondem às vozes mais representadas pelo discurso jornalístico. “Pode-se considerar que a mídia de notícias efetiva o trabalho ideológico de transmitir as vozes do poder em uma forma disfarçada e ocultada” (FAIRCLOUGH, 2001, p. 144)<sup>10</sup>.

### **Nova pedagogia do trabalho na revista *Época***

Para realizar a análise do texto da revista *Época*, adotou-se aqui uma forma – um tanto inusitada - de apontar as pistas que o texto carrega sobre as práticas sociais: alguns comentários ao texto da revista, feitos a partir das categorias de análise, serão feitos entre colchetes, junto ao próprio texto, na tentativa de que os objetivos anunciados na introdução sejam cumpridos em um espaço reduzido. Obviamente, tal análise, no limites do texto aqui apresentado, não pode ser exaustiva, mas seria capaz de revelar alguns traços da hegemonia. O primeiro momento de análise de qualquer texto deve ser a identificação de sua esfera de produção, distribuição e consumo<sup>11</sup>. A revista *Época* é uma publicação jornalística de informação semanal pertencente às Organizações Globo. Este grupo – junto

---

<sup>10</sup> Mas, além disso, para o autor, esta tradução é parte de uma tendência ainda mais ampla: a tradução de linguagem pública em linguagem privada, por intermédio de inúmeros processos, que equivaleria à redefinição social entre os domínios da vida pública e da vida privada, que seguem duplo sentido: a publicização da vida privada (projeção no espaço público de eventos privados e/ou de indivíduos) e a representação em termos privados de pessoas e eventos de domínio público.

<sup>11</sup> No âmbito deste artigo, optou-se pela concentração no plano do texto, por uma questão de espaço e pela impossibilidade de uma pesquisa empírica que oferecesse um suporte para mais do que generalizações.

com suas afiliadas e retransmissoras - representa o controle de boa parte da comunicação midiática no país, historicamente caracterizado pela ausência de condições institucionais essenciais a uma formação ético-política de cunho democrático, dentre elas, a presença, na esfera pública, da pluralidade de vozes e perspectivas que alimentam e sustentam qualquer democracia. Na esfera pública brasileira, conformada especialmente por estas mesmas empresas de comunicação, poucas vozes falam, poucas perspectivas encontram caminhos para alimentar um debate não-viciado. Assim, as Organizações Globo tem participado do jogo político na tentativa de definir seus rumos, suas pautas e bem como seus resultados de modo já registrado pela literatura (BUCCI, 2000). Entretanto, de modo mais sub-reptício, e talvez por isso mesmo, mais eficaz, atua no plano simbólico mais amplo de produção de visão de mundo afinada com as novas-velhas necessidades do capital.

A reportagem analisada investe-se de um arranjo intertextual do tipo representação do discurso em que se apropria do discurso de outrem e, concomitantemente, apaga esta apropriação, fazendo passar como seu um discurso que foi produzido por outro(s) autor(es): é a capa da edição – o que lhe empresta destaque - e se define como aquela que apresenta “as 100 melhores empresas para trabalhar: o guia essencial para sua carreira”, texto que, caracteristicamente jornalístico, não diz: “melhores segundo quem?”, aparentando objetividade. Mas não é só: a reportagem resulta de publicação de uma *pesquisa* realizada pelo Great Place to Work (GPTW), na qual as empresas se inscrevem e depois convocam os funcionários para participar, constituindo-se como prática social que implica um tipo de participação individualizada e com constrangimento do funcionário. Primeira questão a ser colocada: a apresentação deste discurso de outrem como pesquisa. O termo pesquisa funciona conectado ao campo semântico de ciência. O discurso científico é, ele também, investido por ideologia análoga a do jornalismo: o discurso que revela a verdade sobre o mundo de modo objetivo. Aqui, um reforço à suposta seriedade da lista se anuncia. Só que, diferentemente de qualquer pesquisa, esta não apresenta nem seus pesquisadores e muito pouco de seus métodos, embora a reportagem afirme que a pesquisa possui uma metodologia desenvolvida pela *consultoria*, termo este que remete ao conselheiro, aquele que aconselha, *dá* conselhos. De acordo com o Dicionário de Sinônimos e Antônimos Michaelis-UOL eletrônico, consultar é “aconselhar-se com, perguntar a, informar-se com”. Isso significa recorrer a alguém ou alguma instância que detem um saber e/ou experiência capazes de nortear os outros.

