



UNIVERSIDADE
ESTADUAL DE LONDRINA

MARLENE FERREIRA ROYER

**INTERFACES DA ANÁLISE DE DISCURSO E DA
COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL NA REVISTA SESINHO**

Londrina
2021

MARLENE FERREIRA ROYER

**INTERFACES DA ANÁLISE DE DISCURSO E DA
COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL NA REVISTA SESINHO**

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Estudos da Linguagem da Universidade Estadual de Londrina como requisito parcial para obtenção do título de Doutora em Estudos da Linguagem.

Orientador: Prof^a. Dr^a. Rosemeri Passos Baltazar Machado.

Londrina
2021

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor, através do Programa de Geração Automática do Sistema de Bibliotecas da UEL

Royer, Marlene Ferreira.
Interfaces da Análise de Discurso e da Comunicação Organizacional na revista Sesinho / Marlene Ferreira Royer. - Londrina, 2021.
215 f. : il.

Orientador: Rosemeri Passos Baltazar Machado.
Tese (Doutorado em Estudos da Linguagem) - Universidade Estadual de Londrina, Centro de Letras e Ciências Humanas, Programa de Pós-Graduação em Estudos da Linguagem, 2021.
Inclui bibliografia.

1. Estudos da Linguagem, Análise de Discurso, Comunicação Organizacional, Discurso Organizacional, Ethos Organizacional, Formação Ideológica, Formação Discursiva, História em Quadrinhos - Tese. I. Passos Baltazar Machado, Rosemeri. II. Universidade Estadual de Londrina. Centro de Letras e Ciências Humanas. Programa de Pós-Graduação em Estudos da Linguagem. III. Título.

CDU 8

MARLENE FERREIRA ROYER

**INTERFACES DA ANÁLISE DE DISCURSO E DA
COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL NA REVISTA SESINHO**

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Estudos da Linguagem da Universidade Estadual de Londrina como requisito parcial para obtenção do título de Doutora em Estudos da Linguagem.

BANCA EXAMINADORA

Orientador: Prof^ª. Dr^ª. Rosemeri Passos
Baltazar Machado
Universidade Estadual de Londrina – UEL

Prof^ª. Dr^ª. Esther Gomes de Oliveira
Universidade Estadual de Londrina – UEL

Prof^ª. Dr^ª. Maria Isabel Borges
Universidade Estadual de Londrina – UEL

Prof^º. Dr. Miguel Luiz Contani
Universidade Estadual de Londrina – UEL

Prof^º. Dr. Rozinaldo Antonio Miani
Universidade Estadual de Londrina - UEL

Londrina, 16 de abril de 2021.

Dedico este trabalho aos meus pais, Otilma e José Divino (*in memoriam*); ao meu marido Douglas e às minhas filhas Julia e Nicole, minhas referências de passado, presente e futuro. Nosso amor nos move!

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus, pelas oportunidades e por me conceder saúde e perseverança para iniciar e finalizar essa trajetória: “Tudo posso Naquele que me fortalece”;

Agradeço aos meus amados pais, Otilma e José Divino (*in memoriam*), meus exemplos de vida, de luta, por me transmitirem os valores que hoje busco viver e compartilhar;

Agradeço meu marido Douglas, companheiro de vida, que incentiva, ajuda e compartilha todas as nossas emoções e conquistas. Mesmo distante, está sempre presente;

Agradeço minhas filhas Julia e Nicole, minhas companheiras, que me estimulam e me inspiram ser uma pessoa melhor. Há oito anos dividem o tempo de nossa convivência com meus estudos, espero que compreendam que faço tudo por vocês, e acreditem que nunca é tarde para sonharmos e realizarmos;

Agradeço minha orientadora Prof^a. Dra. Rosemeri Passos Baltazar Machado, por acreditar no projeto, por contribuir imensamente com os conhecimentos da Análise de Discurso, e por me transmitir confiança e serenidade para o desenvolvimento da tese;

Agradeço à coordenação, professores e servidores do Programa de Pós-Graduação em Estudos da Linguagem, sempre disponíveis e acolhedores;

Agradeço aos professores doutores Esther Gomes de Oliveira, Maria Isabel Borges, Miguel Luiz Contani e Rozinaldo Antonio Miani, pela disponibilidade e contribuições nas bancas de qualificação e defesa;

Agradeço aos amigos da Pós-Graduação em Estudos da Linguagem que iniciaram comigo a jornada do doutorado, pelas trocas de experiências, pelas reflexões e pelos incentivos;

Agradeço aos professores e alunos do curso de Relações Públicas da UEL, que me estimulam a crescer pessoal e profissionalmente;

Agradeço à CAPES pela oportunidade e incentivo à pesquisa;

Agradeço, enfim, a todos os amigos e familiares que direta ou indiretamente participaram dessa jornada, que compartilham das minhas alegrias e que vibram com cada conquista.

ROYER, Marlene Ferreira. **Interfaces da Análise de Discurso e da Comunicação Organizacional na Revista Sesi**. 2021. 215 f. Tese (Doutorado Programa de Pós-Graduação em Estudos da Linguagem) – Universidade Estadual de Londrina, Londrina, 2021.

RESUMO

Este estudo abrange as interfaces das áreas da Comunicação Organizacional e da Análise de Discurso e busca caracterizar o processo discursivo do Serviço Social da Indústria (Sesi), entidade vinculada à Confederação Nacional da Indústria (CNI), a partir dos aspectos textuais discursivos da Revista Sesi. No ambiente organizacional, os discursos são revelados nas práticas comunicativas, principalmente na esfera institucional, que incluem enunciações (verbais e visuais) responsáveis pela mediação das organizações com a sociedade. A pesquisa estuda as condições de produção, os processos de formação discursiva, os aspectos ideológicos e interativo-discursivos presentes na linguagem dos materiais institucionais do Sesi, tendo como foco os textos verbais e imagéticos da Revista Sesi que tratam da relação Educação e Trabalho. O percurso metodológico tem base no aporte teórico da Análise de Discurso (de orientação francesa), o qual permite um estado de reflexão e o estabelecimento de relações sobre a linguagem, o sujeito, os sentidos, a história e a ideologia. A partir da noção de formação discursiva, juntamente com a de condições de produção e de formação ideológica, este estudo buscou analisar os possíveis efeitos de sentido do ambiente organizacional, para isso, propôs e aplicou um dispositivo analítico de verificação do processo discursivo do Sesi, com possibilidade de aplicações quando o objeto de estudo estiver relacionado aos discursos organizacionais. Esse estudo pôde verificar que enunciados tratam da relação Educação e Trabalho com um mesmo princípio de regularidade: os temas são apresentados como sendo inerentes, em diferentes formas de enunciação e adaptados de acordo com a narrativa de cada história. A competitividade, a necessidade de qualificação profissional, a relação educação e mercado de trabalho e o Sesi como provedor de conhecimento aos trabalhadores se firmam como novas condicionantes da produção discursiva da indústria para o século XXI, com o intuito de legitimação do Sesi e da CNI.

Palavras-chave: formação ideológica; formação discursiva; discurso organizacional; comunicação organizacional; revista sesi.

ROYER, Marlene Ferreira. **Interfaces of Discourse Analysis and Organizational Communication in Sesinho Magazine**. 2021. 215 p. Thesis (PhD Graduate Program in Language Studies) - State University of Londrina, Londrina. 2021.

ABSTRACT

This study covers the interfaces of the areas of Organizational Communication and Discourse Analysis and seeks to characterize the discursive process of the Social Service of Industry (Serviço Social da Indústria - Sesi), an entity linked to the National Confederation of Industry in Brazil (Confederação Nacional da Indústria - CNI), based on the discursive textual aspects of Sesinho Magazine. In the organizational environment, discourses are revealed in communicative practices, especially in the institutional sphere, which include enunciations (verbal and visual) responsible for the mediation of organizations with society. The research studies the conditions of production, the processes of discursive formation, the ideological and interactive-discursive aspects present in the language of Sesi's institutional materials, focusing on the verbal and imagery texts of Sesinho Magazine that deal with the relationship between Education and Work. The methodological path is based on the theoretical contribution of Discourse Analysis (French-oriented), which allows a state of reflection and the establishment of relations on language, the subject, the senses, history and ideology. Based on the notion of discursive formation, together with the conditions of production and ideological formation, this study sought to analyze the possible effects of meaning of the organizational environment. For this purpose, it proposed and applied an analytical device to verify the discursive process of The Sesi, with the possibility of applications when the object of study is related to organizational discourses. This study was able to verify that statements deal with the relationship between Education and Work with the same principle of regularity: the themes are presented as being inherent, in different forms of enunciation and adapted according to the narrative of each story. Competitiveness, the need for professional qualification, the relationship between education and the labor market and Sesi as a provider of knowledge to workers are established as new constraints of the discursive production of the industry for the 21st century, with the aim of legitimizing Sesi and CNI.

Keywords: ideological formation; discursive formation; organizational discourse; organizational communication; sesinho magazine.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 -	Diagrama da análise da Revista Sesinho - Período 2001/2011	23
Figura 2 -	Objeto discursivo – revistas Sesinho que abordam as temáticas Educação e Trabalho, no período de 2001 a 2013	25
Figura 3 -	Diagrama do dispositivo de análise dos discursos organizacionais	27
Figura 4 -	Síntese da relação dos conceitos de FD e FI.....	59
Figura 5 -	A produção de sentidos, a partir dos eixos do Interdiscurso/Constituição e Intradiscurso/formulação	84
Figura 6 -	Localização do discurso organizacional na atividade industrial	88
Figura 7 -	Evolução das perspectivas teóricas da Comunicação Organizacional	95
Figura 8 -	Diagrama do dispositivo de análise dos discursos organizacionais	131
Figura 9 -	Sinopses das edições que abordam as temáticas Educação e Trabalho, no período de 2001 a 2013	137
Figura 10 -	Revista Sesinho, 2008, nº 75, pg.7	144
Figura 11 -	Revista Sesinho, 2008, nº 75, pg. 12	144
Figura 12 -	Revista Sesinho, 2008, nº 75, pg.16	146
Figura 13 -	Revista Sesinho, 2004, nº 33, pg. 12	147
Figura 14 -	Revista Sesinho, 2004, nº 33, pg. 14 e 15	148
Figura 15 -	Revista Sesinho, 2005, nº 44, pg. 11	152
Figura 16 -	Revista Sesinho, 2001, nº 08, pg. 06 e 13	153
Figura 17 -	Revista Sesinho, 2003, nº 24, pg. 06, 07 e 08	156
Figura 18 -	Revista Sesinho, 2005, nº 44, pg. 04 e 05	157
Figura 19 -	Revista Sesinho, 2004, nº 33, pg. 08	159
Figura 20 -	Revista Sesinho, 2004, nº 33, pg. 15	161
Figura 21 -	Revista Sesinho, 2004, nº 33, pg. 16	162
Figura 22 -	Revista Sesinho, 2003, nº 24, pg. 13, 14 e 15	163
Figura 23 -	Revista Sesinho, 2005, nº 44, pg. 08	165
Figura 24 -	Revista Sesinho, 2005, nº 44, pg. 12	165

Figura 25 - Revista Sesinho, 2006, nº 56, pg. 09 e 10	168
Figura 26 - Revista Sesinho, 2007, nº 63, pg. 19	172
Figura 27 - Revista Sesinho, 2004, nº 33, pg. 17	173
Figura 28 - Revista Sesinho, 2002, nº 10, pg. 10 e 14	176
Figura 29 - Revista Sesinho, 2002, nº 10, pg. 14	178
Figura 30 - Relação da memória discursiva e novas formulações da indústria.....	179

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Temáticas presentes na revista Sesinho e vinculadas à filosofia do Sesi	134
Gráfico 2 - Análise de temáticas adjacentes, presentes na revista Sesinho	135

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Relação dos diferentes fatores para reflexões em torno da linguagem.....	43
Quadro 2 - Sujeito da Linguagem em relação à sua posição	73
Quadro 3 - Resumo das três orientações para a relação discurso-organização.....	111
Quadro 4 - Diretrizes do programa Educação para Nova Indústria	154

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

AD	Análise de Discurso
AIE	Aparelhos Ideológicos de Estado
ARE	Aparelhos Repressores de Estado
CNI	Confederação Nacional das Indústrias
CO	Comunicação Organizacional
CP	Condição de Produção
FD	Formação Discursiva
FI	Formação Ideológica
FIEP	Federação das Indústrias do Estado do Paraná
HQ	História em Quadrinhos
IEL	Instituto Euvaldo Lodi
SAIN	Sociedade Auxiliadora da Indústria Nacional
SENAI	Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial
SESI	Serviço Social da Indústria

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	12
2	PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	18
2.1	OBJETO DE ESTUDO	20
2.2	<i>CORPUS</i>	24
2.3	DISPOSITIVO ANALÍTICO E CAMPO TEÓRICO DA ANALISTA.....	26
3	INTERFACES DA COMUNICAÇÃO E ESTUDOS DA LINGUAGEM ...	29
4	ANÁLISE DO DISCURSO: BREVE PERCURSO HISTÓRICO	38
4.1	TEXTO, ENUNCIADO, DISCURSO: CONCEITOS BÁSICOS	46
4.1.1	Sentido e Efeito de Sentidos	54
4.2	FORMAÇÃO IDEOLÓGICA	60
4.3	FORMAÇÃO DISCURSIVA	67
4.4	CONSTITUIÇÃO DO SUJEITO NA ANÁLISE DO DISCURSO	71
4.5	CONDIÇÃO E PRODUÇÃO	79
4.5.1	Memória Discursiva, Interdiscursos e Intradiscursos.....	82
4.5.2	Esquecimentos – Paráfrase, Polissemia e Metáforas	84
4.5.3	Campos Discursivos.....	87
4.5.4	Tipos e Gêneros do Discurso	88
5	COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL – CONCEITOS E ABORDAGENS TEÓRICAS	95
5.1	CONVERGÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL A ESTUDOS DA LINGUAGEM	104
5.2	ORGANIZAÇÕES COMO CONSTRUÇÕES DISCURSIVAS.....	109
5.2.1	Comunidade Discursiva do Sesi	113
5.3	RELAÇÃO DO DISCURSO ORGANIZACIONAL E INSTITUCIONAL COMO FATORES DE LEGITIMAÇÃO	119
5.3.1	Discurso Institucional e Ethos: Possíveis Interseções.....	124

6	ANÁLISE: APLICAÇÃO DO DISPOSITIVO ANALÍTICO DE VERIFICAÇÃO DO PROCESSO DISCURSIVO DO SESI.....	131
6.1	OBJETO DISCURSIVO – DEFINIÇÃO DO <i>CORPUS</i>	136
6.2	ANÁLISE: PROCESSO DISCURSIVO DO SESI NOS ENUNCIADOS DO SESINHO .	143
6.2.1	Análise da Comunicação Organizacional do Sesi nos Enunciados de Sesinho.....	143
6.2.2	Análise do Discurso: Condicionantes da Produção Discursiva da Indústria para o Século XXI	150
6.2.3	Constituição do Sujeito no Ambiente Organizacional	167
6.2.4	Formação Ideológica / Formação Discursiva.....	171
6.2.5	Os Interdiscursos e Intradiscursos do Sesi no Novo Milênio	178
6.2.6	Paráfrases, Polissemias e Metáforas nas Diferentes Formações Discursivas	180
6.2.7	Imagem, Reputação e Ethos Organizacional	183
	CONSIDERAÇÕES FINAIS	186
	REFERÊNCIAS.....	195
	ANEXOS	206
	ANEXO A - Capas revista Sesinho – 2001 A 2011	206
	ANEXO B - Capas revista Sesinho – 2011 a 2013.....	214

1 INTRODUÇÃO

Este estudo se concentra na área dos Estudos da Linguagem, Análise de Discurso (AD) e suas interfaces com a Comunicação Organizacional (CO) e busca caracterizar o processo discursivo do Serviço Social da Indústria (Sesi), entidade do Sistema Indústria, vinculada à Confederação nacional da Indústria (CNI) a partir dos aspectos textuais discursivos da Revista Sesiinho. No ambiente organizacional, os discursos são revelados nas práticas comunicativas, principalmente na esfera institucional, onde as enunciações (verbais e/ou visuais) dão formas aos discursos que medeiam as relações das organizações com a sociedade.

Nesta pesquisa são estudadas as condições de produção, os processos de formação discursiva, os aspectos ideológicos e interativo-discursivos presentes na linguagem dos materiais institucionais do Sesi, tendo como foco os textos verbais da Revista Sesiinho, que tratam da relação Educação e Trabalho.

Esta etapa visa desenvolver e ampliar os resultados obtidos na pesquisa de mestrado no Programa de Comunicação Visual da Universidade Estadual de Londrina, intitulada *“Revista Sesiinho e o discurso do Sesi para a infância: A apropriação da linguagem dos quadrinhos no âmbito da comunicação institucional”*, que produziu um *corpora* das 114 edições da Revistas Sesiinho, publicação institucional do Serviço Social da Indústria (Sesi), referente ao período de 2001 a 2011. As análises mostraram que o Sesi se apropriou da linguagem dos quadrinhos para revelar sua identidade organizacional, formar imagens, obter legitimação pública e, principalmente, determinar os caminhos pelos quais a sociedade deveria trilhar para que se criasse um ambiente favorável ao fortalecimento e desenvolvimento industrial.

Na continuidade desses estudos, o material volta a ser objeto de análise, com a observação de novos aspectos e com aportes teóricos interdisciplinares da Comunicação Organizacional e dos Estudos da Linguagem, especificamente, na área da Análise de Discurso de linha francesa. Por isso foram selecionados os materiais com conteúdos institucionais direta e indiretamente ligados às questões da Educação e Trabalho, temas considerados os pilares estratégicos do Sesi.

Nesta nova etapa a pesquisa vai identificar, seguindo as orientações da AD, as condições de produção (CPs) dos processos de formação discursiva e os aspectos

interativo-discursivos presentes na linguagem dos materiais institucionais da CNI/Sesi, que incluem os enunciados revista Sesinho. Esta tese se justifica, portanto, para que haja continuidade e ampliação do estudo referente, principalmente, ao processo discursivo no ambiente organizacional, no sentido de verificar como se dá a interação entre as relações da indústria e sociedade e os processos que contribuem com a convergência das áreas de CO e de estudos do discurso.

Compreender as relações que as organizações estabelecem com seus públicos e com a sociedade por meio de suas práticas comunicativas e pelos discursos que emergem dessas práticas, é fundamental para os profissionais da comunicação que fazem parte dos processos de gestão, planejamento e execução da comunicação organizacional. Para os analistas do discurso, este estudo pode contribuir com conhecimento da dinâmica da comunicação organizacional, área abrangente e complexa que estuda os fenômenos empíricos da comunicação produzidos na e pela organização. Assim, a intercessão das duas áreas vai reafirmar a característica da multidisciplinaridade que é inerente aos dois campos de conhecimento.

As duas áreas têm em comum o fato de serem campos acadêmicos relativamente novos, sendo desenvolvidos nas primeiras décadas do século XX e consolidadas a partir da década de 1960. As interfaces se dão no âmbito do objeto de estudo, enquanto a AD tem o discurso e suas condições sócio-históricas e ideológicas de produção, a CO tem as práticas comunicativas, nas quais emergem os discursos das organizações.

O discurso é uma forma de representação e, ao mesmo tempo, uma força de ação, onde as pessoas afetam a sociedade e o outro. O mesmo ocorre na relação discurso e ação no ambiente organizacional (FAIRCLOUGH,2001), pois as organizações afetam a sociedade por meio de suas práticas e discursos, ao mesmo tempo que, são afetadas por ela. Neste trabalho, entendemos que as organizações são sustentadas por suas práticas sociais e nas formas discursivas que adotam para a construção e manutenção de seus relacionamentos com a sociedade.

Nessa linha, Halliday (2009, p.32) coloca que o discurso organizacional como “um conjunto de práticas lingüísticas, semânticas e retóricas das pessoas jurídicas”. Essas práticas são tangíveis e reúnem textos e representações visuais que fazem parte da realidade organizacional. Daí a importância de se compreender a construção

de sentidos na esfera da comunicação organizacional e como as estratégias comunicacionais são utilizadas como forma de materialização dos discursos e de legitimação das organizações.

Consideramos a instância da comunicação institucional como espaço onde são produzidos os discursos institucionais. Entendida como modalidade da comunicação organizacional, estas práticas comunicativas dão visibilidade e estabelecem formas para compreensão dos significados que a organização deseja compartilhar, referentes à sua filosofia, diretrizes e objetivos. Neste cenário, a análise de discurso possibilita a verificação das circunstâncias da produção do discurso organizacional e o posicionamento dos atores sociais que constituem esse universo.

Consideramos também que os estudos do discurso no ambiente organizacional nos levam a compreender se são produzidos e utilizados como mecanismo de manipulação e em qual nível; ou de representação de uma visão de mundo de um grupo social que tem objetivos e procedimentos específicos para alcançá-los, quando inseridos numa comunidade discursiva específica. Estas reflexões possibilitam que tenhamos uma visão das possibilidades de efeitos de sentidos que podem resultar das relações estabelecidas pelas organizações com seus públicos e com a sociedade e, ainda, compreender se esses discursos omitem, falseiam ou atenuam dados relevantes e necessários para as relações sociais estabelecidas pela indústria e mediada pela comunicação para estabelecer sua visão de mundo. Acreditamos que os aportes da CO e da AD podem nos direcionar para possíveis respostas.

Neste contexto, partimos do seguinte problema: Como a Análise de Discurso e a Comunicação Organizacional podem contribuir para a identificação e caracterização do processo discursivo do Sesi nos textos da Revista Sesiinho? Para isso o trabalho será norteado pelos seguintes objetivos:

Geral:

Caracterizar os processos discursivos da Revista Sesiinho, a partir das interfaces da Análise de Discurso e Comunicação Organizacional.

Específicos:

- Apresentar uma proposta de dispositivo analítico que contemple as interfaces da AD e CO para análise dos processos discursivos da Revista Sesiho;
- Identificar as formações discursivas na indústria, seus princípios de regularidades, condições de produção e aspectos ideológicos, a partir dos aspectos textuais discursivos da Revista Sesiho;
- Analisar como o discurso do Sesi é utilizado na mediação de suas relações com a sociedade a partir da relação das temáticas Educação e Trabalho;
- Demonstrar que, nos processos discursivos organizacionais, os conceitos de imagem, reputação e *ethos* podem ter o mesmo estatuto de legitimadores do locutor no discurso.

Esta tese foi organizada em seis partes, incluindo a introdução, nas quais apresentamos o aporte teórico das duas principais áreas do conhecimento que fundamentam as reflexões, a apresentação do *corpus* e o percurso das análises, que nos possibilitam alcançar os objetivos propostos.

No capítulo 2, apresentamos o percurso metodológico, que tem como base de investigação o aporte teórico da Análise de Discurso de orientação francesa, onde entendemos o discurso como forma de mediação e transformação do homem e da realidade na qual está inserido, conceito que aplicamos também às organizações, enquanto sujeitos discursivos. Neste percurso apresentamos as etapas que envolveram, desde a pesquisa e revisão bibliográfica, passando pela pesquisa documental, a elaboração de um percurso de investigação e a organização do material a ser analisado. Neste capítulo apresentamos a revista Sesiho como objeto de estudo e como ela se insere no composto da comunicação organizacional do Sesi; o corpus com as dez edições que tratam dos temas Educação e Trabalho, no período de 2001 a 2013; e o dispositivo analítico elaborado em função dos objetivos do estudo.

No capítulo 3, são apresentadas as interfaces da Comunicação com os Estudos da Linguagem, que começam com o compartilhamento da linguagem como

objeto de estudo e com o caráter inter e multidisciplinar dos dois campos de conhecimento. São apresentados os elementos que compõem os estudos das Ciências da Comunicação, como conceitos, objeto, processos e o fato de a área estar em permanente construção, devido aos diferentes direcionamentos teóricos, de pesquisas e procedimentos metodológicos. Evidenciamos as contribuições para o diálogo que pode ajudar a constituir os novos elementos de estudo, a compreensão dos percursos conceituais, metodológicos, e os procedimentos de pesquisa que podem ser usados nas duas áreas. São discutidas a necessidade de se ampliar, no campo da Comunicação, o entendimento do funcionamento e implicações sociais da linguagem, suas manifestações concretas presentes nas diferentes ordens discursivas e expressas nas práticas comunicativas.

O quarto capítulo descreve o percurso histórico e a consolidação da AD como campo teórico e metodológico que permite compreender os processos de significação presentes nos textos e as possibilidades de efeitos de sentido. São apresentados o objeto e campo de abrangência da disciplina, os autores de referência, com ênfase em Michel Pêcheux e Michel Foucault. A revisão teórica permite elencar os elementos e os conceitos que constituem o universo da AD como: formação ideológica, formação discursiva, constituição do sujeito, condição de produção, memória discursiva, intradiscursos, intradiscursivos, campos discursivos, tipos e gêneros do discurso, entre outros, que serão objetos deste trabalho.

No capítulo 5, discutimos as múltiplas possibilidades de entendimento sobre a comunicação organizacional, compreendida como campo teórico e como práticas comunicativas que ocorrem no ambiente das organizações. Mostra que o campo acadêmico da CO tem discussões e debates que estão sendo ampliados, passando pelos estudos das competências comunicativas, pela consolidação das vertentes funcionalista, interpretativa e crítica, até chegar aos estudos contemporâneos, em que, assuntos como dimensão simbólica das organizações, discurso, pós-modernismo, e outros temas atuais, foram incorporados aos estudos organizacionais.

Diante da dimensão e complexidade do campo da CO e considerando as organizações como construções discursivas, este trabalho faz um recorte e mostra um percurso no qual a CO converge com os estudos do discurso. O capítulo apresenta, ainda, os conceitos de comunidade discursiva, discurso organizacional e

ethos organizacional.

No capítulo 6, propomos e aplicamos um dispositivo analítico elaborado em função do problema da pesquisa, dos objetivos do estudo e das especificidades do objeto, visando compreender o processo discursivo e os possíveis efeitos de sentido do ambiente organizacional a partir dos enunciados da revista *Sesinho*. O dispositivo é a forma concreta da tese que defendemos: para análise dos discursos organizacionais, necessariamente, precisamos compreender os processos comunicativos organizacionais e as instâncias de produção dos discursos no âmbito institucional.

Neste capítulo é apresentado o objeto discursivo e o recorte que se refere aos textos (verbais/escritos) relacionados às temáticas Educação e Trabalho. Na sequência, o terceiro e quarto momentos da análise, que acompanham todo o percurso analítico e contemplam a análise do *corpus* e como sua estruturação, modos de circulação e diferentes possibilidades de leitura constituem os sentidos dos textos. Neste percurso, verificamos o *corpus* como um exemplar do discurso do Sesi, que representa o lado social indústria e que, por sua vez, faz parte de uma comunidade discursiva.

Com esta estrutura, pretendemos alcançar os objetivos propostos neste trabalho e contribuir com a ampliação dos estudos que envolvem a Comunicação Organizacional e Análise de Discurso no contexto das organizações como sujeitos discursivos.