A verdade é que a GPTW é uma *empresa* de consultoria com sede nos Estados Unidos e escritórios afiliados em vários países. No site da empresa<sup>12</sup>, a clareza de funções: “Nossa pesquisa contínua, ferramentas de mediação e *serviços educacionais* nos tornaram reconhecidos por ajudar a construir ótimos ambientes de trabalho” (GPTW, 2010, *grifos nossos*). Aqui o objetivo hegemônico se desvela: trata-se de pesquisa capaz de educar para garantir um ótimo ambiente de trabalho como a grande recompensa ao trabalhador, como aquilo que deve ser almejado por ele. Mas o que constituiria tal ambiente? Segundo a GPTW (2010, *grifos nossos*), demonstrando a nova pedagogia do trabalho para antigos resultados – a lucratividade: “Em um bom ambiente de trabalho, as pessoas *cooperam e colaboram [ações desejáveis de trabalhadores de novo tipo]*, resultando em *interações positivas, lucros mais elevados e maior produtividade*”. O argumento que justifica esta lógica está centrado na ideologia neoliberal de que o mercado é necessariamente melhor esfera para a produção do bem-estar geral. Assim, é imprescindível produzir a naturalização da lógica de mercado, para além de qualquer preferência pessoal ou opinião individual. A naturalização da lógica do mercado atravessa certas passagens do texto, como, por exemplo:

Essas práticas *não são apenas uma excentricidade de empresários ou executivos que gostam de ser ‘bonzinhos’* [está embutida aqui a idéia de que essas práticas *são boas*]. Como mostra a reportagem [a reportagem – narrativa objetiva – é quem mostra] sobre a primeira colocada deste ano, a Caterpillar, o *bom ambiente* [que é aquele apresentado pelas supostas melhores empresas] é *ótimo* para construir um *negócio robusto* [adjetivos em discurso supostamente neutro?] – e *crucial* para garantir o comprometimento dos funcionários quando o momento é difícil [como se chegou a tal grau de dificuldade? – silenciamento], e inclui demissões [a ameaça de demissão não tem nada a ver com este comprometimento? – silenciamento]. O mesmo se pode dizer a Embraer, que *conseguiu* [indicador de esforço – parece ser tão bom trabalhar lá que se supera qualquer crise] entrar na lista depois da demissão de 4 mil funcionários, ou o Itaú Unibanco, reconhecido [ele foi visto por outro e lhe foi atribuído algum mérito] por seus empregados num momento de fusão de culturas [cultura empresarial – uma das formas de configuração do trabalhador de novo tipo. Além disso, a idéia de que o problema é fusão de culturas oculta a questão da fusão de empresas] (ÉPOCA, 2009, p. 72, *grifos nossos*).

Ao se observar mais de perto as forma de composição do texto a partir da categoria da representação do discurso, outros traços desta formação discursiva vêm à tona. Em primeiro lugar, a tradução deste discurso em uma linguagem decalcada das relações privadas, em especial, das relações afetivas: a fusão Itaú Unibanco é apresentada como “Um casamento bem planejado”. Outra estratégia é personificar a empresa: *a Caterpillar, o Google, o Itaú Unibanco*, em uma representação que os dota de personalidade: “O Google

<sup>12</sup> <http://www.greatplacetowork.com.br/gptw/index.php>, acessado em 15/04/2010, às 00:33h.

permite soneca e pingue-pongue durante o expediente – e cobra bem por isso”. Outra forma de aproximar a linguagem da representação na suposta linguagem do público (modo bem característico da narrativa jornalística atual) é personalizar o relato, individualizar, mostrando exemplos, pessoalizando a narrativa, mostrando a saga pessoal de alguns sujeitos, em uma narrativa de cunho melodramático. No caso da Caterpillar, aparece um empregado que enfrentou problemas com drogas e foi “ajudado” pela empresa. Outro é o executivo que fez carreira, começando como boy. Este tipo de tradução captura o leitor por uma estrutura narrativa bem típica da ficção<sup>13</sup>. Verifica-se também, no que diz respeito à presença de fontes na reportagem, o maior espaço destinado a fontes, como administradores ou consultores especializados em gestão de RH, os próprios diretores e executivos de alto escalão, enquanto a presença de funcionários em postos subalternos é muito menor (apenas duas). E ainda apresenta, em alguns momentos, a tentativa de apagamento da autoria do texto e da pesquisa, ao afirmar que as escolhas e notas foram produzidas pelos próprios funcionários.

uma grande parcela [*quão grande?*] dos funcionários respondeu a um questionário com 57 perguntas sobre o ambiente, o relacionamento com os colegas e o chefe e sua satisfação com a política salarial e os benefícios [define-se, de saída, sobre o que é importante ou não falar]. Eles também fizeram comentários por escrito [suposto espaço aberto para manifestar-se o funcionário – aparência de transparência e de liberdade]. As empresas não tiveram acesso às respostas [garantia de ausência de constrangimento], que foram enviadas pelo correio ou pela internet [envio à distância corroborando suposto anonimato]. O RH ficou responsável por responder a outro questionário, sobre o modelo de gestão de pessoas [gestão de pessoas soa mais “humano” que recursos]. O questionário representa 67% [como é composto o restante da nota?] da nota final da empresa. Portanto, são eles os *principais juizes* [árbitros, decisores, responsáveis] *desta pesquisa*” (ÉPOCA, 2009, p. 112).

Não se pode esquecer elementos mais imediatos ligados ao contexto em que se dá a produção da pesquisa e da reportagem. Trata-se do momento em que os custos da crise econômica de 2008 foram despejados sobre “o lado mais fraco da corda”: os trabalhadores. Importa aqui ressaltar, mais do que a discussão sobre a crise, o fato de que a crise colocou a mostra – ou pode ter colocado - os problemas ligados à autoregulação do mercado, fundamento da lógica neoliberal. Portanto, qualquer discurso que tenha a pretensão de manter a hegemonia em torno da auto-suficiência regulatória da esfera mercantil e dos interesses das classes dominantes, buscará fundamentar as idéias de que o mercado é o melhor espaço para realização dos sujeitos, desde que estes estejam dispostos a pagar o

<sup>13</sup> Em geral, o esquema ficcional é acionado pela apresentação de um protagonista que vive uma saga, repleta de obstáculos a serem superados.

preço pelos “benefícios”. Neste aspecto, a página de abertura da reportagem traz uma imagem mais do que incisiva: trata-se de um galho de árvore, no qual quatro formigas aparecem com tamanho aumentado, em uma fila, carregando folhas. Tal imagem, obviamente, remete, em um plano conotativo, para a fábula de La Fontaine sobre a formiga e a cigarra, a trabalhadora por natureza, que se previne, que se sacrifica para sobreviver, e a cigarra, aquela que do trabalho não quer saber e, portanto, em tempos duros, não pode sobreviver a não ser por intermédio da bondade alheia.

Para localizar quais seriam as qualidades desse trabalhador de novo tipo, quais seriam as habilidades e competências que este sujeito deveria cultivar para atuar em mercado que oferece tantas “recompensas”, é preciso acompanhar mais de perto o próprio texto. Já na página de apresentação da reportagem, encontram-se algumas delas:

O segundo motivo é homenagear as pessoas [personalização – recurso para apresentar o público como privado] que põem em prática os melhores [porque apresentam resultados – lucratividade é a prova] métodos de trabalho, criando ambientes de confiança, camaradagem, credibilidade, respeito... e lucros maiores – já que os ambientes ótimos incentivam a *inovação, a comunicação e o comprometimento* [três qualidades/comportamentos do trabalhador de novo tipo] que costumam levar a bons resultados (ÉPOCA, 2009, p. 72).