2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Enquanto pesquisa social, a característica desse trabalho é estudar o objeto, textos da Revista Sesiinho, dentro de um contexto que considera o espaço, o tempo e as características que dão a identidade a eles. Para analisar as publicações do Sesi/CNI, é necessário evidenciar os sentidos de suas linguagens e localizá-las dentro de um contexto específico. Assim, a escolha do caminho dialético nos dá suporte para uma interpretação abrangente desta realidade “já que estabelece que os fatos sociais não podem ser entendidos quando considerados isoladamente, abstraídos de suas influências políticas, econômicas, culturais etc.” (GIL, 2008, p. 14).

A pesquisa ocorre no nível exploratório, com a finalidade de se debruçar sobre o objeto, a partir de dados já coletados na etapa do mestrado, quando foi desenvolvida a análise de conteúdo da Revista Sesiinho e refletiu sobre o lugar da publicação no contexto da comunicação organizacional do Sesi, possibilitando identificar as temáticas tratadas pelo Sesi no âmbito institucional na primeira década do século XXI. Segundo Gil (2008) “as pesquisas exploratórias têm como principal finalidade desenvolver, esclarecer, modificar conceitos e ideias, tendo em vista a formulação de problemas mais precisos ou hipóteses pesquisáveis para estudos posteriores” (GIL, 2008, p. 27). Esta escolha justifica-se pelo fato de o material ainda ser pouco explorado e pretendemos, com isso, consolidar novos estudos e investigações mais amplas que envolvem aspectos discursivos e argumentativos.

No programa de Pós-graduação em Estudos da Linguagem/UEL, na área de concentração Linguagem e Significação, este estudo poderá contribuir com a linha de pesquisa Estudo do Texto/Discurso, para tanto, o percurso metodológico terá como base de investigação o aporte teórico da Análise de Discurso de orientação francesa, que permite um estado de reflexão e o estabelecimento de relações sobre a linguagem, o sujeito, os sentidos, a história e a ideologia (ORLANDI, 2013). Neste estudo, com o entendimento acerca do discurso, é possível compreender como se estabelecem as relações dos sujeitos que compõem o âmbito da indústria e sociedade, conforme afirma ORLANDI (2013):

Análise do Discurso concebe a linguagem como a mediação necessária entre o homem e a realidade natural e social. Essa mediação, que é o discurso, torna possível tanto a permanência e a continuidade quanto o deslocamento

e a transformação do homem e da realidade em que ele vive (ORLANDI, 2013, p.15).

Neste cenário, levamos em conta a constituição da indústria nacional brasileira, sua história e as condições de produção de suas linguagens, seus enunciados, suas formas e contextos de enunciação. Partindo do pressuposto de que o discurso é a materialidade da ideologia e a língua é a materialidade do discurso (ORLANDI, 2013), e que não há discurso sem sujeito e não há sujeito sem ideologia (Pêcheux, 1975), podemos identificar as formações discursivas que afetam o sujeito indústria, assim, podemos estabelecer caminhos para analisar os discursos, os aspectos argumentativos e a relação entre linguagem e ideologia, bem com a produção de sentidos entre os demais sujeitos envolvidos neste ambiente.

O enfoque da Análise de Discurso é apropriado para compreender como os discursos da indústria se apropriam da linguagem verbal e visual dos quadrinhos, e como os processos histórico-sociais e as condições de produção interferem nessa mediação. Para tanto, nesta pesquisa, daremos ênfase aos aspectos textual-discursivos, aos procedimentos discursivos utilizados nessa linguagem híbrida e autônoma e identificaremos as inter-relações entre os discursos a partir de fenômenos linguísticos, históricos e sociais.

A base interdisciplinar dos Estudos da Linguagem permite a convergência de diferentes campos teóricos, daí a possibilidade de se abordar neste estudo as interfaces da Comunicação Organizacional e da Análise de Discurso. Outros procedimentos serão adotados como:

1. Pesquisa e revisão bibliográfica;
2. Pesquisa documental;
3. Constituição de um método lógico de investigação e análise a partir da Análise de Discurso;
4. Organização e levantamento do material para seleção de conteúdo/recortes que serão analisados.

O percurso metodológico tem base no aporte teórico da Análise de Discurso (de orientação francesa), o qual permite um estado de reflexão e o estabelecimento de relações sobre a linguagem, o sujeito, os sentidos, a história e a ideologia. Assim,

todos os enunciados organizacionais são linguisticamente descritíveis e passíveis de interpretação. Orlandi (2013) explica que AD, devido a sua característica teórico metodológica, nos permite compreender a produção de sentido, com a análise dos próprios gestos de interpretação que ela considera como atos de domínio simbólico.

A AD não estaciona na interpretação, trabalha seus limites, seus mecanismos, como parte dos processos de significação. Também não procura um sentido verdadeiro através de uma “chave” de interpretação. Não há esta chave, há um método, há construção de um dispositivo teórico. Não há uma verdade ocultada do texto. Há gestos de interpretação que o constituem e que o analista, com seu dispositivo, deve ser capaz de compreender (ORLANDI, 2013, p.26)

Assim, a AD busca a compreensão de como um objeto simbólico produz sentidos e como ele está “investido de significância para e por sujeitos” (2013, p. 26). Este trabalho segue, então, os pressupostos da autora, de que:

- a) não há sentido sem interpretação;
- b) a interpretação está presente no nível de quem fala e no nível de quem analisa;
- c) a finalidade do analista não é apenas interpretar, mas compreender como um texto funciona e produz sentido (Orlandi, 2012, p.19).

Com a base teórica e metodológica da AD, buscaremos cumprir essas etapas, que vão desde a interpretação até a compreensão do funcionamento do texto e as produções de sentidos possíveis.

2.1 OBJETO DE ESTUDO

O objeto de estudo deste trabalho são os discursos da indústria, materializados nos textos e enunciados presentes na revista de histórias em quadrinhos Sesinho que, por décadas, tem sido uma das formas de comunicação institucional do Sesi no relacionamento com seus públicos. O Sesi é uma entidade de direito privado, mantida e administrada pela indústria, foi fundado em 01 de julho de 1946, por meio do Decreto-Lei nº 9.403, o qual atribuiu à Confederação Nacional da Indústria (CNI) a criação, direção e organização dessa entidade. A CNI se constitui como a principal entidade patronal de representação da indústria brasileira e tem como objetivo “a defesa e promoção de políticas públicas que favoreçam o empreendedorismo e a produção industrial” (CNI, 2019, p. 01) num setor que reúne

mais de um milhão de estabelecimentos dos mais diversos segmentos de indústria no país.

O surgimento do Sesi, que representa o braço social do Sistema Indústria¹, ocorreu em função da mobilização de empresários que, segundo consta no portal corporativo do Sesi, “despertaram o governo para a necessidade de promover a integração e a solidariedade entre patrões e empregados” (SESI, 2012). Desde então a entidade se propõe a melhorar a qualidade de vida dos trabalhadores da indústria e seus dependentes, oferecendo atividades que incluem serviços nas áreas de Educação; Saúde e Segurança no Trabalho; Lazer, Esporte Cultura e Responsabilidade Social e Empresarial², bem como ações de inclusão social e promoção da cidadania (CNI, 2007). Segundo o Portal da Indústria (2019), o Sesi “uma instituição aliada das empresas no esforço para melhorar a qualidade da educação e elevar a escolaridade dos brasileiros. Também ajuda a criar ambientes de trabalho seguros e saudáveis e a aumentar a qualidade de vida do trabalhador”.

Dentre os objetivos institucionais do Sistema Indústria, a revista Sésinho está diretamente ligada à área de educação, que engloba projetos de educação básica e continuada, sob a responsabilidade do Sesi, por meio da rede de Colégio Sesi, e a educação profissional, sob a condução do Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (Senai). No setor de educação, o Sesi ressalta que um dos objetivos da indústria é “formar cidadãos empreendedores, criativos, socialmente responsáveis e preocupados com o meio ambiente, contribuindo para o desenvolvimento de mão-de-obra qualificada” (CNI, 2007, p.1). Para isso, mantém programas que envolvem a educação infantil, ensino médio e fundamental, cursos profissionalizantes, alfabetização e educação básica para jovens e adultos. A entidade montou estruturas, dentre as quais se destaca a rede de Colégios Sesi e metodologias próprias para atender filhos de industriários e a comunidade onde as unidades estão instaladas.

¹ O Sistema Indústria é uma rede nacional de caráter privado, responsável por iniciativas de apoio ao setor industrial brasileiro. Integram essa rede a Confederação Nacional da Indústria (CNI), o Serviço Social da Indústria (SESI), o Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (SENAI), as Federações Estaduais da indústria dos 26 Estados e do Distrito Federal, além de 1.280 Sindicatos Patronais Industriais (CNI, 2019, p.01).

² O Sesi tem uma estrutura composta por um Departamento Nacional e 27 Departamentos Regionais, instalados em todos os 26 estados brasileiros e no Distrito Federal. A dimensão de sua atuação pode ser traduzida pela presença em 2.006 municípios de todo o país, onde uma força de trabalho composta por cerca de 50 mil profissionais alocados em 1.963 unidades de atendimento, que incluem 324 Centros de Atividades, 891 Unidades Operacionais e 748 Unidades Móveis, desenvolve atendimentos às indústrias e seus trabalhadores (CNI, 2007).

Conforme divulgado no portal da FIEP (2013), nos colégios Sesi, a revista *Sesinho* faz parte da metodologia de ensino “como uma ferramenta inovadora o personagem consegue encurtar a distância entre professores e alunos” (FIEP, 2013). Além do uso em sala de aula, os alunos são incentivados a levar a publicação para casa, para compartilhar as histórias com a família. As narrativas têm como contexto de argumentação temas como educação, história, meio ambiente, atualidades, saúde e ética, “no entanto, muitas vezes o mais importante é aprender com o comportamento correto do personagem diante de certas situações” (FIEP, 2013, p.1).

A Revista *Sesinho* tem por finalidade transmitir conhecimentos variados, baseados em princípios e valores como cidadania, solidariedade, companheirismo, ética, comportamento, moral e diversão (FIEP, 2011). Para atingir os objetivos, a revista tem uma estrutura na qual consta uma história em quadrinhos com uma temática específica desenvolvida pelos personagens da turma do *Sesinho* (*Sesinho*, *Bocão*, *Nina*, *Tuta*, *Ruivo*, *David Coperfilho*, *Luiza*, *Régis*) e seções internas com passatempos, curiosidades, correspondências que reforçam a temática central da revista.

A revista *Sesinho*³ faz parte do composto de comunicação da CNI/Sesi e a análise dos enunciados presentes na revista leva em conta o ambiente da comunicação organizacional, onde entidades são consideradas locais discursivos de formação de sentido, e das próprias condições da sociedade. Os discursos estão presentes nos processos comunicativos que são a base das organizações para que elas sustentem sua existência e interajam com seus públicos, em todas as instâncias, seja interna ou externamente.

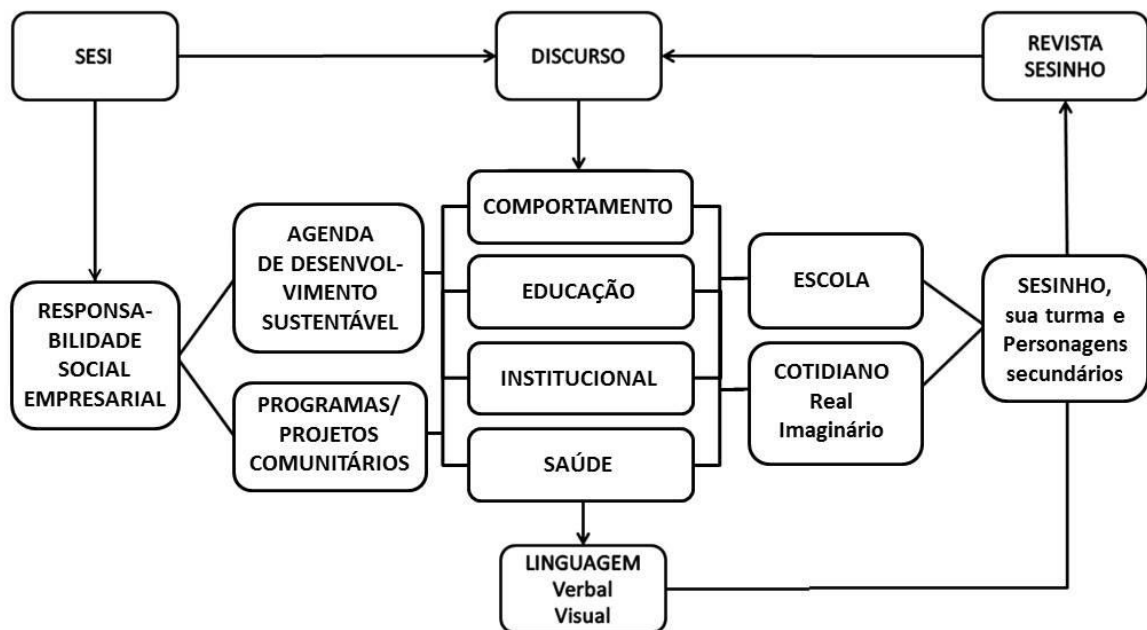
Esta tese é um desdobramento da pesquisa de mestrado, realizada no Programa de Comunicação da Universidade Estadual de Londrina, intitulada “*Revista Sesinho e o discurso do Sesi para a infância: a apropriação da linguagem dos quadrinhos no âmbito da comunicação institucional*” (ROYER, 2014), que produziu um *corpora* das 114 edições da revista *Sesinho*, referente ao período de 2001 a 2011.

³ A publicação foi criada em 1947 e circulou até 1960. A revista *Sesinho* voltou a ser produzida em 1995, em *CD room*. Seis anos depois, voltou a ser impressa e, com uma tiragem de um milhão de exemplares e passou a ser distribuída gratuitamente nas escolas da Rede Sesi e outros 12 mil endereços, entre empresas, ONGs e universidades. Em 2013 a publicação deixou de ser impressa e passou a ser disponibilizada na versão digital (ROYER, 2014). Dados de 2020 mostram que a revista foi publicada até a edição 142.

Nessa fase, os estudos apontaram que as páginas da revista Sesi revelam que os discursos da indústria se sustentam nos pilares saúde, educação e trabalho, alinhados com os aspectos institucionais da organização. Estes aspectos nos permitem compreender as relações políticas, sociais e ideológicas que são inerentes aos processos discursivos da indústria, bem como seus impactos na sociedade.

A análise mostrou que o Sesi se apropriou da linguagem dos quadrinhos para revelar sua identidade organizacional, formar imagens, obter legitimação pública e, principalmente, determinar os caminhos pelos quais a sociedade deveria trilhar para que se criasse um ambiente favorável ao fortalecimento e desenvolvimento industrial, conforme Figura 1.

Figura 1: Diagrama da análise da Revista Sesi - Período 2001/2011



Fonte: Elaborada pela autora (2014).

Na continuidade desses estudos foram selecionados os materiais com conteúdo institucionais direta e indiretamente ligados às questões da Educação e Trabalho, temas considerados os pilares estratégicos do Sesi, ênfase dada principalmente na década de 2000, e relacionados com os objetivos preconizados pela entidade, de promover o bem-estar do trabalhador e seu desenvolvimento pessoal e profissional para assegurar a necessária competitividade industrial (ROYER, 2014).

2.2 CORPUS

Num primeiro momento temos a impressão de que a AD tem como objeto de análise os textos, no entanto a AD somente estuda textos quando eles estão convertidos em *corpus*. Orlandi (2013, p. 69) destaca que o texto significa, por isso a AD não se interessa, primordialmente, pela organização linguística do texto, mas como ele organiza a “relação da língua com a história no trabalho significativo do sujeito em sua relação com o mundo. É dessa natureza sua unidade: linguístico-histórica”. Esclarecendo que a autora chama de historicidade o acontecimento do texto como discurso e os sentidos que produz. Assim a história externa está na conjuntura onde ocorre o discurso “e a historicidade do texto (trama de sentidos nele), mas essa ligação não é direta, nem automática, nem funciona como uma relação de causa-e-efeito” (p. 68).

Antes de apresentar o *corpus* deste trabalho, é necessário distinguir os três eixos que agrupam os textos, com razões específicas para ter a atenção da AD. Segundo Maingueneau (2015, p.37) são: o texto-estrutura: quando ele é objeto da linguística textual para o estudo das regularidades além da frase; o texto-produto: apreendido como o traço de uma atividade discursiva – oral, escrita, visual – ou seja textos veiculados em determinadas práticas comunicativas; e o texto-arquivo: considerado como algo permanente pela fixação em um produto material ou na memória. Assim, o *corpus* desse trabalho inclui textos organizacionais assim divididos:

Texto-estrutura: Linguagem dos Quadrinhos, com suas estruturas e especificidades que determinam a narrativa, a argumentação, a coesão, as conexões, entre outras;

Texto-produto: Revista Sesinho, com códigos verbais, complementados por códigos visuais;

Texto-arquivo: Textos da revista e textos que evocam a memória da indústria, num contexto e conjuntura dada.

Diante destas unidades, será possível ter acesso aos discursos, com suas regularidades, suas diferentes formações discursivas que o originam e os sentidos que derivam da formação ideológica dominante nesta conjuntura. Este material de linguagem, produzido no período de 2001 a 2013, e coletado tal como existe, será a

superfície linguística deste estudo e inclui um acervo de 114 edições da revista, cedido pelo Departamento Nacional do Sesi.

Figura 2: Objeto discursivo – revistas Sesinho que abordam as temáticas Educação e Trabalho, no período de 2001 a 2013⁴



Fonte: Acervo da autora e Portal da Indústria
<http://www.portaldaindustria.com.br/sesi/canais/sesinho/revista-do-sesinho/>

⁴ Neste período, as temáticas ligadas à Educação e Trabalho foram encontradas no período de 2001 a 2008. As demais edições tratam de assuntos diversos.

No segundo momento deste processo, definimos algumas edições como o objeto discursivo, que foi definido após uma primeira etapa da análise. Esta etapa já foi concluída no período do mestrado, quando o objetivo foi produzir uma análise panorâmica de 10 anos de publicação, com o intuito de identificar os principais assuntos abordados pela entidade, no papel de representante do segmento industrial. A abordagem ocorre no contexto da comunicação organizacional do Sesi e nos estudos acerca de temas como discurso institucional e linguagem iconográfica dos quadrinhos. Considerando que a Revista Sesi é um dos suportes de comunicação institucional do Sesi, e que nela estão presentes conteúdos relativos à filosofia da entidade quanto à sua missão, visão e valores pelos quais se relaciona com a sociedade, é necessário um recorte, por isso o foco das reflexões será o discurso que envolve as temáticas Educação e Trabalho, conforme Figura 2.

O terceiro momento desta análise, que acompanha todo o percurso analítico, contemplará a análise do *corpus* e como sua estruturação, modos de circulação e diferentes possibilidades de leitura constituem os sentidos dos textos e, no quarto momento, a análise terá como foco o processo discursivo, quando será possível identificar as formações discursivas, a relação com a ideologia que permitirá compreender a constituição dos sentidos e dos discursos. Aqui será observada a capacidade que tem a língua de se historicizar, por meio de processos parafrásticos, polissêmicos e metafóricos.

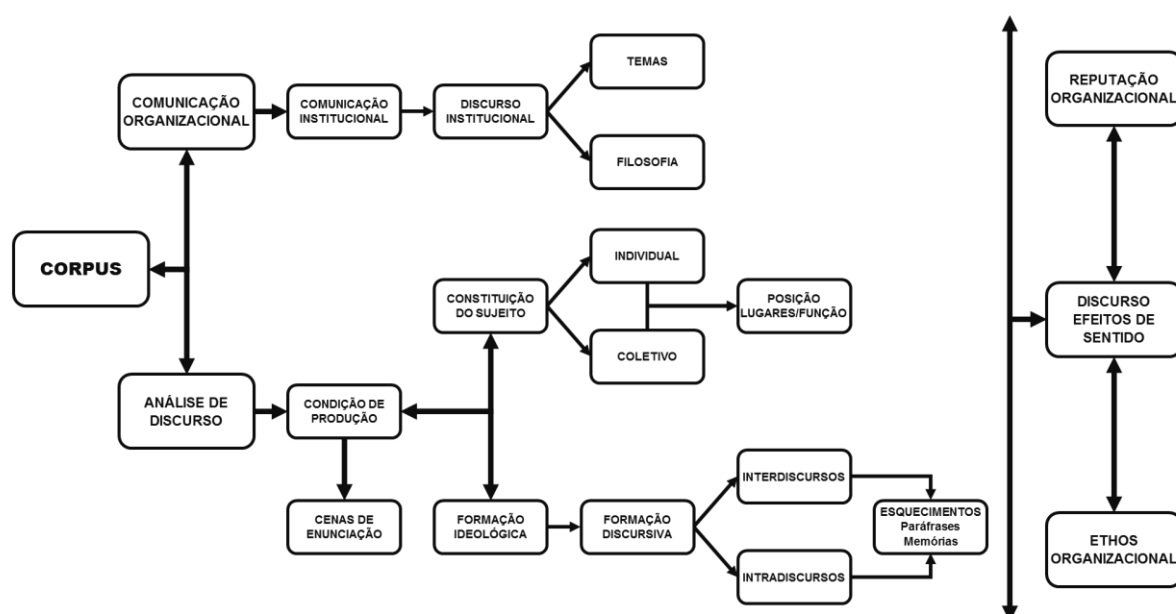
Neste percurso, o objetivo é entender o *corpus* como um exemplar do discurso do Sesi, como representante da indústria. Os textos serão unidades de análise, afetadas pelas condições de produção e espaços significantes, lugar onde ocorre “o jogo de sentidos, de trabalho da linguagem, de funcionamento da discursividade” (ORLANDI, 2013, p. 72). Esse percurso será representado então pelo dispositivo analítico e os campos teóricos definidos para a análise do discurso no ambiente organizacional da indústria.

2.3 DISPOSITIVO ANALÍTICO E CAMPO TEÓRICO DA ANALISTA

O dispositivo analítico é definido segundo cada pesquisador em função do

problema da pesquisa, do material e da finalidade da análise, ou seja, os objetivos do estudo. A partir daí é que se mobilizam os conceitos que serão necessários para os gestos de interpretação que possibilitarão o estabelecimento de relações sobre a linguagem, o sujeito, os sentidos, a história e a ideologia. A partir da noção de formação discursiva (FD), juntamente com a de condições de produção (CPs) e de formação ideológica (FI), esse estudo busca analisar os possíveis efeitos de sentido do ambiente organizacional.

Figura 3: Diagrama do dispositivo de análise dos discursos organizacionais



Fonte: Elaborado pela autora.

Um dos objetivos deste trabalho é apresentar uma proposta de dispositivo de análise para os discursos organizacionais, por isso, com base nos conceitos da AD e da CO foi elaborada uma proposta, Figura 3, que será aplicada na análise do material e, assim, observada a eficácia e a pertinência do dispositivo nos estudos dos discursos organizacionais. Neste dispositivo, que auxiliará no processo de compreensão, a descrição e a interpretação ocorrerão simultaneamente, a ideia central é descrever os efeitos da interpretação, mediados permanentemente pelos pressupostos da AD e da CO, aportes teóricos desta tese.

Nesta proposta, quando o *corpus* se referir a um discurso organizacional, a

orientação é que a análise contemple os pressupostos da CO, com ênfase na comunicação institucional e os pressupostos da AD, num percurso que levará ao entendimento do processo discursivo, os efeitos de sentidos possíveis e a produção das imagens organizacionais e o ethos organizacional, que neste estudo têm uma relação de equidade, pois ambos são resultados das práticas comunicativas e dos discursos que emergem dessas práticas.

3 INTERFACES DA COMUNICAÇÃO E ESTUDOS DA LINGUAGEM

As ciências da Comunicação estão situadas no campo das ciências sociais e humanas, assim, seu objeto é partilhado por outras áreas como Antropologia, Ciências Sociais, Estudos da Linguagem, Retórica, Psicologia Social, Sociologia, Filosofia, dentre outras. Este fato lhe confere um caráter inter e multidisciplinar cujos estudos científicos e sistemáticos se consolidaram após a I Guerra Mundial (1914-1918), com a aplicação de procedimentos metodológicos que verificam e comprovam fenômenos empíricos de comunicação (SOUSA, 2006).

Santaella (2001, p.80) representa uma gama de autores que acredita ser esta área “uma ciência piloto para cujas questões acabam convergindo muitas outras ciências.” Por isso abarca uma variedade de conceitos e práticas de pesquisa que envolvem desde estudos de análise dos discursos, suportes midiáticos, estudos de recepção, linguagens iconográficas, comunicação de massa, e mais recentemente, a comunicação digital. A autora constata que “tantos deslizamentos, interseções e interlocuções mostram como a área é complexa e precisa ser pensada, estudada a partir da complexidade e, de preferência, no plural (MAIA, 2010, p.183).

O campo de estudos da área da Comunicação está em permanente construção devido aos diferentes direcionamentos teóricos, de pesquisas e procedimentos metodológicos. Os debates partem dos mecanismos, estruturas e funcionamento dos processos de comunicação, cujos estudos registram perspectivas teóricas consolidadas e, ao mesmo tempo, revisitadas diante das constantes mudanças que ocorrem no dinamismo das relações humanas e sociais.

A própria definição e delimitação do objeto comunicação é controversa pois o conceito, abstrato, depende de outros conceitos para ter uma dimensão concreta, passível de análises e reflexões. Assim, encontramos as terminologias processo comunicativo, atos de comunicação, ações comunicativas, para designar o objeto de estudo. Souza (2006), ao propor a definição da Comunicação, parte de um questionamento sobre o fato de que todos os comportamentos e atitudes humanas, intencionais ou não intencionais não poderiam ser entendidas como comunicação? Assim propõe pensar a comunicação sob duas perspectivas:

1. a comunicação como o processo em que comunicadores trocam propositadamente mensagens codificadas (gestos, palavras, imagens...), através de um canal, num determinado contexto, o que gera determinados efeitos; e
2. a comunicação como uma atividade social, onde as pessoas, imersas numa determinada cultura, criam e trocam significados, respondendo, desta forma, à realidade que quotidianamente experimentam. Estas duas proposições não são, porém, estanques, mas sim complementares (SOUZA, 2006).

O autor destaca que a comunicação é um processo social, no qual as mensagens produzidas e recebidas só têm efeitos cognitivos porque lhes são atribuídos significados e estes dependem da cultura e do contexto em geral que rodeiam os atores do ato comunicativo. A diversidade do conceito da Comunicação também é observada na Enciclopédia INTERCOM de Comunicação (2010), obra coletiva editada pela Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação a qual traz 1097 verbetes no primeiro volume do Dicionário do Conhecimento Comunicacional, produzidos por 499 autores em torno da temática Comunicação.

Na enciclopédia, a palavra Comunicação é apresentada com diversos sentidos, desde o mais amplo, que considera a comunicação como a troca de informações entre uma fonte e o receptor, passando pelas diversas teorias comunicacionais⁵ que, desde o início do século XX, refletem sobre a complexidade do conceito. Desde Aristóteles que concebia a Comunicação como um processo de persuasão, onde duas pessoas com ideias divergentes se comunicavam para chegar num consenso até as teorias recentes que destacam os aspectos simbólicos do processo comunicativo, um ponto comum é que a sociedade humana inexistiria sem os processos de comunicação, sejam eles verbais (orais e escritos) e não verbais.