E ainda, ao apresentar a empresa vencedora<sup>14</sup>: “O *companheirismo* [tradução do público em privado, auxilia a idéia de que todos em uma empresa (patrões e empregados) são companheiros] contribui para o bem ambiente interno” (ÉPOCA, 2009, p. 74). *Engajamento* comparece em outra parte do texto: “Todas essas políticas (internas) ajudam a entender por que a empresa tem 95% de seus profissionais *altamente engajados*, segundo dados de recente pesquisa interna [isenta?]. Esse *engajamento* se reverte em lucro” (ÉPOCA, 2009, p. 78). Revela-se que este *engajamento* é uma forma de expropriar o trabalhador não apenas de sua força de trabalho, mas de extrair dele uma espécie de penhora de sua própria subjetividade. Na parte da reportagem que indica quais as táticas devem os funcionários adotar na perspectiva da expectativa das empresas, tal lógica se revela com clareza: no “item 8 – é preciso ter paixão pela marca”:

Trata-se de algo mais difícil que o velho ‘vestir a camisa da empresa’, que podia ser feito com *mera obediência cega às ordens* [aponta-se aqui para uma diferença fundamental em relação ao gorila amestrado do fordismo]. Agora, companhias como Embraer, Google e Coca-Cola esperam que seus funcionários *assimilem* sua *filosofia* de trabalho. ‘A Coca-Cola está associada a momentos de sonhos e otimismo’, afirma Smith. ‘Se o

<sup>14</sup> A empresa é a Caterpillar corporação americana da área de fabricação de tratores. Não se pode esquecer que uma empresa deste porte oferece, de fato, melhores condições de trabalho que a maior parte do mercado nacional. Todavia, esta oferta ainda garante operações de baixo custo, na medida em que estas melhores condições para o mercado de países como o Brasil ainda são mais lucrativas do que no Primeiro Mundo, em que os direitos sociais trabalhistas, em geral, ainda apresentam alguma resistência a seu desmanche.

funcionário ligar esses sentimentos à empresa, o resultado será um trabalho feito com paixão e qualidade. A Embraer procura o mesmo nível de *envolvimento*. ‘Queremos pessoas com aderência a nossos valores, como a *inovação constante* e a *visão de longo prazo*’, diz Eunice Batista, diretora de RH da companhia (ÉPOCA, 2009, p. 104, grifos nossos).

Aqui o texto anuncia já a passagem a outro importante valor na nova pedagogia do trabalho: o *empreendedorismo*. Caracterizado como capacidade ativa de criar oportunidades – na linguagem popular, “saber fazer acontecer” –, o empreendedorismo, a rigor, revela que na nova configuração do capital não há espaço para nenhum tipo de estabilidade. Na busca da inovação constante, é preciso um trabalhador que apresente iniciativa. É por estes caminhos que se produz o engajamento acima citado. No item 5 da parte da reportagem citada acima, vê-se: “Empreendedor ou empregado? Os dois”.

*A aparente* [se é aparente, não é necessariamente contradição] contradição já faz parte do vocabulário do RH de quase todas as empresas. Elas *promovem* e *recompensam* os funcionários capazes não só de detectar problemas, mas também de resolvê-los *por conta própria*. ‘Tudo o que acontece na empresa é *responsabilidade do funcionário*. Não queremos que ele acione o chefe por qualquer coisa’, afirma Deli, do Google (ÉPOCA, 2009, p. 104, grifos nossos).

Assim, *engajamento* e *responsabilização* dos funcionários promovem um enquadramento que se produz por ações que devem partir do próprio trabalhador. Claro que há um limite para empreender: lembrar que se é os dois: empreendedor, mas que permanece *empregado*. Assim, adverte-se no texto sobre as atitudes que transformam o ambiente de trabalho: item 2, “Traduza a empresa, informe, oriente”.

*A comunicação clara, ágil e eficiente* é uma das marcas das 100 Melhores Empresas para Trabalhar [uso da maiúscula como recurso de ênfase] (...) Quando detectam falhas na empresa em relação à comunicação, as pessoas em geral se calam também – e reclamam da empresa. *Essa atitude não ajuda* [desaprovação clara de postura considerada negativa, no sentido de não-colaborativa]. Mesmo num ambiente *contaminado* [metáfora do campo da saúde que remete à doença] pela desconfiança, um profissional pode se destacar promovendo a comunicação. Questiona seu chefe, o RH e até seus colegas. *Sem confrontar a estrutura da empresa* [limite para o empreendedor], tente contribuir com idéias e melhorias (ÉPOCA, 2009, p. 100).

Importante compreender o funcionamento simbólico da noção de *comunicação*. Ela faz parte de um constructo ideológico fundamental para o capitalismo contemporâneo: de um lado, a ênfase na necessidade de comunicação sustenta a noção de que a reestruturação produtiva é provocada, de modo imediato, pela revolução tecnológica, em especial, as novas tecnologias da informação e da comunicação. A rigor, esse destaque justifica todas

as mudanças nas estruturas organizacionais empresariais, reforçando o papel da troca de informações na gestão empresarial e estabelecendo a idéia de que o fluxo comunicacional deve seguir em todas as direções e sentidos. Por outro lado, essa imagem de ambiente mais transparente e de comunicação é vital, pois significa várias coisas, dentre elas: flexibilidade e gestão democrática e participativa, o que, em aparência, valoriza o funcionário, além da acessibilidade das chefias.

A *meritocracia* é outro valor claro, incidindo diretamente sobre a remuneração dos funcionários. Falar de meritocracia no campo do trabalho é falar de um regime em que o valor deste se define de forma individualizada, por meio da competição entre os próprios trabalhadores. E, logo, é falar de um universo em que as garantias coletivas são consideradas improdutivas e desmobilizadoras e só tem direito a quaisquer benefício aquele que faz por merecer. Na reportagem sobre a vencedora, a Caterpillar:

Em 2008, os funcionários *deram* [dar é um ato generoso] mais de 46 mil idéias de melhorias, cerca de dez por pessoa. Desse total, por volta de 36 mil foram implementadas. As melhores sugestões renderam prêmios em dinheiro, geralmente calculado por um percentual sobre o retorno financeiro gerado por elas (ÉPOCA, 2009, p. 78).

Ou ainda, na apresentação do segundo colocado, o Itaú Unibanco: “Mostravam, também, que o banco vai privilegiar a *meritocracia* e a *remuneração* será cada vez mais *atrelada a resultados*” (ÉPOCA, 2009, p. 82, grifos nossos). No caso da terceira empresa, a Embraer: “Entre os pontos fortes da companhia, destacam-se (...) e a premiação *em dinheiro* de boas sugestões. Quem trabalha na Embraer pode ganhar prêmios de R\$ 150 a R\$ 10 mil por suas idéias” (ÉPOCA, 2009, p. 86, grifos nossos). No caso do Google: “Não existe vida mansa nessa *meritocracia* que combina *liberdade e disciplina*. Se não há *cobrança* nos meios, ela é *rigorosa com os resultados*” (ÉPOCA, 2009, p. 88, grifos nossos). E mais: “Os bônus podem ser multiplicados por desempenho individual e da empresa. Em 2008, *alguns* funcionários receberam quatro bônus” (IDEM, IBIDEM). Note-se que a própria idéia de meritocracia é promotora da ideologia de que capital e trabalho estão do mesmo lado e que “jogando juntos”, ambos só tem a ganhar: o capital *recompensaria* esforços e resultados daqueles que fazem por merecer, provando sua *disponibilidade* de reconhecimento e incentivo.

Comparecem também no texto as idéias de flexibilidade, no sentido de adaptabilidade: sobre a fusão do Itaú Unibanco, “No final de março, criou-se um centro de recolocação de funcionários para facilitar a transição. Os empregados remanejados passaram por um treinamento intensivo antes de assumir novas funções” (ÉPOCA, 2009,