Outro aspecto comum é o fato de o processo ter elementos distintos, necessários e interdependentes: o emissor/fonte, o receptor, a mensagem, o

⁵ Modelo retórico de Aristóteles (século IV a.C); Modelo de Lasswell (1948); Modelo de Shannon e Weaver (1949); Modelo de Newcomb (1953), Modelo de Schramm (1954); Modelo de Gerbner (1956); Modelo de Roman Jakobson (1960). (Sousa, 2006, p.3).

código/linguagem, o canal/meio, e para alguns autores, os elementos ruídos e *feedback* completam o processo comunicativo. Sousa (2006) defende que a comunicação é um processo porque se desenvolve

num contínuo espaço-temporal em que coexistem e interagem permanentemente múltiplas variáveis [...] Além disso, a comunicação não tem princípio e fim bem definidos porque a cadeia de causas e a cadeia de conseqüências de um acto comunicativo são parcialmente indetermináveis e, de algum modo, infinitas (SOUSA, 2006, p.28)

Esta reflexão permite a ampliação para os estudos da Psicologia Social, que tem como objeto a comunicação do indivíduo e suas relações sociais e a Comunicação Social, que tem como objeto os processos comunicacionais que ocorrem na sociedade em seus diversos suportes midiáticos e nos seus diferentes níveis:

Neste sentido, considera-se a comunicação face a face (um x um); a comunicação grupal (um x vários) e a comunicação de massa (vários x vários), que se dá especialmente através de processos industrializados de produção e veiculação, levando a uma recepção enorme e a grandes distâncias (HOHLFELDT, 2010, p. 234).

Sousa (2006) complementa esta ideia, propondo seis formas de comunicação humana:

- Intrapessoal, relacionada às questões introspectivas e de pensamento;
- Interpessoal, entre dois indivíduos ou pequenos grupos que visam fortalecer as relações pessoais;
- Grupal, de média ou grande dimensão em relação ao número de indivíduos;
- Organizacional, que ocorre no ambiente organizacional interno e externo;
- Social, direcionada a grupos heterogêneos, por meio da difusão coletiva ou de massa;
- Extrapessoal, que pode ocorrer para com animais, máquinas e outras formas que ainda não têm provas tangíveis nem evidências concretas de existência.

Numa perspectiva mais atual, a Enciclopédia INTERCOM traz o conceito de Comunicação vinculada com a produção de sentidos “O surgimento dos meios de comunicação de massa e, mais recentemente, a amplitude alcançada pelos artefatos tecnológicos, intensificou as buscas pelo sentido do que é e no que consiste a comunicação” (MAIA, 2010, p. 236). Essa perspectiva teve início na década de 1970

em reflexões de diversos autores, entre eles Juan Dias Bordenave, que consideraram o fato de o homem ser produtor e resultado da sociedade e da cultura da qual faz parte e “é a comunicação que propicia a este homem, imerso em seu ambiente social, a interação psíquica e social” (p. 236).

Maia (2010) considera que o termo Comunicação está constantemente sendo reconfigurado através do tempo em que é estudado. Suas interfaces diferenciadas acompanham as mudanças da sociedade, cada vez mais acontecendo em rede e mediada pela tecnologia, mas sem perder as premissas iniciais contempladas em perspectivas teóricas anteriores. Assim, mesmo diante da polissemia do termo, não devemos desconsiderar a origem da palavra comunicação, que em latim *communicare* significa “tornar comum”, “partilhar”, “repartir”, “associar”, trocar opiniões. Ainda de acordo com Maia (2010, p.236), comunicar significa “transformar em ato a comunicação, implica na participação (*communicatio*), definição que contempla, como poucas, a união do conceito tradicional com a avanço da sociedade em rede, a sociedade da “cultura participativa.”

A partir dos vários possíveis conceitos da Comunicação, a Enciclopédia INTERCOM apresenta novas terminologias que surgem para dar conta da abrangência e complexidade do termo. A comunicação passa a constituir conceitos compostos para designar novas áreas e variáveis. Ao todo são 72 terminologias que nos levam a compreender o universo da comunicação, tanto nos aspectos pessoais, sociais, quanto nos aspectos organizacionais. Este estudo terá como direção a comunicação organizacional e a comunicação institucional, conceitos chaves que nos ajudarão a compreender a comunicação no ambiente organizacional.

Neste trabalho, adotamos o conceito de Comunicação de Figaro (2012), que a coloca como característica inerente ao ser humano e fator indispensável para as relações sociais, considerando essas relações nas formas de organização institucional e econômicas. Assim, desconsideramos o ponto de vista que a comunicação é simplesmente transmissão de informação para entendê-la como um processo simbólico. Para Figaro (2012, p.10),

O campo da comunicação tem por objeto conhecer o processo comunicativo, ou seja, as interações que se dão entre sujeitos históricos e os modos de produção/recepção de técnicas, estéticas e sentidos dessas inter-relações; aí instituídos códigos, linguagens, suportes que os viabilizam bem como os constrangimentos econômicos e políticos de sua estruturação institucional.

Nas últimas décadas, a noção de interação aparece, frequentemente, associada à comunicação e, por vezes, como sinónimo do processo comunicativo. Segundo França (2008, p. 71),

A escolha por “interação” substitui e qualifica distintivamente a ideia de ação, enfatizando seu aspecto compartilhado. Se o conceito de ação traz a figura do ator e a dimensão do agenciamento (Weber), o conceito de interação traz dois elementos, dois pólos: fala de ação conjunta, reciprocamente referenciada.

Essa nova concepção substitui o foco dado, em períodos anteriores, ao emissor, e coloca o receptor em evidência, bem como sua capacidade de não apenas decodificar códigos, mas, ao apreender a mensagem, ressignificar e produzir novos sentidos.

Essas mudanças conceituais foram abordadas por Ferreira (2010), numa breve revisão do percurso das teorias da comunicação. Segundo o autor, o Modelo Informacional⁶ foi o primeiro a entender a comunicação na condição de transmissão de signo, que tem o carácter de portador de informações, produzido pelo emissor que espera ter a compreensão dele ao atingir o receptor. Nessa visão, a escolha de um código possibilita a transmissão da informação e que deve ser decodificado pelo receptor para o entendimento da mensagem. Nesta teoria de visão mecanicista, um significante corresponderia a um significado único, desconsiderando aspectos polissêmicos das palavras, a produção de sentidos e demais relações que envolvem a complexidade da comunicação humana.

Mesmo com essas críticas, o Modelo Informacional foi considerado como um paradigma representativo, devido à ausência de estudos de modelos comunicativos com carácter sociológicos. Mas seu valor está no ato de ter influenciado outros estudiosos a se debruçarem em novos estudos, em busca de novas perspectivas teóricas que dessem conta de aspectos que não foram contemplados nessa proposta (FERREIRA, 2010).

Roman Jakobson⁷ foi um dos primeiros linguistas que partiu do Modelo

⁶ Historicamente o Modelo Informacional / Teoria Matemática da comunicação / ou Modelo Shannon-Weaver é um terceiro modelo do processo de comunicação e foi apresentado em 1949, pelo matemático Claude Shannon e pelo engenheiro Warren Weaver. Tratava-se de um modelo para o estudo da comunicação eletrônica. No entanto, o modelo pode ser aplicado ao estudo de outras formas de comunicação (Sousa, 2006).

⁷ JAKOBSON (2003) considera a linguagem como o principal instrumento da comunicação informativa e, em relação a esta, todos os outros sistemas de símbolos são acessórios ou derivados. Sob a perspectiva das teorias

Informacional para fazer a diferenciação entre o processo de produção e o de recepção da mensagem, estudo no qual o foco se desloca para a problemática da significação. Esta etapa demarca o então denominado Modelo Semio-informacional, que segue o esquema apresentado anteriormente, a diferença é que

A linearidade da transmissão se encontra ligada aos funcionamentos semânticos pelo viés do conceito do código. A comunicação torna-se a transformação de um sistema por outro e não mais a transmissão de informação, no momento em que o código se encontra na emissão e na recepção. Agora é o código que torna possível essa transformação. Ao mesmo tempo, nessa nova perspectiva paradigmática, abre-se um campo de estudo para a análise semiótica” (FERREIRA, 2010, p.48).

O autor destaca que, nesse espaço, de acordo com o ponto de vista semiótico, é necessário verificar o grau de competência que o meio de comunicação e o destinatário partilham, para se observar os níveis de significação da mensagem. Segundo o ponto de vista sociológico, consideram-se as variáveis que impactam nos dois polos do processo comunicativo – o emissor e o receptor, que vão possibilitar uma pluralidade de códigos ou regras de competência e de interpretação.

O Modelo Semio-informacional considera, então, o vínculo entre a produção e o reconhecimento da mensagem, a articulação dos códigos, as circunstâncias e fatores sociais que levam à simetria na produção e no reconhecimento da comunicação, que indica uma visão de “efeitos possíveis” (FERREIRA, 2010).

A crítica a esse modelo simplifica o processo comunicativo, concebe somente as mensagens e não os conjuntos textuais, e não colocam os destinatários em perspectivas diacrônicas, ou seja, desconsidera as transformações que ocorrem na língua e nos códigos ao longo do tempo. Ferreira (2010) destaca que o modelo limitou-se à análise das mensagens, códigos e estruturas comunicativas, mas tem o mérito de ter dado abertura em direção aos aspectos sociológicos e fatores sociais que impactam no processo comunicativo, possibilitando novas perspectivas, como a então denominada abordagem Semiodiscursiva.

Esse modelo, ao explicar os atos de produção e reconhecimento do ato da linguagem, deixa de considerar os aspectos da codificação-decodificação como

da linguagem o autor sistematizou as funções da linguagem, que identificam o perfil das mensagens e tipos de discursos. A análise da linguagem deve contemplar o estudo da variedade de suas funções, pois a ênfase ou direcionamento de cada uma é que determinará o perfil da mensagem.

núcleo do processo comunicativo e passa a considerar as “práticas textuais” nas quais a cultura está presente e pode determinar a criação e orientação das produções textuais. Ferreira (2010, p.51) reconhece que o Modelo Sociodiscursivo é fruto da interdisciplinaridade dos campos da antropologia e semiótica, pois:

A competência interpretativa não fica restrita à apreensão de códigos puros e simples, mas numa aptidão dos destinatários que está assentada no consumo precedente de tais “textos” ou de tais “sistemas de signos”, evidenciando o reconhecimento, como também a produção, como lugares de diálogo intextual, em que um novo texto é tecido pelos ecos de outros textos anteriores.

Nesse modelo, fica evidenciado um desnível entre a fonte/emissor e o destinatário da mensagem no que tange à produção e ao reconhecimento discursivo. Assim, extrapola o processo linear da comunicação e se concentra na relação entre a produção e o reconhecimento da mensagem, considerando os aspectos diacrônicos que influenciam esses processos, pois “produção e recepção são dois polos conceituais produtores de sentido. O desnível entre eles é provocado pela circulação que adquire diferentes formas, segundo o tipo de produção significativa almejada” (FERREIRA, 2010, p.54).

A noção de circulação vem de um modelo que posiciona o discurso entre sua produção e seus efeitos, assim, nesse contexto, falar de discurso e processo comunicativo passa a ser uma necessidade de autores que circulam pelas áreas da Linguística e da Comunicação, que vão apontar as convergências e interfaces das áreas.

Figaro (2012) contribui para o diálogo interdisciplinar desses dois campos de conhecimento, ajudando a constituir novos elementos no campo de estudos da comunicação e entender os percursos conceituais e procedimentos e pesquisas da área da Linguagem. Em relação à Comunicação destacam-se dois pontos fundamentais: aproximar o pesquisador de autores e das pesquisas da chamada área da Análise do Discurso, com ênfase nas correntes francesas e russas⁸, que trouxeram contribuições fundamentais para o entendimento do funcionamento e implicações sociais da Linguagem; em segundo lugar, aproximar as questões teóricas da

⁸ (Èmile Benveniste, Algirdas, Julius Greimas, Michel Pêcheux, Dominique Maingueneau, Patrick Charaudeau, Mikhail Bakhtin, Pavel Medvedev, Valentin Voloshinov, entre outros).

linguagem das manifestações concretas presentes nas diferentes ordens discursivas e expressas em mensagens postas em circulação, por meio de dispositivos e suportes comunicacionais (FIGARO, 2012).

Para a autora, esta convergência é natural e, por isso, se propõe a tratar a linguagem verbal como discurso na comunicação e deve considerar a força que os discursos verbais possuem e “reconhecer a sua presença, significados e abrangência é uma boa maneira de fortalecer o campo de estudos da Comunicação” (FIGARO, 2012, p. 8).

No conceito de comunicação como fator constitutivo do ser humano, entendemos que ela se manifesta pelas linguagens, seja a verbal (oral e escrita) e não verbal. A primeira vai além da exteriorização de pensamentos e sentimentos, pois está ligada à produção de vida em sociedade. Fígaro (2012) coloca a linguagem verbal como objeto de estudo da área de Comunicação, pois ela estará presente nos enunciados produzidos por sujeitos sociais. Esse pensamento demarca então “uma abordagem teórica da Comunicação que trata da linguagem verbal no âmbito das relações de sentido, construídas no processo comunicacional, na formulação de enunciados e discursos” (p. 11). E aponta que, mesmo com a importância que tem, nem sempre a linguagem verbal recebe o tratamento teórico-metodológico adequado nos estudos da Comunicação, ficando em segundo plano, já que os estudos dão ênfase no emissor/receptor e nos efeitos da mensagem.

Baseando-se nos pressupostos de Ferdinand de Saussure, a autora destaca que a linguagem verbal é a materialidade da língua e da fala, pois uma não ocorre sem a outra, nos tempos sincrônicos e diacrônicos das relações sociais. Por isso, é necessário esclarecer os conceitos de texto, enunciado e discurso. Além destes, outros conceitos da área dos Estudos da Linguagem e da Análise de Discurso serão esclarecidos no capítulo seguinte.

Nesse sentido, o primeiro movimento é a compreensão do termo discurso e sua relação com o processo da comunicação. Orlandi (2013) explica que não há linearidade no esquema da comunicação que contempla os elementos básicos do processo: emissor, receptor, código, referente e mensagem. Na perspectiva da AD, o processo da significação ocorre ao mesmo tempo e que, ao invés de focar na mensagem, deve-se compreender o discurso que emerge dos processos

comunicativos, “não se trata de transmissão de informação apenas, pois, no funcionamento da linguagem, que põe em relação sujeitos e sentidos afetados pela língua e pela história, temos um complexo processo de constituição desses sujeitos e produção de sentidos, e não meramente transmissão de informação” (ORLANDI, 2013, p.21).

No processo da comunicação, ficam evidenciados os processos de identificação dos sujeitos, de argumentação, de subjetivação, de construção de realidade. Assim “as relações de linguagem são relações de sujeitos e de sentidos e seus efeitos são múltiplos e variados” (ORLANDI, 2013, p.21). Reafirma-se então o conceito da perspectiva da autora que, baseada em Michel Pêcheux, afirma que o discurso é efeito de sentido entre locutores.

Brandão (2012a) explica que os estudiosos da linguagem não buscam a compreensão do fenômeno da linguagem apenas centrado na língua, considerado um sistema ideologicamente neutro, mas em outro nível, numa outra instância da linguagem, que denominam discurso, que seria “o ponto de articulação dos processos ideológicos e dos fenômenos linguísticos” (BRANDÃO, 2012a, p. 11).

Também fazendo uma relação com o processo da comunicação, a autora explica que o discurso não é um sistema de signos utilizados como matéria prima da comunicação ou suporte de pensamentos, mas vai além, a linguagem enquanto discurso é o que possibilita a interação e um modo de produção social, não é neutra nem natural, mas um lugar privilegiado de manifestação da ideologia.

Brandão (2012a) ressalta que a linguagem é o elemento de mediação e engajamento entre o homem e sua realidade, ao mesmo tempo representa um espaço de conflitos, de confronto ideológico, por isso não pode ter seu estudo desvinculado da sociedade, pois seus processos são históricos sociais e vinculados em sua condição de produção. É nessa convergência que os Estudos da Linguagem e a Ciência da Comunicação apresentam e reforçam suas interseções.

4 ANÁLISE DO DISCURSO: BREVE PERCURSO HISTÓRICO

Antes de apresentar e refletir sobre os principais conceitos da disciplina da Análise de Discurso, é importante apresentar um rápido percurso histórico e os autores que são referências na área. Brandão (2012a) destaca que foram os formalistas russos que iniciaram um campo de discussão dos estudos linguísticos que mais tarde seria denominado Discurso.

A base da AD tem caráter interdisciplinar, pois o campo de estudo despertou o interesse não só de linguistas, como também de filósofos, historiadores e psicólogos, mas seu objeto, o discurso, é analisado numa perspectiva que articula o linguístico com o social. A polissemia do termo abre espaço para uma proliferação dos usos da expressão “análise do discurso”, daí a necessidade de se definir com clareza o objeto e campo de atuação da disciplina, que no início se debruçou num *corpora* específico como discursos políticos de esquerda e textos impressos (BRANDÃO, 2012a).

Os anos de 1950 foram determinantes para o delineamento da Análise do Discurso como disciplina, primeiro com a obra *Discourse Analysis*, do linguista Zellig Harris (1952) e com os trabalhos de Roman Jakobson e Emile Benveniste sobre enunciação. Esses trabalhos direcionam para diferentes perspectivas que mais tarde marcariam as escolas russa, americana e francesa de estudo de AD.

Mesmo sendo considerada o marco inicial da AD, a obra de Harris se coloca ainda como extensão da linguística imanente na medida em que transfere e aplica procedimentos de análise de unidades da língua aos enunciados e situa-se fora de qualquer reflexão sobre significação e as considerações sócio-históricas de produção que vão distinguir e marcar posteriormente a análise do discurso (BRANDÃO, 2012a, p.14).

Numa outra direção, Benveniste destaca o papel do sujeito falante no processo da enunciação e como este se insere nos enunciados que produz. Para Brandão (2012a, p.14), ao ressaltar a “posição” do locutor e a relação estabelecida entre o enunciado e o mundo significa que “esta relação é que estará no centro das reflexões da análise do discurso em que o enfoque da posição sócio-histórica dos enunciadorees ocupa um lugar primordial”.

Orlandi (1986) também aponta essas duas direções que marcariam as

diferentes formas de pensar a AD – a americana e a europeia, sendo a primeira como extensão da linguística, onde o texto é apresentado de forma redutora e sem a preocupação com as formas do sentido, mas com as formas de organização dos elementos que o constituem. A segunda, aponta a preocupação com o dizer e as condições de produção desse dizer.

Já Maingueneau (2015) descarta a referência de Harris como o valor fundador da AD, pois acredita que sua visão estruturalista o impediu de considerar as problemáticas atuais do discurso. Essas problemáticas que hoje caracterizam a AD começaram a surgir na década de 1960, nos Estados Unidos, França e Inglaterra, e somente na década de 1980, é que se consolidou como espaço de pesquisa mundial, integrando correntes teóricas que se desenvolviam de forma independente em disciplinas e países distintos.

Esta evolução da disciplina da AD seria marcada pela obra coletiva *Handbook of Discourse Analysis*, publicada por Teun van Dijk em 1986, que trouxe em quatro volumes diferentes trabalhos realizados em vários países. Este estudo tem como base a produção da chamada Escola Francesa da Análise de Discurso, composta por autores como Michel Pêcheux, Michel Foucault, Emile Benveniste e autores mais contemporâneos como Dominique Maingueneau, Patrick Charaudeau e Jean-Jacques Courtine. Autores cujas obras são estudadas e referenciadas no Brasil por pesquisadores como Eni Orlandi, Helena Nagamine Brandão, Sírio Possenti, entre outros.

A França foi um dos centros de produção e desenvolvimento da AD, talvez pelo fato de ter uma forte tradição nos estudos de textos literários, o que contribuiu com as definições do conceito e a criação de um campo teórico e metodológico específico, que foi ancorada no auge do estruturalismo⁹, em 1966. O cenário político e social francês estimulou o interesse pelos estudos do discurso, num momento de

⁹ O estruturalismo é uma construção teórica iniciada pelo etnólogo Claude Lévi-Strauss. A partir das suas postulações, o entendimento estruturalista ganhou corpo e se desdobrou em dois planos. O primeiro fundamentou uma das correntes filosóficas que animaram a segunda metade do século XX. O segundo irradiou sua epistemologia para os mais diversos campos das ciências humanas e sociais (THIRY-CHERQUES, 2006, p.1). Na Linguística o estruturalismo abrange as abordagens de análise que define os fatos linguísticos a partir das noções de Ferdinand de Saussure (1916) de estrutura e de sistema.

inquietação e manifestações estudantis por reformas no ensino, que marcaram o ano de 1968. “A Análise do Discurso francesa procurou entender esse momento político, analisando os discursos que foram então produzidos” (BRANDÃO, 2012a, p. 20).

O auge da AD ocorre em 1969 com a publicação de obras consideradas as precursoras: a edição especial nº 13 da revista de linguística *Langages*, que dedicou um número especial ao novo campo de estudo; o livro *Análise Automática do Discurso* de Michel Pêcheux; e a obra *Arqueologia do Saber*, de Michel Foucault, a qual traz a noção de discurso e seus elementos constitutivos para o centro da reflexão (MAINGUENEAU, 2015).

Ao mesmo tempo que tratavam das questões essenciais da AD, essas obras demarcavam posições incompatíveis entre os autores, principalmente Pêcheux e Foucault. Jean Dubois, editor da revista *Langages*, entendia a AD como uma ampliação dos trabalhos linguísticos para as relações língua e sociedade, assim

[...] a análise do discurso aparece como uma disciplina na qual, primeiro, se estudam os textos de todos os gêneros [...], segundo com o auxílio de ferramentas tomadas de empréstimo à linguística; terceiro, com objetivo de melhorar nossa compreensão das relações entre os textos e as situações sócio-históricas nas quais eles são produzidos (MAINGUENEAU, 2015, p. 18)

Pêcheux, que não é linguista, mas um pesquisador em história das ciências e filósofo, tem como base de suas reflexões o marxismo do filósofo Louis Althusser, na psicanálise de Jacques Lacan e na linguística estrutural, assim, sua obra é marcada pelo alcance político e epistemológico “procedendo a uma análise – leia-se decomposição – dos textos, procura-se revelar a ideologia que eles estão destinados a dissimular” (MAINGUENEAU, 2015, p.19).

Foucault (1997), de maneira mais indireta, porém expressiva, influenciou a análise de discurso francesa sem, no entanto, se apoiar na linguística. O conceito de discurso, para o filósofo, não tinha relação direta com o uso da língua, mas com as regras e as práticas que produzem os enunciados e que regulam a produção dos discursos em diferentes períodos da história. Este posicionamento pode parecer contrário aos demais analistas do discurso, que também consideram o vocabulário, a organização textual e as estratégias interacionais como parte fundamental das análises.

A definição do campo de estudo da AD foi, inicialmente, colocada como “o

estudo lingüístico das condições de produção de um enunciado, assim a AD se apoia nos conceitos e métodos da Lingüística [...] e é pressupondo a Lingüística que ganha a especificidade em relação às metodologias de tratamento da linguagem nas ciências humanas” (ORLANDI, 1986, p.110). Para Brandão (2012a), essa definição distingue a AD de outras áreas das Ciências Humanas, mas não é suficiente para delimitar suas especificidades no campo dos Estudos da Linguagem, assim a autora aponta outras dimensões colocadas por Maingueneau (1997, p. 14), que seriam “ o quadro das instituições em que o discurso é produzido, as quais delimitam fortemente a enunciação, os embates históricos, sociais, etc. que se cristalizam no discurso; e o espaço próprio que cada discurso configura para si mesmo no interior de um interdiscurso”.

Essas dimensões permitem que a disciplina não seja estudada apenas nas relações do sistema interno da língua, mas também a compreensão dos aspectos da formação ideológica. Estas relações estão dentro do que Brandão (2012a) chama de competência socioideológica, que contempla o conhecimento de regras específicas da lingüística que possibilitam a compreensão dos enunciados e a competência que possibilita o reconhecimento das ações e das novas significações.

Este cenário que une o quadro lingüístico com o sócio-histórico faz que dois conceitos se tornem o núcleo da AD: o de ideologia (conceitos de Althusser) e o de discurso (conceitos de Foucault), vertentes que influenciaram os estudos iniciais da corrente francesa. Esses dois teóricos influenciaram a elaboração de novos conceitos por Michel Pêcheux:

De Althusser, a influência mais direta se faz a partir de seu trabalho sobre os aparelhos ideológicos de Estado e na conceituação do termo “formação ideológica”. E será da Arqueologia do Saber que Pêcheux extrairá a expressão “formação discursiva”, da qual a AD se apropriará, submetendo-a a um trabalho específico (BRANDÃO, 2012a, p.18).

Esta aproximação foi possível pelo fato de a Lingüística ser o meio necessário para o estudo da materialidade da ideologia. Para Althusser, a linguagem representa um lugar privilegiado para ocorrer o funcionamento e a materialização da ideologia (MUSSALIM, 2008, p. 128). Mesmo com perspectivas diferentes, o fato é que as contribuições de Pêcheux e Foucault são essenciais para se compreender os elementos que constituem o universo da AD como condição de produção, formação ideológica, formação discursiva, sujeito, ideologia, entre outros, que serão objetos

deste trabalho.

Brandão (2012a) lembra que a linguagem não é apenas instrumento para a construção das mensagens observadas no processo da comunicação e não apenas um suporte de pensamento, mas ao se constituir como discurso, passa a ser interação e um modo de produção social. A linguagem, segundo a autora:

[...] não é neutra, inocente e nem natural, por isso o lugar privilegiado da manifestação da ideologia. [...] Como elemento de mediação necessária entre o homem e sua realidade e como forma de engajá-lo na própria realidade, a linguagem é lugar de conflito, de confronto ideológico, não podendo ser estudada fora da sociedade, uma vez que os processos que a constituem são histórico-sociais. Seu estudo não pode estar desvinculado de suas condições de produção (BRANDÃO, 2012a, p.11).

Para chegar neste entendimento é necessário compreender que a reflexão sobre a linguagem é complexa e mesmo fazendo parte das atividades humanas de convivência, seu estudo foi ampliado à medida que “as sociedades foram se tornando mais complexas, subdividindo-se em estratos e classes sociais, e organizando-se a partir de esferas de atividade humanas cada vez mais específicas, é que os homens passaram a focalizar com atenção o fenômeno lingüístico” (MUSSALIM, 2008, p. 19). Esta percepção foi organizada pelo linguista brasileiro Joaquim Mattoso Câmara Jr., em seu livro História da Linguística (1975), no qual classifica sete fatores sociais e culturais que possibilitaram novas reflexões em torno da linguagem.

Cada um desses fatores propiciou o desencadeamento de diferentes estudos da linguagem e esta classificação permite delimitar o campo da Linguística em relação aos novos estudos, separando os estudos científicos dos não científicos. Para Câmara Jr., os estudos desencadeados pelos fatores 6 e 7 – o Estudo Histórico da Linguagem e o Estudo Descritivo da Linguagem – constituem o âmago da ciência da linguagem ou Linguística, pois, em ambos, a linguagem é tomada como “um traço cultural da sociedade, ou explicando sua origem e desenvolvimento através do tempo ou o seu papel e meio de funcionamento real na sociedade” (CÂMARA JR., 1975, p. 19). Nesse sentido, Mussalim (2008) esclarece que o caráter científico desses estudos linguísticos se dá porque

[...] o primeiro explica a origem e o desenvolvimento da linguagem; o segundo explica seu papel e meio de funcionamento. Não basta, portanto, descrever determinados fenômenos para se constituir um estudo científico, é preciso, além disso, explicar o funcionamento ou a natureza desses fenômenos” (MUSSALIM, 2008, p 21).

Quadro 1: Relação dos diferentes fatores para reflexões em torno da linguagem

1. Estudo do Certo e Errado	O primeiro desses fatores é a diferenciação de classes sociais. A linguagem de um grupo social, do mesmo modo que suas outras formas de comportamento, constitui a identidade desse grupo. As formas linguísticas surgem da tentativa de reduzir os sons da linguagem a uma escrita convencional, conhecida como gramática normativa. O objetivo é estudar a linguagem de um grupo social dominante e prescrevê-la como correta numa determinada sociedade, mesmo existindo diferentes modos de falar.
2. Estudo da Língua Estrangeira	O segundo fator se refere ao contato de uma sociedade com a língua de comunidades estrangeiras e que demanda um esforço pela busca da compreensão linguística, desenvolvido a partir de comparações sistemáticas no intercâmbio linguístico.
3. Estudo Filológico da Linguagem	Este fator de reflexão sobre a linguagem envolve a diferença entre formas linguísticas do passado e formas linguísticas do presente. Esse tipo de estudo foi denominado pelos gregos de Filologia.
4. Estudo Lógico da Linguagem	O quarto fator está atrelado ao desenvolvimento da ciência no seu sentido mais amplo, pois algumas áreas se processam por meio da expressão linguística. Este é o caso dos estudos filosóficos que têm a necessidade de se tomar a linguagem como um instrumento eficiente para o pensamento. Desta relação – dos estudos filosóficos e da linguagem – surge um tipo de estudo híbrido, denominados pelos gregos de lógica.
5. Estudo Biológico da Linguagem	O quinto fator também se relaciona com o desenvolvimento da ciência, nesse caso, com o estudo das características biológicas que permitem aos homens o uso da linguagem. Assim, além das questões culturais, a predisposição biológica também interfere na linguagem.
6. Estudo Histórico da Linguagem	Este tipo de estudo está relacionado com o conceito de sociedade humana como fenômeno histórico, no qual todas as manifestações culturais das sociedades podem representar objetos de estudo e onde a linguagem é focalizada como um acontecimento histórico, visto que a história de seu desenvolvimento é reconstruída a partir de inúmeras relações estabelecidas entre fatos linguísticos que se sucedem ao longo de uma linha do tempo.
7. Estudo Descritivo da Linguagem	Este fator considera a linguagem como um fato social que, além de significar um acontecimento histórico, também possui uma função social. Este estudo foca na função da linguagem na comunicação social, bem como nos meios pelos quais ela preenche aquela função.

Fonte: Elaborado pela autora, baseado em Câmara Jr. (1975) e Mussalim (2008).

As questões linguísticas permeiam, assim, diversas áreas do conhecimento que se manifestam pela linguagem. Ferdinand Saussure (1916) apontou, em seu Curso de Linguística Geral, que os estudos linguísticos interessam a todas as áreas e, para definir o objeto de estudo da Linguística, o autor distinguiu os conceitos de

linguagem, língua e fala. A linguagem refere-se à capacidade desenvolvida pelo homem para se comunicar com seus semelhantes por meio de signos verbais presentes na língua e na fala; a língua constitui o conjunto de todas as regras que determinam o emprego dos sons, das formas e das relações sintáticas necessárias para a produção dos significados, além de ter um caráter social, a língua é considerada um bem coletivo; a fala se caracteriza pela sua natureza individual, colocada em ação em situações comunicativas concretas.

O pensamento de Saussure distingue língua e linguagem, pois a primeira é homogênea e autônoma (em seu funcionamento) e a segunda é multiforme e heteróclita, ou seja, constituída por objetos de natureza distinta – a língua e a fala, que se manifestam em domínios sociais e individuais. A diferenciação desses conceitos possibilita compreender a visão de Saussure que coloca a língua como o próprio objeto da linguística. O autor inclui a Linguística em um domínio próprio, o da Semiologia, uma ciência que estuda a vida dos signos e seu uso e funcionamento na vida social.

Ao analisarmos as duas perspectivas acima, entendemos que os estudos da AD estão vinculados com os fatores históricos e descritivos da linguagem, apresentados por Câmara Jr, pois, mesmo considerando as relações do sistema interno da língua, o foco desses estudos é o entendimento da linguagem como forma de materialização da ideologia.

Maziére (2007) também considera esta perspectiva e critica a forma com que a AD tem sido utilizada. Praticada às margens da análise de conteúdo, é frequentemente solicitada sob uma forma restrita e complementar nos trabalhos vinculados à pragmática ou à comunicação, como simples instrumento linguístico, que ignoram os desafios de sentido contemplados na AD. Para a autora, a AD resiste em razão de uma história que lhe assegura alguns princípios sólidos:

[...] - toda AD leva em conta a língua enquanto objeto construído pelo lingüista, e as línguas particulares situadas num espaço-tempo; - toda AD tem uma dupla relação com as heranças descritivas da língua. Ela leva em conta a gramática, as sintaxes e os vocabulários de línguas particulares, contra uma sintaxe lógica universal. Ela leva em conta produções datadas. A partir de uma herança filológica, aquela que descreve os acoplamentos repetíveis e modulares que fazem de todo enunciado um conjunto semântico singular;- ela configura os enunciados a analisar em corpora construídos, geralmente heterogêneos, segundo um saber assumido, lingüístico, histórico, político e filosófico;-ela propõe interpretações que constrói levando em conta dados da

língua(s) e de história, tomando em consideração as capacidades lingüísticas reflexivas dos sujeitos falantes mas também recusando pôr na fonte do enunciado um sujeito enunciatador, individual que seria “senhor em sua própria casa”(MAZIERE , 2007, p. 9,10).

Maziere (2007, p.10) destaca ainda que a originalidade da AD francesa constitui-se numa tríplice relação que envolve “1) o sujeito assujeitado, falado por seu discurso, diretamente provindo do ‘estruturalismo’ de Foucault, Althusser e Lacan, 2) com a historicidade de todo enunciado singular, herdado de Foucault, e 3) com a materialidade das formas de língua e Saussure, Harris e Chomsky”. Estas relações estruturam a análise do discurso em diversos níveis, mesmo considerando os possíveis deslocamentos e as possíveis discussões que envolvem a Linguística como ciência.

Mussalim (2008, p. 130) complementa a reflexão destacando que a AD “concebe o discurso como uma manifestação, uma materialização da ideologia, decorrente do modo de organização dos modos de produção social”. Nesta manifestação, o sujeito não decide sobre os sentidos e as possibilidades enunciativas de seu próprio discurso, mas um sujeito que ocupa uma posição em uma determinada formação social, e a partir dela enuncia. A autora destaca que a constituição do campo da Análise do Discurso promovida por Michel Pêcheux ocorreu na intersecção dos estudos do Materialismo Histórico althusseriano, da Psicanálise lacaniana, ambos assegurados no Estruturalismo linguístico.

Esta constituição não representa apenas um progresso natural de estudos dentro da Linguística, mas “uma ruptura epistemológica, que coloca o estudo do discurso em um outro terreno em que, como já dito, intervêm questões relativas à ideologia e ao sujeito” (MUSSALIM, 2008, p. 131). A autora entende que há uma ruptura da AD com o campo da Linguística, o que leva a pensar a língua de maneira diferenciada nesse campo de estudo. A definição clássica é de que a língua não é transparente, ou seja, seus sentidos não são óbvios, nem convencionados. Para Possenti (2004, p. 360)

[...] a AD propõe que a língua tenha um funcionamento parcialmente autônomo, ou seja, que uma língua funcione segundo regras “próprias” de fonologia, morfologia e sintaxe [...], mas que são postas a funcionar de uma forma ou de outra segundo o processo discursivo de que se trata numa certa conjuntura.

Ou seja, a AD reconhece que a língua tem especificidades e regras próprias

de funcionamento, mas tem o sentido como limite de seus domínios, por isso não é correto dissociar a linguística da AD, pelo contrário, segundo Possenti (2004, p. 361) “não há AD sem linguística”. O autor esclarece que a linguística saussuriana” permitiu a constituição da fonologia, da morfologia e da sintaxe, mas não foi suficiente para permitir a constituição da semântica, lugar de contradições da Linguística”.

Nesse sentido é que Pêcheux, considerando que as condições de produção de um discurso são constitutivas de suas significações, “propõe uma semântica do discurso no lugar de uma semântica linguística” (MUSSALIM, 2008, p. 131). Podemos concluir que a AD tem como objeto de estudo o campo do sentido, e as questões relativas ao funcionamento da língua serão consideradas na medida em que afetarem, de alguma forma, esse campo.

Na sequência serão abordados conceitos essenciais como discurso, fala e texto, que são tratados em alguns trabalhos como sinônimos, mas existe a necessidade de diferenciá-los na AD, além dos termos enunciados, enunciação e efeito de sentidos, que vão nos ajudar a entender a gênese da análise do discurso. Essas definições também são importantes para o campo da Comunicação, uma vez que as particularidades de cada conceito influenciam nas formas de como se encaminham as análises dos processos comunicativos, locais onde a linguagem é utilizada na elaboração das mensagens/enunciados, produzidos por sujeitos sociais, em dimensões interacionais e simbólicas.

4.1 TEXTO, ENUNCIADO, DISCURSO: CONCEITOS BÁSICOS

Na área da comunicação, a finalidade do texto é fazer parte do processo comunicativo. Ao ser enunciado pelo emissor/enunciador, sujeito histórico, o texto revela-se na/pela enunciação. O enunciado é assim o produto da enunciação, ou produto do processo comunicativo. Mas este ponto de vista não é compartilhado de maneira equivalente pelos autores da área da AD e da linguagem. Até porque, para tratar do conceito de texto, quase simultaneamente temos que fazer ligações com os conceitos de enunciado e discurso.

Charaudeau e Maingueneau (2004, p. 193) afirmam que o enunciado é

produto da enunciação, e esta é definida pela sua singularidade de fala, tempo e espaço e “é o pivô da relação entre a língua e o mundo: por um lado permite representar fatos no enunciado, mas, por outro, constitui por si mesmo um fato, um acontecimento único definido no tempo e no espaço”. Para Benveniste, enunciado “é a colocação em funcionamento da língua por um ato individual de utilização” (BENVENISTE, 1989, p. 82). Assim o seu objeto de estudo é o ato de produção do enunciado, e não exatamente o texto do enunciado e a língua, que, pelo processo de enunciação, é convertida em discurso.

Assim, esses três posicionamentos denotam que o “ato de utilização” ou o “acontecimento” se refere ao processo comunicativo, no qual os elementos, de forma interdependente, possibilitam o “momento” para enunciação, os enunciados materializam os textos, os quais, por sua vez, materializam o discurso.

Fígaro (2012) propõe uma analogia interessante para iniciar os debates quanto às especificidades do conceito de texto. Segundo a autora, o texto seria um tecido, produzido pela “máquina humana”, que irá compor uma vestimenta quando estiver disponível para o mercado/sociedade. “O texto ganhará expressão e sentido quando entrar na corrente das interações e usos dos discursos na sociedade” (FIGARO, 2012, p.12), ou seja, o tecido possibilitará a produção de sentidos e significados quando se constituir como peça do vestuário e a forma como ela será usada. Assim, o texto/tecido, ao ser transformado numa peça/enunciado, proporcionará novos significados/sentidos, à medida que é usado/relacionado com outras peças.

Com outras formas de elaboração do conceito de texto, destacamos a concepção de Fiorin (1988, p.83) na qual “texto é a manifestação de um discurso por meio de um plano de expressão”, conceito compartilhado por Paul Ricoeur que define o termo como “discurso fixado pela escritura” (RICOEUR, 1986, p. 137). Fígaro (2012, p.13.14), diante desses conceitos e seguindo a analogia proposta, afirma que

[...] o discurso, como o tecido que serve à vestimenta, revela sua existência pelo uso, por estar na corrente da sociedade. A materialidade dele é percebida, palpável e avaliada nessa corrente de apropriações. A tessitura e o texto só serão revelados, sucessíveis de análise, na sua existência como tecido da vestimenta, o discurso.

A autora conclui seu raciocínio afirmando que o texto só é compreendido como

discurso, dependendo do contexto e suas formas de uso. Existem muitas teorias quanto ao texto e ao discurso e, mesmo com suas diferenças, Fiorin (2012, p. 45) organiza as diferentes perspectivas em dois grandes grupos: aquelas que se propõem a investigar a organização interna e a estruturação linguística do discurso; e aquelas que têm o objetivo de estudar a historicidade do texto. Segundo Ricoeur (1986) o sentido do texto ocorre, por um lado, pelas relações internas ao próprio texto e pela organização linguística e, por outro lado, pelas relações com outros textos. Esses dois elementos contribuem com a produção de sentidos.

São muitas as dimensões teóricas e práticas que envolvem a relação texto e discurso e as aplicações em diferentes objetos de pesquisa. Para Maingueneau (2013), as noções de texto e de gênero de discurso aparecem indissociáveis, na medida em que um texto pertence a um gênero de discurso, o qual, por sua vez, produz um texto. Em seus estudos, Koch (2002) compreende o texto como um construto histórico e social, espaço de interação entre os sujeitos que, dialogicamente, são constituídos por meio de ações linguísticas, sociocognitivas e interacionais. Em suas análises a autora mostra como se efetiva a construção interacional dos sentidos.

Possenti (2009) coloca o texto como o tipo de unidade característica da produção e da recepção do discurso. Segundo o autor, o discurso se materializa no texto, e é sua coerência interna que constitui um modo de interpretar o conjunto de elementos textuais, bem como os itens lexicais e a relação com os outros elementos do discurso. Em suas reflexões sobre a língua, o texto e o discurso, Possenti reconhece as restrições da ordem do discurso, partindo de uma zona de conhecimento particular, além do geral e do individual. Van Dijk (2012) justifica a necessidade de buscar compreender o discurso e a produção cognitiva em um quadro multidisciplinar, tendo em vista o papel do conhecimento enquanto condição e consequência desses processos. Segundo o autor, a natureza do discurso é multimodal e multinível e a produção de textos ou diálogos é uma prática social específica que se organiza por meio de estruturas semióticas, sintáticas, pragmáticas e interacionais.

Independente da perspectiva, Fiorin (2012) acredita que todas as teorias do discurso levam em conta o fato de o texto ser constituído de linguagem (verbal, não verbal, imagética), “que são sistemas de construção de sentido. Todas elas

consideram que o texto tem sua historicidade, que é dada pela relação de um texto com outros textos, de um discurso com outros discursos” (p.47). A diferença das reflexões se dá na ênfase dada em cada aspecto. O autor exemplifica que a família de teorias do discurso, com ênfase na estrutura linguística, está fundamentada em Benveniste (1974, 1976), ancoradas em suas proposições sobre a enunciação; e as teorias que evidenciam a historicidade estão baseadas em Bakhtin (1987) que, por sua vez, considera a natureza social do ato de enunciação.

A historicidade do discurso, nesse caso, não está relacionada a referências ou a acontecimentos históricos. Bakhtin explica a historicidade do discurso a partir do conceito de dialogismo, que mostra a heterogeneidade do discurso desde o momento que se constitui em oposição a outro, “um discurso mostra a si mesmo e seu contrário. Por conseguinte, o sentido organiza-se num movimento dialético e é esse processo que é preciso aprender no estudo da historicidade” (FIORIM, 2012, p.64).

Até o momento, percebemos a relação texto/discurso, e a noção de que o texto é o espaço onde o discurso se materializa. Mas definir o discurso não é simples, pois o termo está em meio a oposições conceituais, como mostram Charaudeau e Maingueneau (2004, p. 168) que apresentam o termo como “uma unidade lingüística constituída de uma sucessão de frases. É nessa acepção que Harris (1952) fala de “análise do discurso” e que alguns chamam de “gramática do discurso”; hoje prefere-se falar de “lingüística textual”. Em seguida, Charaudeau e Maingueneau (2004, p.168) colocam o termo em alguns embates:

[...] **discurso vs língua**. Na língua definida como sistema de valores virtuais opõe-se ao discurso, ao uso da língua em um contexto particular, que filtra esses valores e pode suscitar-lhes novos. [...] Na língua definida como sistema partilhado pelos membros de uma comunidade linguística, opõe-se ao discurso, considerado como uso restrito desse sistema; [...] **discurso vs texto**. O discurso é concebido como inclusão de um texto em seu contexto (condições de produção e de recepção (Adam, 1999:39); **discurso vs enunciado**. [...] essa distinção permite opor dois modos de apreensão das unidades transfásicas: como unidade linguística (“enunciado”) e como traço de um ato de comunicação sócio historicamente determinado. Aliás, é essa oposição que, na França, serviu para atribuir um ponto de vista específico à análise do discurso: “um olhar lançado sobre um texto do ponto de vista de sua estruturação “em língua” faz dele um enunciado; um estudo linguístico das condições de produção desse texto fará dele um discurso (Guespin, 1971:10)

Brandão (2012a, p. 19-20), ao definir o conceito geral do discurso, remete à perspectiva da enunciação, que, segundo a autora, circula de forma consensual entre

os diversos pesquisadores da área. Assim, existem três elementos que definem o discurso:

Primeiro: o discurso ultrapassa o nível puramente gramatical, linguístico. O nível discursivo apoia-se sobre a gramática da língua (o fonema, a palavra, a frase) e sobre os aspectos extralinguísticos que condicionam sua produção. Significa que trabalhar no nível do discurso é atuar nesses dois níveis: no nível do linguístico (fonológico, sintático, lexical) e no nível extralinguístico. [...] **Segundo:** O discurso diz respeito a enunciados concretos, a falas/escritas realmente produzidas (e não idealizadas, abstratas, como as frases da gramática) e os estudos na perspectiva discursiva visam descrever como funciona a língua no seu uso efetivo, como se dá a produção de efeitos de sentidos entre interlocutores, sujeitos situados social e historicamente. [...] **Terceiro:** no nível do discurso, portanto, o falante/ouvinte, escritor/leitor deve ter conhecimentos linguísticos, isto é, dominar a língua, suas regras, sua organização no nível fonológico, sintático e lexical e também conhecimentos extralinguísticos, necessários para produzir discursos adequados aos diferentes contextos de comunicação.

Nesse sentido, os conceitos de Foucault sobre discurso são fundamentais, pois apontam em outra direção, ou seja, aos conceitos relacionados anteriormente à enunciação, e mais adiante, à questão ideológica. O filósofo, entende o discurso como:

um conjunto de enunciados, na medida em que se apoiem na mesma formação discursiva; ele não forma uma unidade retórica ou formal, indefinidamente repetível e cujo aparecimento ou utilização poderíamos assinalar (e explicar, se for o caso) na história; é constituído de um número limitado de enunciados para os quais podemos definir um conjunto de condições de existência. (FOUCAULT, 1997, p.135).

Brandão (2012a, p.32), entende os discursos “como dispersão, isto é como sendo formados por elementos que não estão ligados por nenhum princípio de unidade”. Nesta concepção, cabe à análise do discurso compreender essa dispersão e buscar regras que tornem compreensíveis a formação dos discursos. Essas regras se referem aos objetos que se transformam num espaço discursivo; os tipos de enunciação que permeiam os discursos; os conceitos que formarão campos discursivos; os temas e teorias presentes numa formação discursiva.

Essas regras, ao serem descobertas por meio da AD, seriam responsáveis por determinar a formação discursiva, que por sua vez, a partir de suas singularidades, possibilitaria a passagem da dispersão para a regularidade. Por isso, a análise de uma formação discursiva ocorrerá na identificação e descrição dos enunciados que a constituem (BRANDÃO, 2012a). Estas relações são demarcadas por Foucault (1997, p. 135), ao afirmar que

um enunciado pertence a uma formação discursiva, como uma frase pertence a um texto, e uma proposição a um conjunto dedutivo. Mas enquanto a regularidade de uma frase é definida pelas leis de uma língua, e a de uma proposição pelas leis de uma lógica, a regularidade dos enunciados é definida pela própria formação discursiva.

O autor enumera quatro características constitutivas desses enunciados: a primeira refere-se à relação entre enunciado e o referencial, ou seja, o conteúdo, pois, “o referencial do enunciado forma o lugar, a condição, o campo de emergência, a instância de diferenciação dos indivíduos ou dos objetos, dos estados de coisas e das relações que são postas em jogo pelo próprio enunciado;” (FOUCAULT, 1997, p. 104), o que possibilita que frases e proposições apareçam em conteúdos concretos no tempo e espaço (BRANDÃO, 2012a).

A segunda diz respeito à relação do enunciado com o sujeito, que na concepção do autor deve ser determinada, demarcando uma dissociação entre o emissor de signos e o sujeito de um enunciado. FOUCAULT (1997, p. 105) explica que

o sujeito de um enunciado é uma função determinada, mas não necessariamente a mesma de um enunciado a outro na medida em que é uma função vazia, podendo ser exercida por indivíduos, até certo ponto, indiferentes, quando chegam a formular o enunciado; e na medida em que um único e mesmo indivíduo pode ocupar, alternadamente, em uma série de enunciados, diferentes posições e assumir o papel de diferentes sujeitos.

Assim, o discurso é atravessado pela dispersão do sujeito, decorrente das várias posições que podem ser assumidas no discurso.

. [...] dispersão que reflete a descontinuidade dos planos de onde fala o sujeito que pode, no interior do discurso, assumir diferentes estatutos. [...] a concepção de discurso como campo de regularidades, em que diversas posições de subjetividade podem manifestar-se, redimensiona o papel do sujeito no processo de organização da linguagem, eliminando-o como fonte geradora de significações (FOUCAULT, 1997, p. 106)

Neste contexto, Brandão (2012a) esclarece que o sujeito não é a causa, origem ou ponto de partida do fenômeno de articulação escrita ou oral de um enunciado, nem a fonte ordenadora, móvel e constante das operações de significação que os enunciados viriam manifestar na superfície do discurso

A terceira característica constitutiva refere-se à existência de um campo ou espaço adjacente associado aos enunciados, integrando-o a um conjunto, uma vez que, de forma contrária de uma frase ou proposição, o enunciado não existe isoladamente, pois

[...] não existe enunciado geral, enunciado livre, enunciado neutro e independente; mas sempre um enunciado fazendo parte de uma série ou conjunto, desempenhando um papel no meio dos outros, apoiando-se neles e se distinguindo deles: ele se integra sempre a um jogo enunciativo (FOUCAULT, 1997, p.114).

Neste jogo, os enunciados, compostos de frases e signos, são formulados em contextos determinados, com conteúdo específicos e constituídos por outras formulações, que permitem que o enunciado seja repetido, modificado ou adaptado em momentos distintos. É constituído finalmente, por um conjunto de formulações compartilhado pelo enunciado em questão, “entre as quais toma lugar sem consideração de ordem linear, com as quais se apagará, ou com as quais, ao contrário, será valorizado, conservado, sacralizado e oferecido como objeto possível, a um discurso futuro” (FOUCAULT, 1997, 113).

A quarta característica constitutiva do enunciado refere-se à sua materialidade, condição que o faz emergir como objeto, pois não há enunciado sem uma voz, sem uma superfície que registre seus signos e que o deixe em uma memória ou espaço (FOUCAULT, 1997). Assim, a materialidade também constitui o enunciado, e desempenha um papel fundamental, pois,

não é simplesmente princípio de variação, modificação dos critérios de reconhecimento, ou determinação de subconjuntos linguísticos. Ela é constitutiva do próprio enunciado: o enunciado precisa ter uma substância, um suporte, um lugar e uma data. Quando esses requisitos se modificam, ele próprio muda de identidade (FOUCAULT, 1997, p.116).

E para caracterizar essa condição, Foucault distingue os termos enunciado e enunciação. A segunda ocorre toda vez que o sujeito emite um conjunto de signos num determinado espaço-temporal, configurando um processo que pode ser considerado o ato comunicativo. Para o autor a enunciação é um acontecimento que não se repete pois cada uma terá suas singularidades, assim, “o tempo e o lugar da enunciação, o suporte material que ela utiliza, tornam-se, então, indiferentes, pelo menos em grande parte: o que se destaca é uma forma indefinidamente repetível e que pode dar lugar às enunciações mais dispersas” (FOUCAULT, 1997, p. 117).

Considerando nesse trabalho que a enunciação pode ser equivalente ao processo comunicativo, isso torna o objeto das Ciências da Comunicação um fator essencial para a análise de discurso.

O discurso pode ter vários aspectos e a instituição de sentidos para o termo é permanente, seja na dimensão da linguagem como na dimensão da comunicação. Os sentidos sociais, as condições de produção e as diferenças ideológicas vão permear os debates, conforme mostra Orlandi (2012, 2013, 2016), ao colocar o discurso como mediação, proporcionada pela linguagem, entre o homem e sua realidade natural e social, ou, como afirma Brandão (2012a, p. 11), o discurso é “o ponto de articulação dos processos ideológicos e dos fenômenos linguísticos”.

Essas percepções têm como base a análise do discurso fundada por Pêcheux (1969), na qual o discurso é efeito de sentido entre locutores. A obra do autor desenvolve uma crítica marxista da concepção de discurso de Foucault, e essa concepção teórica pede novos conceitos sobre o que é sujeito, sentido, memória, história, sociedade, ideologia e língua (ORLANDI, 2016). Nesta mediação observamos a relação língua-discurso-ideologia, onde

[...] a materialidade específica da ideologia é o discurso e a materialidade específica do discurso é a língua [...] Essa relação se complementa com o fato de que, como diz Michel Pêcheux (1975), não há discurso sem sujeito e não há sujeito sem ideologia: o indivíduo é interpelado em sujeito pela ideologia e é assim que a língua faz sentido (ORLANDI, 2013, p. 17).

Assim, para autora, é no discurso que se observa a relação língua-ideologia e como a língua produz sentidos por e para os sujeitos. Para que isso ocorra, Orlandi (2012, p. 9) aponta três momentos importantes no processo de produção do discurso:

1. Sua constituição, a partir da memória do dizer, fazendo-o intervir no contexto histórico-ideológico mais amplo; 2. Sua formulação, em condições de produção e circunstâncias de enunciação específicas; 3. Sua circulação que se dá em certa conjuntura e segundo certas condições.

E é no segundo momento da formulação, que linguagem e memória se juntam e fazem com que o sujeito se mostre ou se oculte, por meio da materialização dos sentidos. Pêcheux (1975) elabora as bases de uma teoria materialista do discurso a partir de dois pontos de vista: o primeiro que desconsidera a dimensão da semântica como parte da linguística da mesma forma que a fonologia, a morfologia e a sintaxe, ela vai além e representa o cerne das contradições que atravessam e organizam a disciplina; segundo é que este cerne representado pela semântica que a linguística se aproxima da filosofia e das ciências das formações sociais ou materialismo histórico. Brandão (2012a) esclarece as duas noções fundamentais e opostas consideradas nos estudos de Pêcheux, que demonstram sua preocupação em inscrever os

processos discursivos nas relações ideológicas de classes:

[...] a **noção de base linguística** que constitui precisamente o objeto da linguística e compreende todo sistema linguístico enquanto conjunto de estruturas fonológicas, morfológicas e sintáticas. Dotado de uma relativa autonomia, o sistema linguístico é regido por leis internas; a **noção de processo discursivo-ideológico** que se desenvolve sobre a base dessas leis internas; rejeita-se assim qualquer hipótese de uma discursividade enquanto utilização “acidental” dos sistemas linguísticos. [...] o conceito de processo discursivo é elaborado a partir da noção focaultiana de sistema de formação compreendida como um conjunto de regras discursivas que determinam a existência dos objetos, conceitos modalidades enunciativas e estratégias (BRANDÃO, 2012a, p.41).