p. 82). No texto sobre o Google, além do trecho supracitado, tem-se: “São pessoas em profunda sintonia com as mudanças sociais e evoluções tecnológicas” (ÉPOCA, 2009, p. 88). De modo ainda mais explícito, no guia sobre como transformar seu ambiente de trabalho, vê-se na sétima dica: “*Aceite as mudanças*”, finalizada com a oração “Evite apegar-se a uma situação confortável demais, porque em geral ela significa acomodação profissional” (ÉPOCA, 2009, p. 102). No item sobre as “táticas para avançar na carreira, fica ainda mais gritante tal injunção: “Tem de saber fazer tudo” e “Tenha o espírito da geração Y”, cujo texto traz “Faz parte deste grupo quem consegue realizar várias tarefas ao mesmo tempo, desafia regras a fim de inovar, gosta de estruturas flexíveis e assimila fortemente mudanças tecnológicas, sociais e comportamentais” (ÉPOCA, 2009, p. 103). Observe-se que se trata de um jogo de máscaras em que se apresenta ao trabalhador o que dele se espera, exigindo sua adaptabilidade a estes novos padrões de operação e comportamento e seu engajamento. Como recompensa pelos resultados, pequenas concessões como prêmios (individualização), ambiente de trabalho agradável, informal, lúdico, reconhecimento pelos colegas e, em alguns casos, desenvolvimento de perspectivas profissionais capazes de garantir não o emprego, mas a empregabilidade, como citado no texto sobre o Google, por exemplo: “Segundo o questionário do Great Place to Work, 62% dos funcionários valorizam principalmente o *desenvolvimento profissional*. Nenhum deles afirmou prezar mais a estabilidade” (ÉPOCA, 2009, p. 88, *grifos nossos*). Fica patente então um deslocamento do eixo de atenção dos direitos sociais para políticas intra-empresariais, centradas na qualidade do ambiente de trabalho. A pesquisa e a reportagem se colocam claramente nesta direção. Apenas para citar um exemplo: “Elas são mais fortes. A lista deste ano mostra que um bom ambiente de trabalho pode resistir *até ao abalo de uma crise*” (ÉPOCA, 2009, p. 72). Esta é uma importante estratégia de produção da regressão das classes trabalhadoras ao nível de consciência política mais elementar em que o trabalhador se identifica e ao outro por seu lugar em uma estrutura produtiva.

Se se analisar as metáforas utilizadas no texto, a nova pedagogia do trabalho fica ainda mais clara: “A *vitória* da transparência”, “celebre as *conquistas*”, “*treine* o respeito”, “10 *táticas* para avançar na carreira”, “Ainda mais se os funcionários acreditarem que a *empresa está a seu lado, não contra eles*”, “(...) o Itaú Unibanco *convidou* os funcionários a *participar* do processo de fusão”, “Foi um sinal muito forte para a organização de que queremos valorizar a transparência e o *trabalho em equipe*”: todas remetem a um universo esportivo e competitivo, aproximado de uma postura propriamente militar. Entretanto, neste universo esportivo, não existem “dois times”, com interesses antagônicos, capital e

trabalho, empresa e funcionários, mas um único time em busca de resultados que seriam supostamente benéficos para todos, incluindo a sociedade que ganha com as ações no campo da responsabilidade social e ambiental das empresas e de seus funcionários.

### **Referências bibliográficas**

ANTUNES, Ricardo. *Os sentidos do trabalho*. Ensaio sobre a afirmação e a negação do trabalho. 3ª. Edição. São Paulo: Boitempo editorial, 2000, 258p.

ATEM, Guilherme Nery. “Adequação e persuasão: da teoria da linguagem ao discurso publicitário”. Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Letras da Universidade do Estado do Rio de Janeiro, 2009.

BUCCI, Eugênio. *Sobre ética e imprensa*. 1ª Edição. Rio de Janeiro: Companhia das Letras, 2000, 245p.

ÉPOCA. Edição 598. 24 de agosto de 2009.

FAIRCLOUGH, Norman. *Discurso e mudança social*. 1ª Edição. Brasília: Editora da Universidade de Brasília, 2001, 316p.

GRAMSCI, Antonio. *Cadernos do Cárcere*. V. 1. Introdução ao estudo da filosofia. A filosofia de Benedetto Croce. 4ª. edição. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2006, 494p.

\_\_\_\_\_. *Cadernos do Cárcere*. V. 3. Maquiavel. Notas sobre o Estado e a política. 3ª. edição. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2007, 428p.

HARVEY, David. *A condição pós-moderna*. Uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural. 13ª. edição. São Paulo: Edições Loyola, 2004, 349p.

\_\_\_\_\_. *Los limites del capitalismo y la teoría marxista*. 1ª. Edição. Cidade do México: Fondo de Cultura Económica, 1990, 469p.

NEVES, Lúcia Maria Wanderley; SANT’ANNA, Ronaldo. “Introdução: Gramsci, O Estado Educador e a nova pedagogia da hegemonia”. In: NEVES, Lúcia Maria Wanderley (org.). *A nova pedagogia da hegemonia: estratégias do capital para educar o consenso*. 1ª. Edição. São Paulo: Xamã, 2005, p. 19-39.

ORLANDI, Eni P. *Análise do discurso: princípios e procedimentos*. 6ª. Edição. Campinas: Pontes, 2005, 100p.