Pêcheux reconhece que a língua é indiferente à divisão e lutas de classes (por isso sua característica de autonomia no sistema linguístico), o contrário não, pois as classes se apropriam da língua de acordo com seus posicionamentos e antagonismos. Para Brandão (2012a, p. 42), essa distinção é fundamental e leva a reconhecer dois pontos importantes:

[...] que a língua constitui condição de possibilidade do “discurso”, pois é uma invariante pressuposta para as condições de produção possíveis em um determinado momento histórico; e os processos discursivos constituem a fonte de produção dos efeitos de sentido no discurso e a língua é o lugar material em que se realizam os efeitos de sentido.

Conclui-se assim que, se o processo discursivo é produção de sentido, o discurso é o espaço ou momento que emergem as significações e a formação discursiva é o lugar específico da constituição dos sentidos. Esta noção que, “juntamente com a de condição de produção e formação ideológica vai constituir uma tríade básica nas formulações teóricas da análise do discurso” (BRANDÃO, 2012a, p. 42). Com base nessa tríade, esse estudo vai procurar analisar - levando em conta principalmente as condições de produção, as formações discursivas e a formação ideológica - os discursos presentes no ambiente organizacional e apresentar uma proposta de análise para os discursos organizacionais. Para isso, o foco deste trabalho serão os discursos do Sesi, pela sua representatividade da classe industrial brasileira, no que tange aos serviços sociais voltados aos trabalhadores da indústria.

4.1.1 Sentido e efeito de sentidos

Quando consideramos que o discurso é efeito de sentido entre os atores de

um processo comunicativo, é necessário compreender o significado deste conceito. Orlandi (2012, p.63) ressalta que não há sentido sem interpretação, pois, ao verificar “o efeito produzido pela inscrição da língua na história, regida pelo mecanismo ideológico [...] a interpretação torna visível a relação da língua com a história, o funcionamento da ideologia”. Para a autora, o efeito de sentido seria então esta interpretação ancorada na textualidade, a forma de se produzir o discurso. Assim, a relação sujeito-história é exteriorizada pelo texto, que não é fechado e tem diferentes possibilidades de leitura.

Nesta mesma linha que considera o efeito de sentido vinculado à interpretação, Charaudeau e Maingueneau (2004) utilizam a oposição efeito pretendido e efeito produzido, pois consideram que, do ponto de vista da análise de textos “um texto é portador de um conjunto de ‘efeitos possíveis’, correspondentes tanto aos efeitos pretendidos da instância da comunicação, quanto aos efeitos produzidos pela instância da interpretação” (2004, p.180). O efeito pretendido refere-se àquilo que o sujeito comunicante pretende e busca produzir junto ao sujeito destinatário, e o efeito produzido refere-se àquilo que o sujeito interpretante reconhece efetivamente e que, não necessariamente, coincide com os efeitos pretendidos.

Notamos que essas noções de efeito de sentido tem um forte vínculo com a elaboração de mensagens dentro de um ato comunicativo, diferente da proposta de Pêcheux. Possenti (2009) se propõe a esclarecer a noção de efeito de sentido partindo do distanciamento da noção de mensagem, de conteúdo e, se baseando em Pêcheux (1969), justifica que compreender sentido como mensagem é colocá-lo como objeto ou conceito bem definido, o que não é o caso, pois o tema não pode ser simplificado. A crítica do autor é que a noção de efeito de sentido não tem uma definição clara e é feita de maneira intuitiva, por isso, busca em Pêcheux algumas passagens para refletir sobre o assunto.

Em primeiro lugar, na AD, não se pode ver o sentido como mensagem codificada, mas como “efeito de sentido” entre interlocutores, assim, não seria possível desconsiderar a enunciação, pois somente nela há de se considerar a presença de interlocutores, textos e outros elementos que possibilitarão o efeito de sentido (POSSENTI, 2009). Outra crítica do autor é a forma reducionista pela qual alguns analistas do discurso interpretam a fala de Pêcheux em relação ao conceito de

efeito de sentido:

Observemos que (...) a teoria da informação, subjacente a este esquema [o da comunicação formulada por Jakobson], leva a falar da mensagem como transmissão de informação: o que dissemos precedentemente nos faz preferir aqui o termo discurso, que implica que não se trata necessariamente de uma transmissão de informação entre a e b mas, de modo geral, de um “efeito de sentido” entre os pontos A e B (PÊCHEUX, 1969, *apud* POSSENTI, 2009, p. 131).

Segundo Possenti, esse texto passou a ser utilizado por vários autores, mas de forma pouco abrangente, sem problematizações, assim, essa reflexão passa a ser reproduzida “para a AD, o sentido é um efeito de sentido” (POSSENTI, 2009, p.132). Essa simplificação marcou a implantação da teoria, mas deve ser ampliada, pois não representa o sentido de texto de Pêcheux. A afirmação de Possenti baseia-se em alguns aspectos:

- a) quando o filósofo diz que não se trata, necessariamente, de transmissão de informação, não quer dizer que esta hipótese esteja totalmente excluída. Para Possenti, a proposta de Pêcheux seria colocar a noção de efeito de sentido como um conceito capaz de ocupar o espaço da mensagem (essa sim entendida como transmissão de informação), mas isso não exclui a possibilidade de que o efeito de sentido entre os pontos A e B seja uma informação, mas não unicamente a transmissão dessa informação;
- b) se A e B representam os interlocutores, estes são sujeitos situados em lugares e ocupando determinadas posições. Ao mesmo tempo que não se pode reduzi-los a elementos de um processo comunicativo, não se pode excluir também o material linguístico verbal, pelo qual A e B entram em interação;
- c) o terceiro ponto mais relevante para Possenti (2009), não está no fato do sentido ser ou não informação, mas o fato de se tratar de um efeito. “deve-se enfatizar que se trata tanto de um efeito na forma de sentido, quanto de sentido da forma de um efeito” (p. 133). Mas efeito do quê? Para o autor “trata-se do efeito de uma atividade, e que essa atividade é a enunciação” (p.133).

O autor justifica que esta conclusão está no fato de que, na teoria do discurso, o sentido não está associado às palavras ou ao enunciado, mas depende de alguma maneira da enunciação, ou do processo comunicativo e das condições de produção que o envolvem. Possenti acredita que, ao se falar do discurso, “impõe que a noção de enunciação produza efeitos, mesmo que o autor recuse a palavra” (2009, p.133).

Mesmo reconhecendo que não há de se falar de enunciação na AD que segue as premissas de Pêcheux, Possenti acredita que a compreensão do efeito de sentido se dá com o conceito da enunciação e a relevância de seu papel. Assim o autor propõe o conceito de que

O sentido é um efeito de sentido porque resulta de uma enunciação (e não simplesmente, dos signos, das palavras, dos enunciados, ou seja, da língua). O sentido não é apenas a contraparte do significante; ele é um efeito do aparecimento do significante em condições dadas. Mas ele não é, para AD, [...] puramente um efeito do significante, mas um efeito da enunciação do significante em situações históricas mais ou menos precisas (POSSENTI, 2009, p. 134).

Com estas considerações, Possenti (2009) recusa a equivalência das palavras discurso e sentido (inclusive considerando aqui sentido como sinônimo de efeito de sentido), porque, na leitura de Pêcheux, “falar em discurso implica falar de efeitos de sentido”, então o autor entende que, ao conceber o sentido como um efeito, falar em mensagem, de alguma forma implica falar em informação. A proposta de Possenti, de entender o sentido como efeito da enunciação, ocorre porque Pêcheux não torna definitivo o que é o sentido ou o efeito de sentido, apenas ressalta que não é a informação e mostra de maneira vaga como este efeito é produzido.

Segundo Possenti, para a AD, “o (efeito de) sentido nunca é o sentido de uma palavra, mas de uma família de palavras que está em relação metafórica, ou seja, o sentido de uma palavra é um conjunto de outras palavras que mantêm com ela certa relação” (2009, p. 142). Assim, o sentido não é a função de um significante/palavra, mas de um conjunto de significantes/palavras que se substituem em cada discurso, de acordo com as condições de produção. Daí a noção de que o discurso não tem começo, pois as palavras ganham sentido num discurso que tem ocorrência em outros momentos anteriores e que vão dar “origem” a outros dizeres. Possenti (2009, p.142) afirma que:

Qualquer enunciação supõe uma posição, e é a partir dessa posição que os enunciados (palavras) recebem sentidos. Melhor ainda: qualquer uma dessas posições implica uma memória discursiva, de modo que as formulações não nascem de um sujeito que apenas segue as regras de uma língua, mas do interdiscurso, vale dizer, as formulações estão sempre relacionadas a outras formulações. Enfatizo que a relação metafórica que funciona como matriz de sentido é “historicamente” dada.

Notamos que Possenti discute as premissas de Pêcheux, mas não se afasta delas, pois o que o autor chama de relação metafórica historicamente dada, que

funciona como a matriz de sentido, será chamada por Pêcheux de formação discursiva. Para isso, o autor reflete sobre o caráter material dos sentidos. O autor coloca que, nesse caráter, as palavras e os enunciados são mascarados por evidências que pressupõem a transparência da linguagem, porém, essa transparência não existe, pois o caráter material do sentido “consiste na sua dependência constitutiva daquele que chamamos o todo complexo das formações ideológicas” (PÊCHEUX,1997, p.160). Essa dependência baseia-se em duas teses, primeiro, o sentido de uma palavra ou outras formas de um enunciado não existe em si mesmo, mas pelas posições ideológicas, de um momento sócio-histórico no qual as palavras são produzidas ou reproduzidas. Ou seja, “as palavras, expressões, proposições etc., mudam de sentido segundo as posições sustentadas por aqueles que a empregam” (PÊCHEUX,1997, p.160).

Assim, o sentido está fundamentado nas posições firmadas pelos indivíduos com base em suas formações ideológicas. É nesse momento que Pêcheux apresenta o conceito de Formação Discursiva. O autor chama de FD “aquilo que determina o que pode e deve ser dito, a partir de uma posição determinada pela formação ideológica dos sujeitos, numa conjuntura também determinada pelo estado de luta de classes” (1997, p. 160). Neste contexto, os enunciados recebem sentidos oriundos da formação discursiva na qual foram produzidos. Assim, quanto à materialidade do sentido, o autor afirma que “os indivíduos são interpelados em sujeitos falantes (em sujeitos de seu discurso) pelas formações discursivas que representam ‘na linguagem’ as formações ideológicas que lhes são correspondentes” (PÊCHEUX,1997, p.160).

Com isso, o autor reafirma que as palavras não têm sentidos próprios, literais, pois diferentes sentidos lhes serão dados conforme a formação discursiva na qual se originam os enunciados e nas relações estabelecidas com outras palavras, expressões e proposições da mesma formação discursiva. Assim,

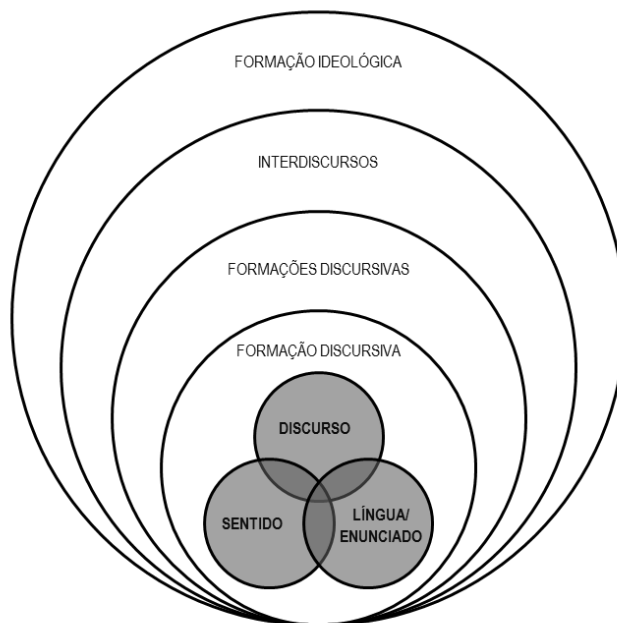
Se se admite que as mesmas palavras, expressões e proposições mudam de sentido ao passar de uma formação discursiva para outra, é necessário admitir as palavras expressões e proposições *literalmente diferentes* podem, no interior de uma formação discursiva dada “ter o mesmo sentido”, o que [...] representa na verdade, a condição para que cada elemento (palavra, expressão, proposição) seja dotado de sentido (PÊCHEUX, 1997, p.161).

A denominação feita por Pêcheux para esse sistema de relações de substituição, paráfrases, sinonímias etc., que funcionam como elementos linguísticos

significantes em uma determinada formação discursiva, é a expressão Processo Discursivo. Ao conceber que a formação discursiva é a matriz da constituição dos sentidos, Pêcheux apresenta sua segunda tese: toda formação discursiva esconde, por meio da transparência da linguagem, sua dependência ao complexo dominante das formações discursivas, que são interligadas no complexo das formações ideológicas. Esse complexo dominante é o que o autor chama de interdiscurso, também “submetido à lei de desigualdade-contradição-subordinação que caracteriza o complexo sistema das formações ideológicas” (PÊCHEUX, 1997, p.162).

De maneira crítica, Pêcheux vê a formação discursiva como uma maneira de dissimular a objetividade material contraditória do interdiscurso, e isso ocorre por meio da transparência do sentido que ocorre nesse processo. No interdiscurso, a objetividade material se refere ao fato de que “algo fala (*ça parle*) sempre ‘antes, em outro lugar e independentemente’, isto é, sob a dominação do complexo das formações ideológicas” (1997, p. 162).

Figura 4: Síntese da relação dos conceitos de FD e FI



Fonte: Elaborada pela autora.

O autor conclui essas duas teses afirmando que o funcionamento da Ideologia como interpelação dos indivíduos em sujeitos (de seus discursos) ocorre por meio do complexo das formações ideológicas e dos interdiscursos imbricados nesse complexo, e que fornece a cada sujeito um tipo de realidade, que, por sua vez, possibilitará um sistema de evidências e de significações percebidas, aceitas e experimentadas, que ganharão sentidos específicos nos posicionamentos e nos enunciados que revelarão estes posicionamentos.

Assim, concluímos essa reflexão acerca do sentido e efeitos de sentido com a necessidade de nos aprofundarmos nos conceitos de formação discursiva, adiante tratada como matriz de constituição dos sentidos, e nos conceitos de formação ideológica, na qual reside toda e qualquer formação discursiva, subjacentes aos interdiscursos, conforme Figura 4.

Somente a partir da compreensão das formações ideológicas que permeiam o ambiente organizacional da indústria, poderemos identificar os interdiscursos e as formações discursivas que deles derivam a formação discursiva no ambiente organizacional. A partir deste contexto, podemos compreender os possíveis efeitos de sentido nos enunciados presentes na comunicação institucional do Sesi, objeto desse estudo.

4.2 FORMAÇÃO IDEOLÓGICA

Os conceitos de ideologia e discurso são a base dos estudos da AD, pois em ambos é possível relacionar quadros sócio-históricos e da linguagem. Segundo Brandão (2012a), duas grandes vertentes influenciaram a corrente francesa da AD: os conceitos de Louis Althusser sobre ideologia e as ideias de Michel Foucault sobre discurso e formação discursiva.

Antes de apresentar a linha teórica da ideologia que influenciou Pêcheux, é preciso entender que existem numerosas definições de ideologia por parte de autores de diferentes áreas, como Marx e Engels, Aron, Althusser, Arendt, Boudon, Balibar, Ricouer, entre outros. Nas áreas de Filosofia Política e Ciências Sociais, nas décadas de 1960 e 1970, houve um consenso em definir Ideologia como “um sistema global de

interpretação do mundo social” (Aron, 1968, p. 375). Althusser fez reflexões sobre o termo na década de 1960, considerando a ideologia como um sistema de representações, se distinguindo da ciência pelo fato de que nela a função prático-social predomina sobre a função teórica:

as sociedades humanas segregam a ideologia como o elemento e a atmosfera mesma indispensável à sua respiração, à sua vida histórica. Só uma concepção ideológica do mundo pôde imaginar sociedades *sem ideologias*, e admitir a idéia utópica de um mundo onde a ideologia (e não de uma de suas formas históricas) desapareceria sem deixar rastro, para ser substituída pela *ciência* (Althusser, 1986, p. 239).

O autor entende que a ideologia, como sistema de representações é uma estrutura essencial e básica para a vida histórica das sociedades, sendo inscrita na região do inconsciente e inerente à relação do homem com seu mundo. Marilena Chauí (1980) recorda que o termo foi criado em 1810 pelo filósofo Destutt de Tracy, na obra *Elements de Idéologie*, e nasceu como “sinônimo de atividade científica que procurava analisar a faculdade de pensar, tratando as idéias como fenômenos naturais que exprimem a relação do corpo humano, enquanto organismo vivo, com o meio ambiente” (1980, p.23).

Na concepção marxista, a ideologia é um instrumento de dominação de classe, a partir do momento em que a classe dominante usa estratégias para fazer com que suas ideias sejam a mesma para todos. Nesta concepção existe uma separação entre trabalho intelectual e trabalho material, sendo que as ideias do primeiro prevalecem sobre o segundo, assim, a ideologia

[...] é o sistema ordenado de idéias ou representações e das normas e regras como algo separado e independente das condições materiais, visto que seus produtores – os teóricos, os ideólogos, os intelectuais – não estão diretamente vinculados à produção material das condições de existência. E, sem perceber, exprimem essa desvinculação ou separação através de suas ideias” (CHAUI, 1980, p. 65).

O termo foi ganhando novos significados e Brandão (2012a) concorda que, ainda hoje, o termo ideologia tem noções confusas e controversas, e para esclarecer recupera o conceito nas perspectivas de Marx (1965), Althusser (1970) e Ricouer (1977). Para Marx e Engels (1965, apud BRANDÃO, 2012a) as ideias das classes dominantes são, de acordo com cada época, as ideias dominantes, e é essa mesma classe que detém a força material e tem sob controle os meios de produção materiais e espirituais, o que permite uma dominação, numa determinada época histórica, de

pensadores, como produtores de ideias, e que determinam a regulação sobre a produção e a distribuição de ideias de seu tempo e que essas ideias dominem um determinado período histórico. Para que haja essa dominação de classe, a ideologia passa a ser uma ilusão ou inversão da realidade. Para criar esse ambiente

[...] a ideologia organiza-se como um sistema lógico e coerente de representações (idéias e valores) e de normas ou regras (de conduta) que indicam e prescrevem aos membros da sociedade o que devem pensar e como devem pensar, o que devem valorizar, o que devem sentir, o que devem fazer e como devem fazer (CHAUI, 1980, p.113).

Para Brandão (2012a), o termo ideologia parece estar reduzido a uma forma de ilusão ou mascaramento da realidade social, na qual a ideologia está diretamente vinculada à ideologia de uma suposta classe dominante, coerente com a teoria marxista crítica ao sistema capitalista e à classe burguesa.

Outro conceito de ideologia, seguindo a mesma linha marxista, foi apresentado por Althusser, na obra *Ideologia e aparelhos ideológicos de Estado* (1970), na qual apresenta os conceitos de ARE – Aparelhos Repressores de Estado (governos, administração, exército, polícia, tribunais, etc.) e os AIE – Aparelhos Ideológicos de Estado (representados por instituições como igreja, escola, família, política, sindicatos, cultura, etc.), e que são utilizados pela classe dominante como mecanismos de perpetuação ou de reprodução de condições materiais, ideológicas e políticas de dominação. A diferença dos ARE e AIE estaria na forma de funcionamento. No primeiro, que funciona de maneira massiva, prevalece a repressão, e secundariamente a ideologia, esse processo ocorre inversamente no funcionamento do segundo, muitas vezes de forma dissimulada ou simbólica (ALTHUSSER, 1980)

Em relação ao conceito de ideologia, Althusser (1980) vai tratar o termo como “ideologia em geral”, que será distinta das ideologias (particulares, política, religiosa, jurídica, moral etc.), as quais exprimem sempre posições de classe. Para sustentar sua tese central acerca da estrutura e funcionamento da ideologia, o autor se baseia em três proposições:

1. a ideologia representa a relação imaginária de indivíduos com suas reais condições de existência (p.77);
2. a ideologia tem uma existência material [...] uma ideologia existe sempre

num aparelho, e na sua prática ou suas práticas. Esta existência é material (p.83,84);

3. a ideologia interpela indivíduos como sujeitos [...] só existe ideologia pelo sujeito e para o sujeito (p.93).

Sobre a questão dos sujeitos, o autor coloca que “a categoria de sujeito é constitutiva de toda a ideologia” (ALTHUSSER, 1980, p.94) e acrescenta que isso ocorre na medida em que toda ideologia tem uma função que a define, que é constituir os indivíduos concretos em sujeitos. O autor esclarece ainda que a categoria de sujeito é uma evidência:

[...] está claro que vocês, como eu, somos sujeitos (livres, morais etc.). Como todas as evidências, inclusive as que fazem com que uma palavra “designa uma coisa” ou “possua um significado” (portanto inclusive as evidências da “transparência” da linguagem), a evidência de que você e eu somos sujeitos – e até aí não há problema – é um efeito ideológico, o efeito ideológico elementar (ALTHUSSER, 1985, p.95).

De acordo com estas proposições, a existência da ideologia só é possível através do sujeito e no sujeito, e que as práticas desse sujeito só existem numa ideologia e através dela. A ideologia representa a relação do sujeito com suas reais condições de existência, e esta relação é imaginária, o que provoca um distanciamento da realidade.

Para Ricoeur (1977), o debate conceitual sobre ideologia não pode ser analisado apenas na perspectiva das classes sociais, que pode sugerir uma interpretação redutora, na qual a função da ideologia seria apenas para justificar os interesses da classe dominante. Nessa perspectiva o termo é um conceito pejorativo, negativo, pois aparece como sinônimo de mentiras, ilusão. Ricoeur não nega esses aspectos, nem pretende ser contrário ou a favor das reflexões de Marx, mas apresenta um conceito de ideologia o qual leva em conta três aspectos:

- a) a função geral da ideologia, a de mediadora da integração social e coesão de grupos;
- b) a função de dominação, na qual é utilizada para legitimar autoridades num determinado sistema político;
- c) a função de deformação, que necessariamente supõe as duas funções anteriores e que, de forma parecida com a reflexão marxista, indica uma maneira de ver o reflexo da sociedade como um padrão real.

Nesta visão, a ideologia não tem, pelo menos nas duas primeiras funções, um aspecto pejorativo, mas poderá ter um sentido negativo na função de deformação, quando a função da autoridade distorcer e mascarar fatos que garantam sua legitimação. Assim, o conceito de Ricoeur oscila entre os polos positivo e negativo e a visão adotada poder determinar as formas de abordagem da relação língua-ideologia (BRANDÃO, 2012a).

Na concepção de ideologia de tradição marxista, entendida como mecanismo de distorção da realidade e apagamento de contradições inerentes às diferenças e às lutas das classes sociais, pressupõe-se a existência de um discurso ideológico, utilizado para legitimar o poder e a dominação de uma classe ou grupo social. Na concepção de Ricoeur, a qual a ideologia representa uma visão de mundo de um determinado grupo social em determinada circunstância histórica, o discurso ideológico não é único, mas todos os discursos o são. Para Brandão (2012a), a concepção de ideologia como “falsa consciência” é substituída pela noção de ideologia como um mecanismo inerente aos signos e, “pelo caráter arbitrário do signo, se por um lado a linguagem leva à criação, à produtividade de sentido, por outro representa um risco na medida em que permite manipular a construção da referência” (p. 30,31).

Se considerarmos a ideologia como uma forma legítima de pensar o mundo, as concepções acima não são excludentes. Segundo Ricoeur (1977), essa incompatibilidade pode ser vivida de maneira inconsciente, pois a ideologia é operatória e não temática. Isso significa que, por meio dela, pensamos e agimos sem, na maior parte das vezes, tematizá-la, ou seja, trazê-la no nível do consciente. Mesmo com esse caráter operatório, a ideologia pode ser produzida intencionalmente e é nesse momento que as duas concepções se cruzam e os discursos analisados devem considerar os dois aspectos (RICOEUR, 1977).

Nesse estudo, cujo objeto é o discurso no ambiente organizacional da indústria, a análise poderá considerar se os discursos, com o recorte da realidade, são utilizados como mecanismos de manipulação ou de representação de uma visão de mundo de um grupo social que tem objetivos e procedimentos específicos para alcançá-los. A partir desse ponto, podemos nos perguntar se, intencionalmente ou não, esses discursos omitem, falseiam ou atenuam dados relevantes e necessários

para as relações sociais estabelecidas pela indústria e mediada pela comunicação para estabelecer sua visão de mundo. O estudo da formação discursiva no ambiente organizacional, considerando esses aspectos conceituais da ideologia, nos ajudarão a refletir, principalmente, a respeito desse questionamento.

Na análise do discurso francesa, elaborada nas décadas de 1960 e 1970, a ideologia é um conceito central, e nesse ambiente o filósofo marxista Louis Althusser elabora uma teoria das ideologias a qual representa “uma relação imaginária dos indivíduos com sua existência, que se concretiza materialmente em aparelhos e práticas” (CHARAUDEAU; MAINGUENEAU, 2004, p,267). Essa teoria, que tem como base o marxismo e a teoria lacaniana do inconsciente¹⁰, foi amplamente utilizada pelos fundadores da AD francesa, e Pêcheux a utilizou para articular a teoria do discurso e para o entendimento da noção do interdiscurso, no qual imbrica os conceitos de ideologia, inconsciente e discurso (CHARAUDEAU; MAINGUENEAU, 2004, p,268).

Orlandi (2013) destaca que um dos pontos fortes da AD é ressignificar a noção de ideologia na sua relação com a linguagem, assim a autora propõe uma definição discursiva de ideologia na qual relaciona o termo com a produção de sentido e a interpretação. Segundo a autora, o objetivo da ideologia, nesse campo, é produzir evidências que coloquem o indivíduo na relação imaginária com suas condições materiais de existência, ou seja, a ideologia é a condição para constituição dos indivíduos em sujeitos e para a constituição dos sentidos.

O sentido é assim uma relação determinada pelo sujeito – afetado pela língua – com a história. É o gesto da interpretação que realiza essa relação do sujeito com a língua, com a história, com os sentidos. Essa é a marca da subjetivação e, ao mesmo tempo, o traço da relação da língua com a exterioridade: não há discurso sem sujeito. E não há sujeito sem ideologia (ORLANDI, 2013, p. 47).

Para a autora, a ideologia e o inconsciente estão materialmente ligados pela língua. Assim “a ideologia não é ocultação, mas função da relação necessária entre a

¹⁰ Lacan recorre ao Estruturalismo linguístico em suas abordagens e assume que o inconsciente se estrutura como uma linguagem, como uma cadeia de significantes latente que se repete e interfere no discurso efetivo, como se houvesse sempre, sob as palavras, outras palavras, como se o discurso fosse sempre atravessado pelo discurso do Outro, isto é, do inconsciente. Lacan aborda esse inconsciente, demonstrando que existe uma estrutura discursiva que é regida por leis. Decorrem dessa proposta lacaniana implicações para a Psicanálise. A que mais diretamente interessa à AD diz respeito ao conceito de sujeito, definido em função do modo como ele se estrutura a partir da relação que mantém com o inconsciente, com a linguagem, portanto, já que, para Lacan, a linguagem é condição do inconsciente (MUSSALIM, 2008, p. 130).

linguagem e o mundo. Linguagem e mundo se refletem no sentido da refração, do efeito imaginário de um sobre o outro” (ORLANDI, 2013, p.47).

Nessa perspectiva, não há realidade sem ideologia, e na prática, a ideologia aparece como efeito da relação necessária do sujeito com a língua e com a história para que haja sentido (ORLANDI, 2013). Outro aspecto importante é que, por meio da ideologia que se constitui o sujeito, e a interpelação ideológica do indivíduo em sujeito é um dos aspectos que torna possível a discursividade. Mas Orlandi destaca que esta interpelação tem duas consequências – o apagamento da língua na história, ao ganhar novos sentidos; e a ideia de que o sujeito, na realidade, não é a origem daquilo que é dito. Esses dois efeitos dão erroneamente a ilusão da transparência da linguagem, o que seria um equívoco, pois “nem a linguagem, nem os sentidos e nem os sujeitos são transparentes: eles têm a materialidade e se constituem em processos em que a língua, a história e a ideologia concorrem conjuntamente” (ORLANDI, 2013, p. 48).

Para Brandão (2012a), o discurso é uma das instâncias em que ocorre a materialidade da ideologia. Na AD esta articulação da ideologia com o discurso deve ser feita considerando dois conceitos basilares da AD – a Formação Ideológica e a Formação Discursiva. A autora ressalta que, para Pêcheux (1975), uma teoria do discurso é feita a partir do interesse em um recorte do materialismo histórico, no qual há de se observar a “superestrutura ideológica ligada ao modo de produção dominante na formação social considerada” (2012a, p.46). A instância ideológica considerada por Pêcheux é relacionada com as condições de reprodução da instância econômica. No contexto da reprodução das condições de produção, a instância ideológica funciona como

[...] interpelação ou assujeitamento do sujeito como sujeito ideológico. Essa interpelação ideológica consiste em fazer com que cada indivíduo (sem que ele tome consciência disso, mas ao contrário, tenha a impressão de que é senhor de sua própria vontade) seja levado a ocupar seu lugar em um dos grupos ou classes de uma determinada formação social (BRANDÃO, 2012a, p.46,47).

Na visão de Pêcheux (1997), as classes sociais mantêm relações que são reproduzidas e garantidas pelo que Althusser denominou como AIE. Em alguns momentos, determinados por condições históricas, pode haver um afrontamento de posições políticas e ideológicas no interior de um mesmo AIEs, que revelam relações

de alianças, antagonismos ou de dominação. Para o autor:

A objetividade material da instância ideológica é caracterizada pela estrutura de desigualdade-subordinação do “todo complexo com o dominante” das formações ideológicas de uma formação social dada, estrutura que não é senão a da contradição reprodução/transformação que constitui a luta ideológica de classes (PÊCHEUX, 1997, p. 149).

Segundo Brandão (2012a), a organização de posições políticas e ideológicas é que constitui as FIs, definidas por Haroche *et. al.* (1971):

Falar-se-á de formação ideológica para caracterizar um elemento (determinado aspecto da luta nos aparelhos) susceptível de intervir como uma força confrontada com outras forças na conjuntura ideológica característica de uma formação social em um momento dado; cada formação ideológica constitui assim um conjunto complexo de atitudes e de representações que não são nem “individuais” nem “universais” mas se relacionam mais ou menos diretamente com as posições de classe em conflito umas em relação às outras (HAROCHE, HENRY, PÊCHEUX, 1971, p. 102).

A partir dessa definição, podemos analisar as atitudes e representações do Sesi (Sesi, como porta voz de um grupo social – indústria) e identificar a formação ideológica materializada nos seus discursos e as suas formações discursivas, pois “são as formações discursivas que, em uma formação ideológica específica e levando em conta uma relação de classes, determinam ‘o que pode e deve ser dito’ a partir de uma posição dada em uma conjuntura dada” (BRANDÃO, 2012a, p.48). A relação de classes aqui refere-se às relações estabelecidas pelas organizações industriais e a classe trabalhadora da indústria. Para isso é necessário compreender a noção de formação discursiva, que na AD, representa um lugar central de articulação entre língua e discurso, com mecanismos e funcionamentos específicos.

4.3 FORMAÇÃO DISCURSIVA

Tão importante quanto o conceito de ideologia e formação ideológica em AD, está o conceito de formação discursiva, que foi elaborado, num primeiro momento por Foucault (Arqueologia do Saber) e, num segundo momento, o termo foi reformulado por Pêcheux e incorporado nos estudos da AD como espaço central na articulação da língua e do discurso. A dupla origem dificulta a compreensão do termo e, mesmo polêmica, é básica “pois permite compreender o processo de produção de sentidos, a sua relação com a ideologia e também dá ao analista a possibilidade de estabelecer

regularidades no funcionamento do discurso” (ORLANDI, 2013, p.43).

Para Foucault (1997), a FD designa um conjunto de enunciados que podem estar relacionados a um mesmo sistema de regras historicamente determinada que “caracteriza a formação discursiva, ao mesmo tempo, em termos de dispersão, de raridade, de unidade dividida, e em termos de sistema de regras” (CHARAUDEAU; MAINGUENEAU, 2004, p. 241). Daí sua definição de discurso, como sendo um conjunto de enunciados na medida em que revelam a mesma formação discursiva (FOUCAULT, 1997, p.153). Antes de chegar ao conceito de FD, Foucault elabora algumas hipóteses acerca dos enunciados no campo do discurso e as relações que podem interferir nesses enunciados.

A **primeira hipótese** é que “ os enunciados, diferentes em sua forma, dispersos no tempo, formam um conjunto quando se referem a um único e mesmo objeto”(p.41); **Segunda hipótese** para definir um grupo de relações entre enunciados: sua forma e seu tipo de encadeamento [...] Seria preciso caracterizar e individualizar a coexistência desses enunciados dispersos e heterogêneos; **outra hipótese**: não se poderiam estabelecer grupos de enunciados, determinando-lhes o sistema dos conceitos permanentes e coerentes que aí se encontram em jogo? [...] logo seríamos obrigados a constatar o aparecimento de novos conceitos; alguns entre eles derivaram-se, talvez, dos primeiros, mas outros lhes são heterogêneos e alguns até incompatíveis; a **quarta hipótese** para reagrupar os enunciados, descrever seu encadeamento e explicar as formas unitárias sob as quais eles se apresentam: a identidade e a persistência dos temas (FOUCAULT, 1997, p.35-40).

A partir dessas reflexões, onde o autor trata como tentativas, fracassos e hipóteses que se revezam, o grande questionamento seria quanto ao percurso no qual procuraria a existência de princípios de individualização de um discurso ou buscá-los na dispersão dos pontos nos quais se encontram livres (FOUCAULT, 1997, p.42). Esses questionamentos levam o autor a considerar os conceitos de dispersão e de regularidade relacionados aos enunciados no decorrer do tempo e a formular seu conceito de formação discursiva:

No caso em que se puder descrever, entre um certo número e enunciados, semelhante sistema de dispersão, e no caso em que entre os objetos, os tipos de enunciação, os conceitos, as escolhas temáticas, se puder definir uma regularidade (uma ordem, correlações, posições e funcionamentos, transformações), diremos, por convenção, que se trata de uma formação discursiva [...] Chamaremos de regras de formação as condições a que estão submetidos os elementos dessa repartição (objetos, modalidade de enunciação, conceitos, escolhas temáticas). As regras de formação são condições de existência (mas também de coexistência, de manutenção, de modificação e de desaparecimento) em uma dada repartição discursiva (1997, p.43).

Segundo Charaudeau e Maingueneau (2004) , esta proposição deixa de lado os aspectos relacionados à textualização, e acreditam que um procedimento de AD não pode desvincular a formação discursiva dos estudos que consideram as marcas linguísticas e a organização textual, noção esta que foi considerada nos estudos de Pêcheux onde, num quadro marxista althusseriano, toda formação social em que ocorram relações entre classes sociais implica a existência de posições políticas e ideológicas, não individuais, mas que se organizam em formações com relações de antagonismo, alianças ou de dominação. São nessas formações ideológicas que aparecem uma ou mais formações discursivas interligadas e que determinam o que pode e deve ser dito (Haroche *et al.*, 1971).

Neste estudo, vamos considerar a questão semântica, pois concordamos que as palavras mudam de sentido quando passam de uma formação discursiva para outra, como mostra Orlandi (2013), ao considerar dois pontos importantes: primeiro que o discurso se constitui numa determinada formação discursiva, no qual as palavras não têm sentido nelas mesmas, mas das formações discursivas de onde derivam e, “as formações discursivas, por sua vez, representam no discurso as formações ideológicas. Desse modo, os sentidos sempre são determinados ideologicamente” (ORLANDI,2013, p.43). As palavras sempre fazem parte de um discurso e todo discurso tem relação com outros dizeres que estão alojados na memória. Assim “as formações discursivas podem ser vistas como regionalizações do interdiscurso, configurações específicas dos discursos em suas relações” (2013, p.43). O interdiscurso possibilita as relações constituídas nas e pelas formações discursivas, que são heterogêneas, constituídas pela contradição, fluidas em suas fronteiras com outras formações discursivas e se configuram e reconfiguram continuamente (Orlandi, 2013, p.44).

Segundo ponto demarcado por Orlandi é que “é pela referência à formação discursiva que podemos compreender, no funcionamento discursivo, os diferentes sentidos. Palavras iguais podem significar diferentemente porque se inscrevem em formações discursivas diferentes” (2013, p.44). Isso ocorre porque os usos das palavras ocorrem em diferentes condições de produção e, verificando o funcionamento da memória, revela o dizer vinculado a uma determinada formação discursiva.

Considerando que a formação discursiva é a matriz da constituição dos sentidos, Brandão (2012a) apresenta seus dois tipos de funcionamento, baseando-se em Pêcheux e Courtine:

- a) uma FD é formada por um sistema de paráfrase, no qual os enunciados são retomados e reformulados, ditos de outras formas, mas num esforço de fechar suas fronteiras e preservar sua identidade. Esta noção é relacionada com outra – a polissemia. Juntos, esses conceitos opostos têm o papel de mecanismos básicos do funcionamento discursivo. Enquanto o primeiro é um mecanismo de fechamento de fronteiras de uma formação discursiva, o segundo rompe essas fronteiras e “embaralha” os limites entre as diferentes formações discursivas, proporcionando a pluralidade e multiplicidade de sentidos;
- b) a noção do pré-construído se firma, segundo Pêcheux (1975), como um dos principais pontos da articulação da teoria dos discursos, pois “designa aquilo que remete a uma construção anterior e exterior, independente, por oposição ao que é ‘construído’ pelo enunciado” (BRANDÃO, 2012, p.48). O pré-construído seria o elemento que emerge na superfície discursiva como se já existisse nela, “isso equivale a dizer que se constitui, no seio de uma FD, um Sujeito Universal que garante o que cada um conhece, pode ver ou compreender e que determina também o que pode ser dito” (COURTINE, 1981).

Segundo Brandão (2012a), esses funcionamentos regulam então as referências à interpelação/assujeitamento do indivíduo em sujeito de seu discurso. É a FD que permite reconhecer que os sujeitos falantes, presentes num determinado contexto histórico, possam concordar ou discordar dos sentidos dados às palavras. Assim conclui-se que a FD não é uma única linguagem compreendida por todos, mas várias linguagens em uma única (COURTINE, MARANDIN, 1981).

A FD tem como característica o fato de ser heterogênea e contraditória, apesar de determinar a seus falantes “o que deve e pode ser dito”, numa possível homogeneidade discursiva, os efeitos das contradições ideológicas que atravessam os sujeitos são recuperados no interior dos conjuntos de discursos. Portanto, segundo Brandão (2012), cabe à AD analisar seu objeto (discurso) observando a relação da

língua com a história, buscando na materialidade linguística as marcas das contradições ideológicas. Remetendo à definição de FD por Foucault, a autora aponta que o ato de analisar um discurso

É descrever os “sistemas de dispersão” dos enunciados que o compõem através de suas “regras de formação”. Se eles apresentam um sistema de dispersão semelhante, podendo definir uma regularidade nas suas “formas de repartição”, pode-se dizer que eles pertencem a uma mesma FD (BRANDÃO, 2012a, p. 51).

Desse modo, constatamos que, na AD, podemos recorrer de maneira simultânea aos conceitos de Foucault e Pêcheux no que se refere aos pontos básicos da formação discursiva. Como demonstra Courtine (1981), que vê o conceito de FD ligar contraditoriamente dois modos de existência do discurso como objeto de análise:

[...] - o nível do enunciado: diz respeito aos sistemas de formação dos enunciados que englobaria um “feixe complexo de relações” funcionando com regra. Enquanto regra, esse sistema determinaria “o que pode e deve ser dito” por um sujeito falante situado num dado lugar, numa dada conjuntura, no interior de uma FD, sob a dependência do interdiscurso dessa última. Esse nível é o lugar da constituição da “matriz de sentido” de uma FD determinada no plano dos processos históricos de formação, reprodução e formação dos enunciados. Esse nível se situa no plano das “regularidades pré terminais”, aquém da coerência visível e horizontal dos elementos formados;

- o nível de formulação: refere-se ao “estado terminal do discurso” onde os enunciados manifestam certa “coerência visível horizontal”. Trata-se do intradiscurso em que a sequência discursiva existe como discurso concreto no interior do “feixe complexo de relações” de um sistema de formação (COURTINE, 1981, p.40).

Nessa perspectiva, Courtine adiciona um novo elemento no contexto das FDs, o intradiscurso, cujo estudo deve ser associado ao interdiscurso da FD, o que nos permite, numa análise de uma sequência discursiva, observar o processo discursivo de reprodução e transformação dos enunciados no interior de uma formação discursiva. E é a partir dessas considerações que unem as perspectivas dos dois genitores da FD (Foucault e Pêcheux) que este trabalho será encaminhado, na análise do discurso do Sesi. Antes é necessário esclarecer a noção de constituição do sujeito, condição de produção e interdiscursividade na AD.

4.4 CONSTITUIÇÃO DO SUJEITO NA ANÁLISE DO DISCURSO

O termo sujeito é definido de forma distinta nas instâncias da comunicação,

da linguística e da análise de discurso. Na comunicação, é situado como indivíduos que participam de um ato comunicativo em que “sujeitos de um mesmo universo linguístico, em situação ideal de fala, dispõem da palavra em igualdade de condições, sem qualquer coação, têm possibilidade de construir consenso” (FÍGARO, INTERCOM, 2010, p. 59). Este conceito está inserido na definição da Ação Comunicativa, pois na Enciclopédia Intercom de Comunicação (2010), não houve a preocupação de se estabelecer reflexões acerca do termo Sujeito. Por isso, está reduzido ao papel de emissor/receptor, como elementos do processo de comunicação. Em outro momento, da definição de Autor, coloca-se que, na evolução histórica de entendimento do termo, “esse retorno do autor é próprio das reinvenções contemporâneas do sujeito, agora entendido como lugar de múltiplas identificações e narrativas” (SACRAMENTO, 2010, p. 117). O verbete não se estende na explicação de quais seriam as “reinvenções contemporâneas do sujeito”, discussão que fica aberta para futuras reflexões sobre o papel do sujeito na esfera da comunicação.

Por outro lado, os termos fonte/receptor, na Enciclopédia Intercom (2010, p.1029), têm suas significações atualizadas: a fonte é designada como enunciador/enunciatário, que não mais se reportam a um contexto linear de transmissão de informação, mas como sujeitos discursivos que produzem o enunciado e são produzidos por este. O conceito passa a ser construído no campo teórico da enunciação e seus enunciados. O receptor, na Enciclopédia também denominado destinatário/decodificador, passa de um sujeito passivo dos estudos pioneiros do processo comunicativo, para um indivíduo afetado pelas diferenças estruturais, sociais e culturais. Estudos contemporâneos passam a discutir a recepção como um novo ato de produção onde “a recepção é uma atividade, uma prática pela qual o indivíduo trabalha o material simbólico que recebe. No processo de recepção, os indivíduos usam as formas simbólicas para suas próprias finalidades, de maneiras extremamente variadas” (THOMPSON, 2005, p. 12).

De maneira semelhante à comunicação, na linguística é empregado o termo sujeito falante com um sentido genérico, para designar o indivíduo que exerce a atividade da linguagem, aqui,

[...] o sujeito falante tem uma competência lingüística, ou seja, ele possui a capacidade de utilizar os sistemas de uma determinada língua para construir ou reconhecer corretamente as formas (morfologia), respeitando as regras de

combinação (sintaxe) e levando em consideração o sentido das palavras (semântica) (CHARAUDEAU; MAINGUENEAU, 2004, p.458).

Para Charaudeau e Maingueneau (2004), neste conceito, não é possível estabelecer as diferentes naturezas desse sujeito, que desempenha vários papéis, o de produzir, receber, interpretar, compreender um enunciado, numa situação de comunicação e, por isso, os interessados pelo discurso se propuseram a encontrar diferentes denominações “ cujas definições variam em função das opções teóricas em que umas são mais orientadas para o fenômeno da enunciação, e outras, para o fenômeno da comunicação” (p.459). Assim, são utilizados os termos locutor, emissor, codificador, enunciador, quando têm o papel de fonte da mensagem e, por outro lado, receptor, ouvinte, interlocutor, destinatário, decodificador, alocutário, co-enunciador, quando têm o papel de recebedores da mensagem.

Os autores propõem então classificar esses termos, distinguindo-os segundo dois tipos de critério: 1. a **oposição entre locutor interno/externo** ao discurso – aqui o sujeito pode ter duas identidades: a social onde toma a fala e que tem um estatuto social como ser comunicante e dotado de uma intenção comunicativa; e a discursiva, que define o sujeito falante como um ser de linguagem que se exprime, por meio da sua realização do processo de enunciação; 2. a **oposição produção/recepção** – remete aos papéis assumidos no desenvolvimento de uma troca verbal. De maneira sucessiva e alternada, assumem o papel de produtor num ato de linguagem e daquele que recebe e interpreta um ato de linguagem. Dessa forma, considerando o emprego dessas diferentes terminologias, Charaudeau e Maingueneau (2004) apresentam uma divisão dos diferentes sujeitos da linguagem, conforme Quadro 2.

Quadro 2: Sujeito da Linguagem em relação à sua posição

Sujeito	Posição de Produção	Posição de Recepção
Externo (ao discurso)	Emissor Locutor Autor	Receptor Interlocutor / Alocutário Ouvinte / Leitor
Interno (ao discurso)	Enunciador Narrador Autor modelo	Destinatário/ Alocutário / Co-enunciador Narratário Leitor Modelo

Fonte: Charaudeau e Maingueneau (2004, p. 459).

Seguindo a linha francesa da AD, estamos considerando que o discurso é o efeito de sentido entre interlocutores (Pêcheux), que não há sentido sem interpretação e o sentido é uma relação determinada pelo sujeito afetado pela língua e pela história, assim não há discurso sem sujeito e o sujeito não existe se não constituído ideologicamente (ORLANDI, 2013). Na sua prática, a ideologia resulta da relação necessária do sujeito com a língua, para que ocorra a produção de sentido, logo o discurso.

Para Orlandi (2013), inaugura-se a discursividade quando, interpelado pela ideologia, o indivíduo torna-se sujeito e um dos efeitos desta interpelação é o apagamento da inscrição da língua na história, o que permite ao sujeito compreender a origem do que é dito. Esse efeito dá uma ilusão da transparência da linguagem, porém “nem a linguagem, nem os sentidos, nem os sujeitos são transparentes: eles têm sua materialidade e se constituem em processos em que a língua, a história e a ideologia concorrem conjuntamente” (2013, p. 48).

Brandão (2012b) explica que este sujeito da AD não é abstrato, mas um sujeito situado no contexto histórico de uma comunidade, num tempo e espaços concretos onde seus dizeres refletem os valores, crenças, posicionamentos do grupo ao qual pertence. Nesse ambiente, por meio das atividades comunicativas/enunciativas, ele dialoga com outros sujeitos, e em seus discursos, outras vozes falam.

O sujeito se forma, se constitui na relação com o outro, percebendo sua alteridade; isto é, da mesma maneira que toma consciência de si mesmo na relação com esse outro, o sujeito do discurso se constitui, se reconhece como tendo uma determinada identidade na medida que interage com outros discursos, com eles dialogando, comparando pontos de vista, divergindo, etc. (BRANDÃO, 2012b, p. 26).

Num primeiro momento, essas concepções de sujeito podem parecer claras, no entanto sua constituição passa por várias discussões, que envolvem desde a existência de uma consciência que o faria livre para decidir o que dizer num processo de interação, até a questão do assujeitamento, na qual seriam apenas pontos, nos quais passam discursos diversos.

Brandão (2012b) divide em três etapas o percurso da concepção do sujeito nas teorias linguísticas modernas: primeira fase – onde as relações interlocutivas estão centradas na ideia de interação, nesta concepção idealista e harmoniosa,

enquadra-se a noção de sujeito de Benveniste, onde há a troca do *eu* e *tu*, regidas pelas leis conversacionais; segunda fase – a ideia do conflito marca esse momento, que nos momentos iniciais da AD teve a influência da retórica, aqui, as relações são intersubjetivas e governadas por uma tensão, onde o *tu* determina o que o *eu* diz, como se houvesse uma dominação do primeiro sobre o segundo; terceira fase – há um rompimento da AD com o binarismo do *eu* e *tu*, uma vez que impedia conceber o sujeito na sua dispersão e diversidade e no seu caráter contraditório. Considerando sua identidade e alteridade, o sujeito é mais que a complementação do outro, e o centro da relação não está nem no *eu* nem no *tu*, mas no espaço discursivo que ambos ocupam. Assim, o sujeito só se completa na interação com o outro.

Na passagem dessas três etapas, a AD tem debatido as questões ligadas à enunciação e aos papéis desempenhados pelos sujeitos. Benveniste, considerado o pai da linguística da enunciação, incorporou, em seus estudos, a noção de subjetividade, a qual o foco está no ato de produção dos enunciados e não nos textos que os constituem, este processo de apropriação da língua para dizer algo que interessa é a enunciação. Neste processo, dois aspectos devem ser considerados: a língua, que se materializa no ato da enunciação e que expressa certa relação com o mundo; e a figura do locutor e da subjetividade (BENVENISTE, 1966, p.288).

Para Benveniste, a subjetividade é a capacidade do locutor, designado pelo *eu*, de se colocar como sujeito do seu discurso, e esta subjetividade aparece no exercício da língua. Brandão (2012a) explica que, no processo da enunciação, a existência do *eu* (*ego*) implica, necessariamente, a presença do *tu*, e que ambos são protagonistas da enunciação e alerta para uma crítica a esta colocação de Benveniste, pois, segundo a autora, “a subjetividade é inerente a toda linguagem e sua constituição se dá mesmo quando não se enuncia o *eu* [...] os discursos que usam e formas indeterminadas, impessoais [...] mostram uma enunciação que mascaram sempre um sujeito” (BRANDÃO, 2012a, p. 57).

Outro ponto controverso na teoria de Benveniste é a contradição existente na distinção dos dois modos de enunciação diferenciadas pelo autor - a discursiva, que tem marcas da subjetividade, e a histórica, que não apresentam esses traços e que, portanto, não há locutor e, neste caso, o discurso é marcado pela ausência de subjetividade. Para Brandão “essa colocação contradiz o que foi exposto [...] se toda

enunciação é um ato de apropriação da língua, impõe-se, necessariamente, a figura de um sujeito, de alguém que pratica o ato de apropriação” (2012a, p.58).

A esta contradição a autora não produz respostas ou conclusão, mas apresenta outras perspectivas que nos fazem refletir sobre outras noções de sujeito. Estas perspectivas colocam o sujeito como essencialmente histórico, onde sua fala produzida em tempo e lugares específicos está vinculada com a noção de sujeito ideológico, pois neste recorte de representação de um tempo histórico e de um espaço social, seu discurso se situa em relação aos discursos do outro, “outro que envolve não só o seu destinatário para quem planeja, ajusta a sua fala (nível intradiscursivo), mas que também envolve outros discursos historicamente constituídos e que emergem em sua fala (nível interdiscursivo)” (BRANDÃO, 2012a, p. 59).

Ao contrário do sujeito de Benveniste, que é central, origem e fonte de sentidos, aqui o sujeito coloca outras vozes em seus dizeres, portanto não é único, mas atravessados por outros discursos. Assim, a noção de subjetividade não está centrada no *eu/ego*, mas nas relações do *eu* e *tu*. Esta seria a teoria subjetivista da teoria da enunciação que se contrapõe à teoria não subjetivista da análise do discurso. E as divergências se fundam exatamente na questão de como o histórico e o ideológico são considerados na questão do linguístico. O deslocamento do conceito de sujeito está no fato deste perder sua centralidade, na teoria subjetivista da enunciação, e ganhar aspectos de dispersão, marcado por discursos heterogêneos que incorpora diferentes vozes sociais (BRANDÃO, 2012a).

Esta ideia está presente na concepção de discurso de Orlandi e Guimarães (2006) que o veem como uma dispersão de textos e o texto como uma dispersão do sujeito. “Por texto enquanto dispersão do sujeito uno que passa a ocupar várias posições enunciativas; por discurso enquanto dispersão de textos entenda-se a possibilidade de um discurso estar atravessado por várias formações discursivas” (BRANDÃO, 2012a, p.83).

Essa dispersão do sujeito produz então a heterogeneidade, que passa a ser um aspecto constitutivo do discurso e a função enunciativa desta heterogeneidade nos leva à noção de autoria. Para Foucault (1971) o princípio do autor seria então uma das ordens que regulam o discurso. O papel desse autor seria centralizar, ordenar, dar unidade ao discurso, ou ainda ocupar uma função enunciativa que dê unidade à

heterogeneidade do discurso. Ampliando esta questão de autoria de Foucault, Orlandi e Guimarães (2006) a colocam como necessária na produção dos discursos e ainda na origem da textualidade. Diante desta proposição, o sujeito falante poderia assumir as seguintes funções:

Locutor: é aquele que se representa como eu no discurso; **Enunciador:** é a perspectiva que esse eu constrói; e o **Autor:** função social que esse eu assume enquanto produtor da linguagem. O autor, é dentre as dimensões enunciativas do sujeito, a que está mais determinada pela exterioridade (contexto sócio-histórico) e mais afetada pelas exigências de coerência, não contradição, responsabilidade (ORLANDI; GUIMARÃES, 2006, p. 61).

Maingueneau (2013) também esclarece alguns pontos quanto à função do sujeito e faz a distinção entre locutor, produtor e autor no campo discursivo. Assim, o produtor é quem elabora materialmente o enunciado enquanto o locutor realiza a enunciação e pode ter vários papéis: o de construir a enunciação, o de servir como ponto de referência e o de assumir a responsabilidade pelos pontos de vista presentes nos enunciados e ainda o de ser a voz da coletividade. Quanto ao papel de autor, Maingueneau define como a instância que é apresentada como responsável pelos enunciados. Essas definições de locutor e autor ocupam mesma função dos sujeitos, apresentadas por Orlandi e Guimarães (2006).

Levando em conta a natureza da fonte que produz os enunciados, Maingueneau (2015) mostra interesse entre a identidade da fonte e as características do texto produzido, mesmo ressaltando que na AD o foco não é o indivíduo, mas “o estatuto que ocupam em um domínio de atividade” (p.75). Diante disso subdivide a função de locutor em locutores individuais e coletivos.

Os locutores individuais, ressaltando novamente que não são objetos de estudos da AD, podem ser estudados quando associados a gêneros de discurso e a lugares. Os locutores coletivos seriam grupos sociais (instituições, ministérios, conselhos, associações de todos os tipos, grupos conjunturais – manifestantes, torcidas, e inclusive marcas), que produzem seus discursos no sentido de “construir, reforçar e legitimar sua identidade em determinada conjuntura” (p.75). Essa divisão terá importância nesse estudo, pois adiante será relacionada com os conceitos de comunidade discursiva e discurso institucional, temas que serão apresentados no capítulo seguinte.

Cabe aqui a referência ao fenômeno denominado *ethos*, e que está

relacionado com as funções do sujeito. Todo enunciado emerge de uma enunciação e pressupõe a existência de um enunciador (com as funções descritas acima – autor, locutor, produtor). Enquanto na retórica antiga, o *ethos* designava as características do orador observadas na perspectiva do público para formar uma imagem, no campo discursivo, é o *ethos* que permite ao interlocutor, no momento da enunciação, fazer uma representação do enunciador, criar imagens, já que o discurso está atrelado a uma voz que necessita ter uma identidade (para o interlocutor). Para Maingueneau (2013), essa noção de *ethos* compreende um conjunto de determinações físicas (corporalidade) e psíquicas (caráter) ligadas pelas representações coletivas à personagem do enunciador, assim “o universo de sentido propiciado pelo discurso impõe-se tanto pelo *ethos* como pelas ‘ideias’ que transmite; na realidade, essas ideias se apresentam por intermédio de uma maneira de dizer que remete a uma maneira de ser” (p.108). A questão do *ethos* no ambiente organizacional será ampliada nos capítulos posteriores.

A partir destes conceitos, pretendemos apontar, neste estudo, quais seriam os sujeitos do discurso no ambiente da indústria e como visualizar essas funções na análise do objeto. Para isso, há de se considerar algumas colocações sobre a constituição do sujeito, apontados por Possenti (2009), de maneira crítica e até questionadora.

Para Possenti (2009, p. 81) são necessárias muitas discussões para que se afaste da premissa de que o “sujeito possa ser concebido como algo mais que um lugar por onde o discurso passa, vindo das estruturas, é necessária fazer a hipótese mínima de que ele age”. O autor lembra que Pêcheux e Fuchs (1975) também consideraram que o sujeito não é apenas um vetor, ao afirmarem que:

Constata-se com efeito, que o sujeito pode penetrar conscientemente na zona do esquecimento n.2 e que ele o faz em realidade conscientemente por um retorno do seu discurso sobre si, uma antecipação de seu efeito, e pela consideração da defasagem que aí introduz o discurso de um outro. Na medida em que o sujeito se corrige para explicar a si próprio o que disse, para aprofundar “o que pensa” e formulá-lo mais adequadamente, pode-se dizer que essa zona n. 2, que é a dos processos de enunciação, se caracteriza por um funcionamento pré consciente/consciente (PÊCHEUX; FUCHS, 1975, p.177).

Baseado nesta preocupação, Possenti (2009) propõe alguns princípios, que nos levam a refletir sobre a constituição do sujeito:

1. os sujeitos são integralmente sociais e históricos, assim, individuais, o que evita o completo subjetivismo e sua identificação como peça de uma estrutura;
2. cada discurso é integralmente histórico e social, pessoal e circunstancial, assim se evita dizer que o sujeito é a fonte do discurso e onde o discurso se dá;
3. cada discurso é integralmente interdiscurso e relativo ao mundo exterior, para se evitar dizer que discurso se refere às coisas, que tudo, inclusive a realidade, é criado pelo discurso;
4. cada discurso é integralmente ideológico e/ou inconsciente, cooperativo e interpessoal, para evitar a ideia de que o sujeito ao dizer materializa suas intenções, que este não tem poder de manobra e que o interlocutor é irrelevante;
5. o falante sabe (integralmente?) o que está dizendo e ilude-se se pensar que sabe o que diz (ou que só diz o que quer), para evitar que se desconheçam os saberes que os sujeitos acumulam em sua prática histórica e que se conclua disso que nada mais seja estranho ou desconhecido.

Esses princípios e todos os conceitos apresentados nortearão o percurso desse trabalho, no sentido de compreender como devemos analisar a constituição do sujeito discursivo no ambiente organizacional.

4.5 CONDIÇÃO E PRODUÇÃO

Por condição de produção (CP), entendemos, basicamente, como a situação e/ou o contexto que afetam o sujeito na produção de seus discursos. Orlandi (2013, p.30) explica que essa condição pode ser observada no sentido amplo, quando inclui o contexto sócio-histórico e ideológico, e no sentido estrito ou imediato, que envolve as circunstâncias de enunciação.

As tentativas de conceituação de CP substituíram a noção também vaga de circunstâncias, nas quais os discursos são produzidos, na tentativa de esclarecer

quais os fatores que condicionam a produção do discurso. Para Charaudeau e Maingueneau (2004, p. 114), trata-se de uma noção que separa o enunciado considerado nos pontos de vista da Pragmática (como uso da língua) e da análise do discurso. “As duas acepções coexistem em análise do discurso: uma se inscreve na filiação da Escola Francesa de Análise do Discurso; a outra no quadro da teoria da comunicação”.

Pêcheux (1969) esboçou a primeira definição geral da noção de CP que, assim como os demais termos da AD, não são conclusivos e têm diferentes abordagens, quando revisitados por outros pesquisadores. A primeira noção tem como base a expressão marxista “condições econômicas de produção” e aparece em Pêcheux correspondendo a “invariantes semântico-retóricas estáveis, no conjunto dos discursos susceptíveis de serem produzidos” (CHARAUDEAU; MAINGUENEAU, 2004, p. 114). Pêcheux substitui as situações objetivas do destinador e destinatários do processo de enunciação,

[...] por um dispositivo em que as situações objetivas do locutor e de seu interlocutor são desdobradas em representações imaginárias dos lugares que um atribui ao outro. As relações entre os lugares não constituem comportamentos individuais, não remetem nem a parole saussuriana nem à psicologia, mas dependem da estrutura das formações sociais e decorrem das relações de classes, tais como descritas pelo materialismo histórico (CHARAUDEAU; MAINGUENEAU, 2004, p. 114).

Brandão (2012a) acredita que esta contribuição está no fato de Pêcheux evidenciar os protagonistas do discurso, não como indivíduos, mas em suas representações em lugares determinados na estrutura de uma formação social. “As relações entre esses lugares acham-se representadas por uma série de “formações imaginárias” que designam o lugar que destinador e destinatário atribuem a si mesmo e ao outro” (p.44). Com isso, num processo discursivo, o emissor pode antever as representações do receptor, conforme seu imaginário e, a partir daí, direcionar estratégias de discurso.

As formações imaginárias também são destacadas por Orlandi (2013), que ressalta alguns de seus mecanismos de funcionamento. Para a autora, as condições de produção que possibilitam os discursos, funcionam de acordo com três fatores: a **relação de sentidos**, onde não há começo absoluto nem ponto final para o discurso, todos os discursos se relacionam e o sentido é o produto destas relações, “um dizer tem relação com outros dizeres realizados, imaginados ou possíveis” (p.39); o

segundo mecanismo é a **antecipação**, que regula a argumentação, utilizada visando efeitos específicos sobre o interlocutor; e o terceiro fator são as **relações de força**, que se referem ao lugar a partir do qual o sujeito fala e ao fato de esse lugar ser constitutivo do que ele diz, pois “ como nossa sociedade é constituída por relações hierarquizadas, são as relações de força, sustentada no poder desses diferentes lugares, que se fazem valer na comunicação”(p.40).

Esses fatores, relacionados então com a formação imaginária, denotam que “não são os sujeitos físicos nem os seus lugares empíricos [...] como estão inscritos na sociedade, e que poderiam ser sociologicamente descritos, que funcionam no discurso, mas suas imagens que resultam de projeções” (Orlandi, 2013, p.40). Com isso temos a distinção de lugar e posição, pois essas projeções permitem que os lugares dos sujeitos (situações empíricas) passem para as posições de sujeito no discurso. O que significa no discurso são essas posições, e os significados ocorrem em função do contexto histórico e da memória, dentro de uma determinada formação discursiva.

Sobre as origens da noção de CP, Courtine (1981) aponta 03 momentos:

- a) origina-se na análise de conteúdo, praticada, principalmente, na Psicologia Social;
- b) origina-se indiretamente na sociolinguística, quando esta admite variáveis sociológicas como responsáveis pelas CPs do discurso;
- c) tem origem implícita no texto de Harris, *Discourse analysis* (1952), quando o termo “situação” tem correlação com “discurso”, ao considerar como fazendo parte do discurso apenas aquilo que foi escrito ou dito umas em seguida das outras por uma ou várias pessoas em uma só situação, ou ao relacionar as características do enunciado com as particularidades de personalidades individuais que provêm da experiência do indivíduo em situações interpessoais condicionadas socialmente (COURTINE, 1981, p. 19).

A partir daí e tentando se afastar das origens psicossociológicas da noção de CP que a aproxima da noção de circunstância, Courtine (1981) propõe uma redefinição da noção de CP que ocorre alinhada às questões históricas das contradições ideológicas que ocorrem na materialidade dos discursos e que são articuladas conceito de formação discursiva.

Nas análises aqui propostas, será considerado o conceito de CP, baseado em Pêcheux, pois serão evidenciados os protagonistas do discurso na atividade industrial e em suas representações e lugares e formações imaginárias que determinam esses lugares e os papéis da fonte e do destinatário.

4.5.1 Memória discursiva, interdiscursos e intradiscursos

Para Pêcheux (1997), o interdiscurso encontra-se imbricado no complexo das formações ideológicas que interpelam os indivíduos em sujeitos de seu discurso, e “fornece a ‘cada sujeito’ sua ‘realidade’, enquanto sistema de evidências e de significações percebidas, aceitas, experimentadas” (1997, p.162). Assim, os interdiscursos podem representar camadas de diversas formações discursivas e os sujeitos terão identificação com uma formação discursiva dominante, na qual se constitui, em função dos elementos do interdiscurso (memória discursiva), que retornam no seu discurso.

O autor destaca dois elementos do interdiscurso – pré-construído e articulações. O primeiro corresponde à interpelação ideológica que impõe a universalidade dos sentidos e da realidade; o segundo, “constitui o sujeito em sua relação com o sentido, de modo que ela representa, no interdiscurso, aquilo que determina a dominação da forma-sujeito” (1997, p.164). Esses elementos afetam o sujeito, dissimulam o assujeitamento sob a forma de autonomia, por meio da estrutura discursiva da forma-sujeito, conceito proposto por Althusser (1978, p.67) para designar “a forma de existência histórica de qualquer indivíduo, agente das práticas sociais”. Assim, para, Pêcheux, a forma-sujeito é o sujeito interpelado pela ideologia e pela FD dominante é a que mostra e conduz a forma sujeito e as formações discursivas que o constituem, ou seja, os interdiscursos.

Nessa mesma perspectiva, Orlandi (2013, p. 59) define o interdiscurso como um “conjunto de dizeres já ditos e esquecidos que determinam o que dizemos, sustentando mesmo a possibilidade do dizer”, assim, para autora o interdiscurso é a memória discursiva, refere-se a algo já dito, em outro lugar, e esses dizeres impactam no modo como o sujeito produz sentidos em outra situação discursiva.

Brandão (2012a) ressalta que não se trata de uma memória psicológica, mas de uma memória que se refere aos enunciados inscritos na história, e que permite circular formulações anteriores, que já foram enunciadas em outros momentos e condições. Também não está relacionada com a memória cognitiva, pois os discursos repetidos, retomados, regularizados formam a memória discursiva que se estabelece socialmente e constitui os sujeitos.

A memória discursiva vai “na rede de formulações que constitui o intradiscurso de uma FD, o aparecimento, a rejeição ou a transformação de enunciados pertencentes a formações discursivas historicamente contíguas” (ORLANDI,2012a, p.95-96). Ou seja, a memória discursiva (o interdiscurso) é o que nos permite repetir enunciados, de uma forma que pensamos ser só nossa, pois atribuímos novos sentidos àquilo que já foi dito. Esse sentido é uma relação determinada pelo sujeito interpelado ideologicamente, afetado pela língua e pela história, e esta relação Orlandi (2013) reconhece como gesto de interpretação.

Na relação do sujeito com a língua, história e sentidos, a interpretação não significa apenas uma ação de decodificação. Regulada por suas possibilidades e pelas condições de produção, a interpretação, segundo ORLANDI (2013) não é livre de determinações, pois é garantida por dois aspectos:

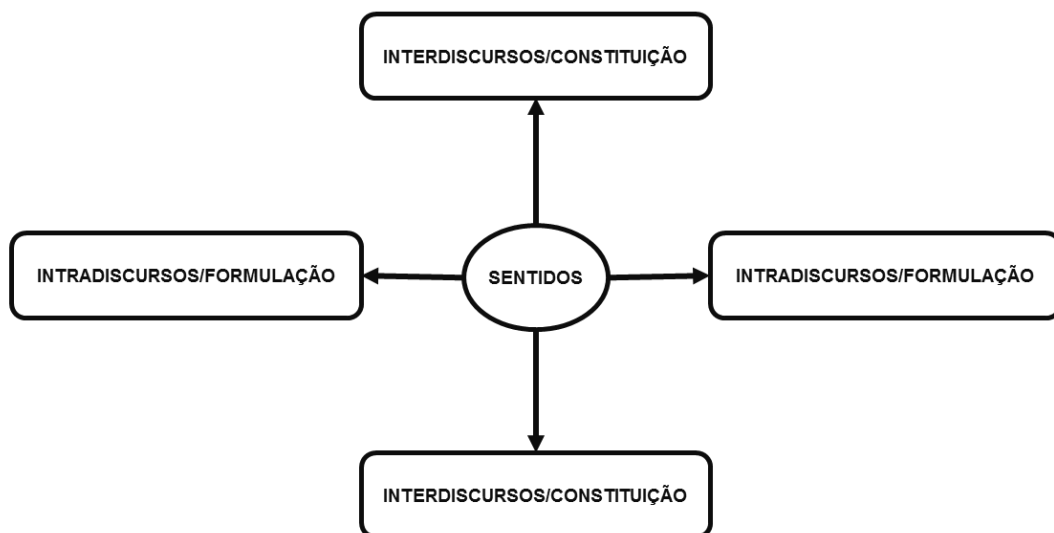
[...] a memória institucionalizada (o arquivo), o trabalho social da interpretação, onde se separa quem tem e quem não tem direito a ela; e a memória constitutiva (o interdiscurso), o trabalho histórico da constituição do sentido (o dizível, o interpretável, o saber discursivo). O gesto de interpretação se faz entre a memória institucional (o arquivo) e os efeitos de memória (interdiscurso), podendo assim tanto estabilizar como deslocar os sentidos (2013, p.47,48).

Para haver a compreensão do funcionamento do discurso e sua relação com os sujeitos e com a ideologia, devemos entender que há os já ditos que sustentam a possibilidade de todos os demais dizeres. Dessa forma, o dizer não tem dono, pois eles significam pela história e pela língua. A relação entre o já-dito e o que se está dizendo, deduz Orlandi (2013), é a mesma relação que existe entre o interdiscurso (constituição do sentido) e o intradiscurso (formulação do sentido).

Courtine (1984), que também buscou suas referências em *Arqueologia do Saber*, de Foucault, nos dá uma possibilidade de visualizar esta relação, estabelecendo que o interdiscurso/constituição pode ser representado por um eixo

vertical, onde se encontram todos os dizeres já ditos e esquecidos e o eixo horizontal ou eixo da formulação, que representa o intradiscurso, ou seja, aquilo que se fala num determinado momento e em determinadas condições. Orlandi (2013), reforça essa ideia ao afirmar que “a constituição determina a formulação, pois só podemos dizer (formular) se nos colocamos na perspectiva do dizível (interdiscurso, memória). Todo dizer, na realidade, se encontra na confluência dos dois eixos” (ORLANDI, 2013, p. 33). Os sentidos são resultados do encontro desses eixos, conforme representado na figura abaixo:

Figura 5: A produção de sentidos, a partir dos eixos do Interdiscurso/ Constituição e Intradiscurso/formulação



Fonte: Elaborada pela autora, baseada em Courtine (1984)

O efeito da memória é, portanto, o produto desta articulação proposta por Courtine, e na relação dos níveis interdiscurso e intradiscursivo surge a formulação origem dentro do que o autor chama de conjuntura discursiva.

4.5.2 Esquecimentos – paráfrase, polissemia e metáforas

Segundo Pêcheux (1997, p.163), “o sujeito se constitui pelo esquecimento

daquilo que o determina”, e isso ocorre de duas formas: o esquecimento número 2, relacionado à ordem da enunciação, onde nosso dizer forma famílias parafrásticas, que indicam que o dizer poderia ser outro. Orlandi (2013) explica que não temos consciência dessas trocas, pois esse esquecimento produz em nós uma ilusão referencial que nos leva a acreditar que há uma relação direta entre pensamento, linguagem e mundo. Isso nos leva a pensar que num ato comunicativo o que dizemos é a maneira correta para expressar o que sentimos, pois a ilusão referencial “estabelece uma relação natural entre palavra e coisa [...] é o chamado esquecimento enunciativo e que atesta que a sintaxe significa: o modo de dizer não é indiferente aos sentidos” (2013, p.35). Nesse esquecimento, que pode ser parcial e semiconsciente, por vezes voltamos a recorrer à família parafrástica para “falar diferente” e tentar explicar o que queremos dizer.

No esquecimento número 1, relacionado ao esquecimento ideológico, resulta do modo pelo qual somos afetados pela ideologia. Ocorre quando dizemos algo que parece ser inédito e tem origem em nós, quando na verdade estamos retomando sentidos pré-existentes (e esquecidos). “Embora se realizem em nós, os sentidos apenas se representam como originando-se em nós, eles são determinados pela maneira como nos inscrevemos na língua e na história e é por isto que significam e não pela nossa vontade” (ORLANDI,2013, p. 35). Nesse contexto, podemos ter singularidades discursivas, mas não originalidade, pois quando passamos a existir, os discursos já estão em processo e nós passamos a fazer parte desse processo.

A partir dessas noções, Orlandi (2013) afirma que o esquecimento é estruturante, pois faz parte da constituição dos sujeitos e dos sentidos, num movimento constante. Brandão (2012a) explica que, para a AD, essa realidade discursiva ilusória é necessária para a constituição do sujeito, no entanto, se coloca contrária a essa ilusão, que dá ideia de unidade, de centro ou origem dos sentidos. A AD retoma a noção de dispersão do sujeito (Foucault) pois reconhece os vários papéis e posições que o sujeito ocupa num mesmo texto. É nesse sentido que Orlandi e Guimarães (2006) concebem o discurso como uma dispersão de textos e o texto, enquanto objeto que permite diferentes processos de significação, como uma dispersão do sujeito. Brandão (2012a, p.83) complementa essa concepção “entenda-se a perda da centralidade de um sujeito uno que passa a ocupar várias posições

enunciativas; por discurso enquanto dispersão de texto entenda-se a possibilidade de um discurso estar atravessado por várias formações discursivas”

As autoras traduzem o que Pêcheux acredita, que em um mesmo texto pode haver várias formações discursivas, com relação de dominância entre elas, em uma condição de heterogeneidade, que é constitutiva do discurso e que é produzida pela dispersão do sujeito. Essa heterogeneidade é tratada pelo sujeito de tal forma que faz que o texto “adquira, na forma de um concerto polifônico, uma unidade, uma coerência, quer harmonizando as diferentes vozes, quer apagando as vozes discordantes” (Brandão, 2012, p. 83).

Nesse processo de se dizer o mesmo ou dizer diferente, Orlandi (2013) considera que o funcionamento da linguagem parte da tensão entre os processos parafrásticos e processos polissêmicos. Nos primeiros, algo sempre se mantém nos dizeres (o dizível, a memória). Com a paráfrase, permite-se o retorno aos mesmos espaços de dizer, e se produzem novas formulações. Nos processos polissêmicos, existe o deslocamento e rupturas do processo de significação. Assim, todo o discurso se faz na tensão dessas duas forças que interferem continuamente no dizer. Nesse movimento entre o mesmo e o diferente, entre o já dito e as novas formulações de dizeres que os sujeitos e sentidos se movem, ancorados no jogo da paráfrase e da polissemia.

Ainda considerando a heterogeneidade e contradições das formações discursivas, é preciso falar da noção de metáfora, fundamental na análise do discurso. Neste campo de estudo, a metáfora não é uma figura de linguagem, mas a apropriação de uma palavra por outra, ou seja, uma transferência de significados (ORLANDI, 2013). Esta concepção está baseada no ato das palavras não terem sentidos próprios, literais, assim a metáfora significa transferência, que vai estabelecer como as palavras vão significar. Segundo Pêcheux (1995, p. 263),

O sentido é sempre uma palavra, uma expressão ou uma proposição, por uma outra palavra, uma outra expressão ou proposição; e é por esse relacionamento, essa superposição, essa transferência (metáfora), que os elementos significantes passam a e confrontar, de modo que se revestem de um sentido [...] o sentido existe exclusivamente nas relações de metáfora (realizadas em efeitos de substituição, paráfrases, formação de sinônimos) das quais uma formação discursiva vem a ser historicamente o lugar mais ou menos provisório.

Por isso, as mesmas palavras iguais podem significar de forma diferente, ao

se encontrarem em formações discursivas diferentes e segundo as CPs. Essas noções serão consideradas, neste trabalho, ao identificarmos os processos de paráfrases e polissemias com a identificação do léxico nos textos estudados, e como a metáfora é utilizada na constituição do discurso da indústria.

4.5.3 Campos discursivos

Na discussão sobre os conceitos e elementos do interdiscurso ou memória discursiva, os autores concordam que o estudo de um discurso só é possível relacionando-o a outros discursos, compostos em uma ou mais formações discursivas. Nesse ponto, cabe ressaltar a distinção feita por Maingueneau (1997) de universo discursivo, campo discursivo e espaços discursivos.

Segundo o autor, o **universo discursivo** contempla um conjunto de formações discursivas que se afetam em determinada conjuntura. A característica desse conjunto é que, mesmo finito, é irrepresentável, ou seja, não pode ser entendido devido a sua globalidade. Por ser amplo, serve, num primeiro momento da análise, para definir a perspectiva a partir da qual serão identificados os domínios possíveis de serem estudados.

Esses domínios seriam então, os **campos discursivos**, constituído por “um conjunto de formações discursivas que se encontram em relação de concorrência, em sentido amplo, e se delimitam, pois por uma posição enunciativa em uma dada região do universo discursivo” (MAINGUENEAU, 1997, p.116). Os campos discursivos podem representar alguns domínios, como campo político, religioso, filosófico, entre outros. As formações discursivas nestes domínios possuem uma mesma formação social, mas podem concorrer entre si, ou ainda convergir ou ficar em neutralidade (BRANDÃO, 2012a). Também, neste caso, existe a dificuldade de se estudar um campo discursivo em sua integralidade, assim, recorta-se os subcampos que podem ser analisados.

Esses subcampos, passíveis de aplicação de procedimentos de análises, são os **espaços discursivos**, que delimitam um subconjunto do espaço discursivo e que “ligam pelo menos duas formações discursivas que, supõe-se, mantêm relações

privilegiadas, cruciais para a compreensão dos discursos considerados” (MAINGUENEAU, 1997, p. 117). Os espaços discursivos devem ser definidos pelos analistas em função dos objetivos de pesquisa e o recorte dos subconjuntos se dá não apenas pela comodidade, mas pela impossibilidade de se compreender os campos discursivos em sua totalidade e, principalmente “porque uma formação discursiva dada não se opõe de forma semelhante a todas as outras que partilham seu campo” (p.117). As escolhas dependem de um conhecimento e de um saber histórico que possibilitarão apontar hipóteses para serem confirmadas ou refutadas no decorrer da pesquisa.

É importante destacar esses espaços do interdiscurso, pois, na análise do discurso organizacional, há de se definir o universo, os campos e espaços discursivos que se relacionam a cada ambiente onde se encontram as organizações. Neste estudo, especificamente onde se trata da indústria, podemos admitir a seguinte configuração, Figura 6.

Figura 6: Localização do discurso organizacional na atividade industrial



Fonte: elaborado pela autora, baseada em Maingueneau (1997).

4.5.4 Tipos e gêneros do discurso

As questões relacionadas aos gêneros do discurso não são tratadas de maneira consensual pelos pesquisadores da linguagem, pelo fato de o termo remeter a várias áreas. O conceito vem, desde a antiguidade, relacionado às atividades

discursivas dos poetas (gêneros épicos, lírico, dramático, epidídico etc.) e às atividades discursivas da retórica, onde a fala representava um instrumento de deliberação e de persuasão jurídica e política. Na tradição literária, Charaudeau e Maingueneau (2004) apontam que os gêneros permitem a seleção e classificação dos diferentes textos literários que pertencem à prosa e à poesia, com critérios que envolvem a composição de forma e conteúdo (poesia, teatro, romance ensaio), representação da realidade e fundação de escolas (romantismo, realismo, naturalismo, surrealismo, etc.) e critérios relacionados à estrutura do texto e sua organização enunciativa (o fantástico, a autobiografia, o romance histórico, etc.).

Para os autores, essas classificações apresentam problemas pelo fato de um mesmo tipo de texto acumular os diversos critérios, o que pode dificultar a análise. Para os análises do discurso, existe a alternativa de compreender os gêneros a partir dos pressupostos da semiótica, da análise do discurso e da análise textual, que também estabeleceram critérios de classificação dos gêneros aplicados a textos não literários. As áreas apresentam definições de acordo com os posicionamentos teóricos ao quais se filiam, e que se distinguem de acordo com cada ponto de vista, conforme apresentam Charaudeau e Maingueneau (2004):

- ponto de vista funcional: onde são estabelecidas as funções com base nas atividades da linguagem, a partir das quais as produções textuais podem ser classificadas segundo o polo e a direção do ato de comunicação e da linguagem. Neste ponto de vista, destacam-se os modelos de Jakobson (1963): função conativa, emotiva, fática, poética, referencial e metalinguística; de Halliday (1973): funções instrumental, interacional, pessoal, heurística, imaginativa, ideacional, interpessoal, etc.; e de Brown e Yule (1983): funções transacional e interacional;
- ponto de vista enunciativo: iniciado por Benveniste (1966) que propôs uma oposição entre discurso e história ou discurso e narrativa. Na sequência deste ponto de vista, foram desenvolvidas análises que tentam descrever os gêneros considerando as características formais do texto e suas marcas mais recorrentes. Por exemplo, para Bieber (1989), a coleta estatística de traços gramaticais permite construir uma tipologia dos discursos: interação, interpessoal, interação informativa etc.;

- ponto de vista textual: voltado para a organização dos textos e que procura definir a regularidade composicional deles. Aqui existe um nível intermediário entre a frase e o texto, proposto por Adam (1999), chamado sequencial que tem um valor prototípico de narrativa, descrição, argumentação etc.;
- ponto de vista comunicacional: tem um sentido amplo e diferentes orientações, das quais se destacam a de Bakhtin (1984) que considera os gêneros dependentes da “natureza comunicacional” da troca verbal; de Maingueneau e Cossutta que selecionam e descrevem os tipos de discurso vinculados a um gênero fundador ou constituinte, cuja finalidade é determinar os valores de um certo domínio de produção discursiva; e de Charaudeau que ancora o discurso no social e com uma filiação mais psicossociológicas;

Assim, a diversidade dos pontos de vista mostra a complexidade da noção de gêneros e as diferentes denominações como gêneros de discurso, gêneros de texto, tipos de textos, tipos de discurso, entre outros que, de certa forma, têm como foco compreender as formas estáveis que caracterizam, definem e organizam os discursos, numa determinada esfera e momento histórico. Segundo Charaudeau e Maingueneau (2004, p.251)

Vê-se que, para definir essa noção, ora leva-se em conta, de modo preferencial, a ancoragem social do discurso, ora sua natureza comunicacional, ora as regularidades composicionais do texto, ora as características formais do texto produzido. Pode-se pensar que esses diferentes aspectos estão ligados, o que cria, aliás, afinidades em torno de duas orientações principais: aquela que está mais voltada para os textos, justificando a denominação ‘gêneros de texto’, e a mais voltada para as condições de produção do discurso, que justifica a denominação ‘gêneros do discurso’.

Esse estudo tem como diretriz compreender todos os aspectos de produção do discurso, a orientação comunicacional é a mais adequada para as análises, baseada em Bakhtin e Maingueneau, pois ambos levam em conta a situação de comunicação, a interação e as esferas de atividades em que ocorrem. Os autores tratam o gênero não apenas pelo viés do produto e suas formas, mas pelo viés da produção, que é dinâmico (FARACO, 2009).

Para Bakhtin, os gêneros do discurso são tipos relativamente estáveis de enunciados, elaborados no interior de esferas da atividade humana. Faraco (2009)

explica esse conceito esclarecendo que ‘relativamente estáveis’ significa uma ênfase à historicidade dos gêneros e, por outro lado, à “necessária imprecisão de suas características e fronteiras” (p. 127).

Recorremos a um determinado gênero quando falamos ou escrevemos os enunciados no contexto de uma esfera social com objetivos discursivos e funções ideológicas específicas. Assim, uma esfera social organiza seus próprios gêneros discursivos a partir da tipificação das situações de comunicação e de interação, que acabam por estabilizar os enunciados que por ela circulam e originam esses gêneros, assim, “as características particulares da constituição e o funcionamento dos gêneros do discurso estão vinculadas às especificidades das esferas sociais nas quais estes funcionam, circulam e se organizam” (COSTA-HUBES, 2014, p. 22).

Esta concepção se apoia nos pressupostos de Bakhtin/Volochinov (1926, 1929), Bakhtin (1979), e autores que compunham o Círculo de Bakhtin¹¹, quando, na década de 1920, se dedicaram aos estudos da linguagem considerando-a como elemento concreto, vinculada a um contexto social, histórico e ideológico, a qual envolve sujeitos e enunciados. Assim, as situações enunciativas ocorrem em determinados contextos que interferem nas formas de uso da linguagem. O dialogismo é o princípio básico dos estudos do Círculo de Bakhtin, que consideram a linguagem essencialmente dialógica, ou seja, nela está a vida concreta dos discursos, que se materializam na interação dos sujeitos, viabilizada nas comunicações verbais/situações enunciativas, nas quais é possível a construção e produção de sentidos.

Esses pressupostos estão presentes não apenas nos estudos das relações linguísticas, mas se estenderam para o campo do discurso, onde os sujeitos se constituem nas relações sociais, situadas historicamente, quando os indivíduos se constituem e se transformam na relação com o outro. Assim, “o outro torna-se elemento fundamental para a compreensão e organização do discurso” (COSTA-HUBES, 2014, p. 16). Brait (2006) reforça que a presença do outro é uma questão fundamental no estudo das relações dialógicas, pois interfere na compreensão do

¹¹ Círculo de Bakhtin se refere a um grupo de intelectuais russos de várias áreas do conhecimento, que produziram regularmente no período de 1919 e 1929, estudos referentes à linguagem, literatura e arte, onde se destacaram o linguista Valentin Volochinov (1895-1936), o teórico literário Pavel Medvedev (1891-1938), Mikhail Bakhtin (1895-1975), entre outros (COSTA-HUBES, 2014, p. 14).

sujeito, de autoria, de texto e de discurso. No *corpus* deste estudo, o outro é representado pelos leitores de Sesinho, um grupo heterogêneo nos aspectos de idade, contexto social e procedência geográfica, já que a publicação é direcionada para centenas de milhares de crianças e jovens de todo o país, além de seus pais e professores.

A produção de enunciados ocorre num contexto comunicativo onde os sujeitos têm finalidades discursivas, assim, é um produto da interação de indivíduos socialmente constituídos que interagem por meio da linguagem numa relação dialógica, “o enunciado concreto (e não a abstração linguística) nasce, vive e morre no processo de interação social entre os participantes da enunciação. Sua forma e significado são determinados basicamente pela forma e caráter desta interação” (BAKHTIN, VOLOCHINOV, 1926, p.10).

As escolhas para a materialização dos enunciados e a consequente materialização dos discursos ocorre, segundo Bakhtin, vinculadas aos gêneros, que organizam os discursos e sua materialização nas palavras e formas gramaticais:

Nós aprendemos a moldar nosso discurso em formas de gênero e, quando ouvimos o discurso alheio, já adivinhamos um determinado volume [...] uma determinada construção composicional, prevemos o fim, isto é, desde o início temos a sensação de conjunto do discurso que em seguida apenas se diferencia no processo de fala (BAKHTIN, 2003, p. 283).

Isso significa que, nas diferentes esferas da atividade humana, existem formas estáveis de dizer, as quais são os gêneros do discurso e os indivíduos utilizam esses gêneros de acordo com o espaço onde se estabelecem as relações sociais, marcadas por uma profunda e tensa heterogeneidade (Faraco, 2009). Além disso, os gêneros não são definitivos, pelo contrário, são maleáveis e se transformam, acompanhando o dinamismo das atividades humanas, “o repertório de gêneros de cada esfera da atividade humana vai diferenciando-se e ampliando-se à medida que a própria esfera se desenvolve e fica mais complexa” (FARACO, 2009, p.127).

Por isso há de se considerar que existe uma dinâmica de relações específicas no ambiente organizacional, e formas estáveis de dizeres dos indivíduos que compõem esse universo, conseqüentemente, gêneros de discurso peculiares que fazem sentido nas relações sociais que se constituem nesse ambiente. Medvedev (1928, apud Faraco 2009, p.131) complementa esta noção ressaltando que os

gêneros não são apenas formas e que eles não devem ser analisados separadamente da esfera que os criam e os usam, isto é “abstraído da atividade, de suas coordenadas tempo-espaço, das relações entre interlocutores [...] o gênero ocupa uma posição entre pessoas socialmente organizadas de alguma forma”. Por isso, podem representar um meio de orientação coletiva frente à realidade do ambiente que partilham.

Faraco (2009) explica que Bakhtin classifica os gêneros em primários e secundários, sendo que o primeiro são os gêneros da vida cotidiana, onde prevalece a comunicação oral, espontânea e com relação direta ao contexto imediato dos interlocutores. Os gêneros secundários aparecem em circunstâncias de uma comunicação cultural mais elaborada, com mais frequência na forma escrita, gerados e utilizados nas atividades científicas, artísticas, políticas, filosóficas, religiosas etc.

Mais uma vez é possível identificar essa classificação no ambiente organizacional, onde os gêneros primários podem aparecer nas relações interpessoais dos indivíduos que compõem as organizações (comunicação no ambiente interno) e os gêneros secundários aparecem na comunicação da própria organização, que formaliza seus aspectos institucionais, administrativos e mercadológicos em enunciados peculiares a cada tipo de segmento. Nesses espaços, os gêneros aparecem simultaneamente e de forma interdependentes.

Maingueneau (2015, p.66) complementa este raciocínio ao afirmar que “os gêneros do discurso constituem, de alguma maneira, os átomos da atividade discursiva. Mas eles só adquirem sentido quando integrados a unidades de classe superior, os tipos de discurso”. A identificação dos gêneros do discurso é essencial, pois eles constituem a atividade discursiva que será analisada e se referem a um tipo de discurso, que designa as práticas discursivas ligadas a um mesmo setor de atividade. “Tipos e gêneros do discurso estão, assim, tomados por uma relação de reciprocidade: todo tipo é uma rede de gêneros; todo gênero se reporta a um tipo” (MAINGUENEAU, 2015, p.66). Assim, o discurso organizacional será caracterizado como um tipo de discurso, que comporta diversos gêneros discursivos, visando revelar o posicionamento de grupo, responsável pelos discursos produzidos. O autor reforça que “a maioria dos gêneros do discurso é produzida e/ou consumida em lugares institucionais” (p.68) e que cabe ao analista explorar a noção de lugar de atividade e

seus limites de análise.

Esses gêneros, relacionados ao discurso organizacional, serão agrupados, neste estudo, da seguinte forma: os da esfera social-econômica; os determinados por um posicionamento a ser revelado no decorrer da pesquisa; e os produzidos num lugar específico (universo, campo e espaços discursivos), respectivamente, área econômica/social; segmento da indústria; representado pela Confederação Nacional da Indústria (CNI) e produzidos no Serviço Social da Indústria (Sesi).

Para analisar este cenário, é necessário compreender os aspectos e as particularidades que compõem o universo da comunicação organizacional, aqui entendida tanto como um campo de estudo, quanto todos os fenômenos empíricos (atos, processos e produtos comunicativos) que ocorrem no ambiente das organizações.

5 COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL – CONCEITOS E ABORDAGENS TEÓRICAS

A necessidade de estudos específicos sobre comunicação organizacional, ocorreu no início da década de 1940, nos Estados Unidos, vinculados ao ensino superior da comunicação, especificamente nos cursos de Relações Públicas, enquanto, no Brasil, a comunicação organizacional ocorre de maneira prática no mercado, como atividade profissional, depois foi institucionalizada na academia, por meio de estudos nas áreas de jornalismo e relações públicas, onde destacam-se os trabalhos pioneiros de Francisco Gaudêncio Torquato do Rego e Margarida Krohling Kunsch, respectivamente.

Desde a década de 1960 até a atualidade, o campo acadêmico da comunicação organizacional foi ampliado e as discussões foram evoluindo, passando pelos estudos das competências comunicativas, pela consolidação das vertentes funcionalista, interpretativa e crítica, até chegar aos estudos contemporâneos, em que assuntos como dimensão simbólica das organizações, tecnologias e ciberespaço, diversidade, minorias, discurso, estudos étnicos, pós modernismo, foram incorporados aos estudos organizacionais.

Figura 7: Evolução das perspectivas teóricas da Comunicação Organizacional



Fonte: Elaborado pela autora, com base em Ruão (2016).

Isso ocorreu porque não é possível desconsiderar a relação organização-

ambiente e porque “as fronteiras organizacionais são cada vez mais indistintas e permeáveis em resultado das pressões da globalização, da emergência das redes de comunicação e da afirmação de formas democráticas de participação e tomada de decisão” (RUÃO, 2016, p.32). No século XXI, segundo Ashcraft e Allen (2003), a tendência é que os estudos incluam questões ligadas aos campos político, social, legal, ambiental ou tecnológico, uma vez que existe uma relação intrínseca das organizações com a sociedade, a cultura e a comunicação. Por isso a necessidade de olhares para as práticas de comunicação que envolvem grupos marginalizados dentro das empresas/instituições, “discutindo questões de desigualdade, discriminação, poder ou dominação, no âmbito do gênero ou classe social” (RUÃO, 2016, p.32).

Diante da dimensão e complexidade dos estudos da comunicação organizacional, este trabalho faz um recorte e mostra um percurso no qual a Comunicação organizacional converge com os estudos do discurso. Na perspectiva de Oliveira (2008), podemos entender a comunicação organizacional como um campo de estudo, subárea da comunicação, e todos os fenômenos empíricos que ocorrem no âmbito das organizações, sejam públicas, privadas ou do terceiro setor, em suas relações no microambiente (espaço interno) e no macroambiente (espaço externo). Kunsch (2003) acredita que a viabilidade de um sistema organizacional está intrinsecamente ligada ao seu sistema de comunicação o que permite sua realimentação e sobrevivência. Neste mesmo sentido, Marchiori (2008, p.161) vê a comunicação como um processo de sustentação da organização, que, por meio de sua atuação estratégica pode alcançar dois objetivos básicos: “sustentar a sua própria existência e melhorar a vida daqueles com os quais se relaciona”.

Thayer (1976, p.120) entende que a comunicação é um elemento vital para as organizações: “é a comunicação que ocorre dentro [da organização] e a comunicação entre ela e seu meio ambiente que [a] definem e determinam as condições de sua existência e a direção de seu movimento”. As organizações podem ser consideradas sistemas interdependentes que precisam se comunicar, conforme explica Kunsch (2003), o sistema organizacional “se viabiliza graças ao sistema de comunicação nele existente, que permitirá sua contínua realimentação e sua sobrevivência. Caso contrário, entrará num processo de entropia e morte. Daí a

imprescindibilidade da comunicação para uma organização social” (KUNSCH, 2003, p.69).

O termo comunicação organizacional pode gerar múltiplos conceitos e formas ambíguas de interpretação, pois pode se referir à comunicação nas organizações; estratégias e técnicas de comunicação utilizadas pelas organizações; associação entre comunicação e organizações; ou ainda as propriedades organizacionais da comunicação (TAYLOR; CASALI, 2010). Essas múltiplas possibilidades de entendimento estão presentes nos estudos da área e a conceituação da comunicação organizacional e seu campo de abrangência tem sido objeto de estudos dos pesquisadores desde a década de 1940¹², e mostram diferentes perspectivas sobre o assunto, mas o ponto comum é a tentativa de evidenciar sua relevância para as organizações e a legitimação e contribuição da área nos meios acadêmicos e profissionais.

No âmbito das organizações, é importante que não se entenda a comunicação como processo informacional, linear, tecnicista ou prescritivo. Lima e Oliveira (2010) lembram que as organizações possibilitam várias formas de interação, mas os estudos da área de comunicação organizacional não abordavam o fenômeno comunicacional sob esta perspectiva e suas complexidades, “ao contrário, adotavam abordagens transmissionais e funcionalistas para descrever a comunicação voltando o olhar para os efeitos e para possíveis formas de controle do fenômeno” (LIMA; OLIVEIRA, 2010, p.153).

Para Marchiori (2008), a comunicação organizacional vai além, pois é um processo mais abrangente e formativo que possibilita o maior desenvolvimento das organizações, contribui com o crescimento das capacidades individuais, estimula o conhecimento e modifica estruturas e comportamentos. A autora, referência dos estudos de comunicação e cultura organizacional, entende que esses conceitos são indissociáveis e dependentes e ressalta que a cultura é resultado da interação social no ambiente organizacional e é formada em comunicação, pois esta “é provedora e disseminadora de conteúdo, os quais desenvolvem os ambientes organizacionais. A

¹²As concepções da expressão comunicação organizacional apresentam diferenças dependendo do enfoque dos estudos e dos centros de pesquisas entre os quais se destacam estudos das universidades da América do Norte, da América Latina e da Europa.

interpretação desses ambientes é expressa na realidade cultural de uma determinada organização, por meio de seus discursos e relacionamentos” (MARCHIORI, 2008, p. 182).

Considerando esta complexidade e multidimensionalidade da comunicação, os estudos realizados nas organizações contemporâneas mostram uma evolução dos modelos de comunicação e apresentam abordagens metateóricas: funcionalista, interpretativa, crítica e pós-moderna “que demarcam novos caminhos para que as teorias e práticas da comunicação no contexto das organizações sejam observadas e questionadas” (MARCHIORI, 2008, p. 195).

Na Abordagem Funcionalista, a unidade de análise é a própria organização, nela seus membros atuam para atingir objetivos, metas e interesses comuns. Nela, o relacionamento com os ambientes é de forma instrumental, ou seja, a comunicação é vista como instrumento para o alcance de objetivos organizacionais. A Abordagem Interpretativa coloca os indivíduos numa condição de atores sociais, pois considera a importância dos processos subjetivos de interpretação e entendimento que permeiam seus comportamentos na organização. A visão interpretativa concebe as organizações como sistemas de construção social com significados que podem ser produzidos e compartilhados por todos os que estão direta ou indiretamente ligados a estes sistemas e esses fenômenos ocorrem por meio da linguagem, símbolos e comportamentos, formas de expressão dos indivíduos também o ambiente organizacional (MARCHIORI, 2008). Segundo Putnam (1983, p.36), nos estudos da corrente interpretativa

As estruturas são complexas, são relacionamentos semiautônomos que se originam das interações humanas. Há uma interação e uma visão de conjunto entre departamentos, que acaba por influenciar os comportamentos organizacionais, sendo que a estrutura e processo coexistem. A participação dos indivíduos nas criações dos seus próprios ambientes é característica predominante, chegando a influenciar o ambiente e a realidade organizacional.

Da visão interpretativa, origina-se a Abordagem Crítica, que vê a comunicação organizacional como instrumento de dominação e exploração da força de trabalho, por meio da criação de ambiente de trabalho “excelentes”, que mascaram o objetivo central que é estimular o desenvolvimento das pessoas e a consequente melhoria de produtividade no alcance dos objetivos organizacionais. Nesta perspectiva, a supressão de conflitos é relacionada com o produto de identidade individual,

conhecimento social e o processo de decisão organizacional (PUTNAM, 1983). Para isso as estruturas e práticas organizacionais são organizadas no sentido de mascarar conflitos, e a comunicação seria a ferramenta para consolidar essas desigualdades, mesmo que o ambiente criado seja de harmonia, pois as pessoas são levadas a considerar que os objetivos pessoais e organizacionais caminham na mesma direção.

Desta perspectiva, os estudos caminharam para a Abordagem Pós-Moderna, na qual os pesquisadores de linha estão interessados em explorar os relacionamentos de poder, conhecimento e discurso, que permeiam os grupos sociais (MARCHIORI, 2008). Nesses estudos, o poder da linguagem entra em evidência, pois, segundo Marchiori (2008, p.193), “linguagem e negociação social do significado assumem posição fundamental, já que influenciam as percepções dos que estão envolvidos em diálogos organizacionais”. A autora explica que o termo discurso é utilizado pelos pesquisadores pós-modernos “quando se referem aos significados subjetivos pelos quais as pessoas organizam o que percebem. Discursos expressam tudo que possa ser pensado, escrito ou falado sobre determinado fenômeno” (p. 194). Assim, a forma de se compor ou alterar os discursos está relacionada diretamente com a formação ou alteração da própria realidade.

Notamos aqui a aproximação dessa abordagem com os estudos do discurso, pois em ambas o entendimento do indivíduo sobre a realidade é determinado pelos atos de percepção subjetiva. Essa subjetividade é produzida no contexto do discurso.

É importante destacar que, nos estudos da comunicação organizacional, essas abordagens não aparecem com fronteiras, pois, nas análises dos fenômenos empíricos da comunicação, podemos observar aspectos de um ou mais modelos (Funcionalista, Interpretativo, Crítico), simultaneamente. Este trabalho não pretende explorar as características de cada abordagem, mas a referência faz-se necessária para pontuar que este estudo segue, como matriz teórica metodológica, o Paradigma Relacional, uma perspectiva de comunicação como processos de interação. A opção pela perspectiva interacional/relacional ocorre pelo fato de a análise considerar que todos os envolvidos são sujeitos, cujos papéis e fala são relevantes na produção do discurso organizacional.

Lima (2008) e França (2001, 2006) explicam que a abordagem relacional é fundada a partir dos estudos de George H Mead (1962) e da corrente de estudos

denominada interacionismo simbólico e nela a comunicação é entendida em sua globalidade, por meio da imbricação de três dimensões básicas: “a interacional (a relação os interlocutores), a simbólica (as práticas discursivas e a produção de sentido) e a contextual (situação sociocultural)” (LIMA, 2008, p. 113). Estas três dimensões, ao serem percebidas em relação, ou seja, afetando-se mutuamente, conformam o quadro relacional que compreende a comunicação. Nessa perspectiva, as organizações são consideradas “sujeitos sociais enunciadore ou leitores de discursos cuja ação no mundo institui um contexto específico de interações que enquadra, ainda, enunciações e leituras de outros sujeitos sociais” (LIMA, 2008, p. 114).

A dimensão interacional ocorre quando os sujeitos estão num ato comunicativo, as interações “baseiam-se em gestos significantes – aqueles que contêm significados para quem os faz e para o outro a quem se dirigem – e na retroatividade entre estímulos e relações – um movimento de reflexividade” (LIMA, 2008, p.120). Para França (2006), esta perspectiva remete ao fato de que a comunicação, a produção de sentido tem uma dupla natureza de reversibilidade que marca a característica relacional, pois existe no e através do outro.

O sujeito da comunicação é um sujeito social; ele é também, indubitavelmente, um enunciadore de discursos ou um leitor de textos. Mas ser sujeito da comunicação ou em comunicação significa algo mais específico, e nomeia um sujeito enredado numa teia de relações. São as relações que constituem esse sujeito – a relação com o outro, a relação com a linguagem, e o simbólico [...] são sujeitos interlocutores – sujeitos que falam um com o outro, produzidos nos e pelos laços discursivos que os unem (FRANÇA, 2006, p. 76,77).

Nesta dimensão, os sujeitos interlocutores existem na relação que constituem, onde a linguagem e o simbólico afetam ambos. Já a dimensão simbólica da comunicação está materializada nos discursos dos interlocutores, por isso discurso e linguagem estão imbricados na formulação de enunciados, presentes nos processos comunicativos, “o discurso é, assim, entendido como o que emerge da relação entre consciências e, sendo conformado pela linguagem, é expresso num dado contexto de interação” (LIMA, 2008, p.118). Neste contexto, as organizações são entendidas como sujeitos sociais instituídos por meio de interações permanentes com a sociedade, onde reconstituem e reconfiguram suas relações por meio da linguagem, práticas discursivas e produção de sentido (LIMA, 2008).

Na abordagem relacional, as organizações são sujeitos sociais, coletivos e complexos, que constantemente, e para existir, empreendem múltiplas interações com outros sujeitos sociais, conforme contextos específicos, produz seus discursos e define, na relação com o outro, quem é a organização e quem são seus interlocutores (LIMA, 2008).

A partir destes aspectos e, com o aporte teórico da AD, encaminharemos a análise dos discursos no contexto organizacional, quando a organização será vista como um contexto de interações, no qual os sujeitos são constituídos e, em suas relações, emergem discursos e ideologias. As análises propostas vão considerar como objeto de estudo da comunicação organizacional os processos comunicacionais e os atos de interação, planejados ou espontâneos, gerados a partir dos fluxos informacionais e relacionais da organização, onde, segundo Oliveira e Paula (2005, p. 06):

Os fluxos informacionais representam todos os atos e instrumentos utilizados para transmitir informações de caráter institucional ou mercadológico. Já os fluxos relacionais são oportunidades de encontro que promovem compartilhamentos de idéias entre interlocutores, como reuniões, eventos e face-a-face.

Esses fluxos são viabilizados por meio de redes formas e informais de comunicação, e a gestão desses processos ocorre por meio das práticas dos profissionais da área, como jornalistas, relações públicas, secretárias executivas, publicitários, profissionais de marketing, design, editoração, entre outros.

Oliveira (2009) esclarece que, por isso, a comunicação organizacional tem duas naturezas distintas – teórica e prática, que complementam o ato interativo e conceitua a comunicação no contexto das organizações como “um processo relacional que parte de práticas individuais e/ou de grupos para alcançar uma estrutura coletiva de significados, os quais dizem respeito às organizações e aos atores sociais envolvidos no processo interativo” (OLIVEIRA, 2009, p.60). A autora explica que

A natureza teórica é o processo de interação em si, negociada entre grupos e organização para sua legitimidade pública. Nesse processo, tanto a organização quanto os grupos são considerados atores sociais que efetuam trocas simbólicas e práticas entre si, por meio de discursos e intervenções que vão construir sentidos para os objetivos e políticas organizacionais. Já a natureza prática é a materialização do processo em seus aspectos estratégicos, intencionais e diretivos, que se efetuam por meio de instrumentos/técnicas de Jornalismo, Relações Públicas, Propaganda, Publicidade e Marketing (OLIVEIRA, 2009, P.60).

Seguindo, então, a linha de raciocínio na perspectiva da comunicação interacional/relacional, o discurso organizacional do Sesi será identificado e analisado como uma prática social, num processo comunicativo que se estabelece no âmbito de um contexto social e cultural que medeia relação entre a entidade e seus interlocutores. Esta relação entre aspectos culturais e a comunicação são “inerentemente ligada à análise de processos e relacionamentos, sendo a linguagem constituinte fundamental, por criar e recriar realidades, nos mais diversos contextos” (MARCHIORI, 2008, p.182). Portanto, segundo a autora, os processos e as interações comunicativas que mostram a cultura de uma organização devem ser continuamente estudados, pesquisados, pois fundamentam a existência das organizações e “a interpretação desses ambientes é expressa na realidade cultural de uma determinada organização, por meio de seus discursos e relacionamentos” (MARCHIORI, 2008, p.182).

Esses discursos e relacionamentos, neste trabalho, são analisados no âmbito da comunicação institucional, considerada uma modalidade da comunicação organizacional por autores como Torquato (2010) e Kunsch (2003) que, em comum, apontam uma atuação complementar e integrada das diversas subáreas da comunicação.

A comunicação organizacional¹³, como objeto de pesquisa, é a disciplina que estuda como se processa o fenômeno comunicacional dentro das organizações no âmbito da sociedade global [...] fenômeno inerente aos agrupamentos de pessoas que integram uma organização ou a ela se ligam, a comunicação organizacional configura as diferentes modalidades comunicacionais que permeiam sua atividade (KUNSCH, 2003, p. 149)

A filosofia da comunicação integrada, proposta por Kunsch (2003), prevê o direcionamento e a convergência das modalidades comunicativas, permitindo uma atuação sinérgica. As modalidades comunicacionais incluem a comunicação administrativa, que abrange os conteúdos, normas e processos relativos ao cotidiano da administração com a finalidade de organizar o fluxo das atividades funcionais; a comunicação interna, que viabiliza a interação entre a organização e seus funcionários; a comunicação mercadológica, que compreende as ações comunicativas geradas a partir de um objetivo mercadológico; e, por fim, a

¹³Comunicação organizacional, Comunicação empresarial e Comunicação corporativa são terminologias usadas indistintamente no Brasil para designar as atividades de comunicação no âmbito das organizações (KUNSCH, 2003).

comunicação institucional, vinculada aos aspectos corporativos/institucionais que estabelecem um conceito público para a organização.

Para Kunsch (2003), a comunicação institucional contribui para a formação da imagem e da identidade corporativa positivas de uma organização, pois estabelece formas para que a personalidade organizacional seja reconhecida pelos seus públicos. Além disso, por meio da comunicação institucional, é possível estabelecer a compreensão dos significados que a organização pretende compartilhar, referentes à sua missão e seus objetivos na sociedade.

A autora considera que, mesmo havendo diferenças e particularidades de cada área (institucional, mercadológica, interna e administrativa), isso não impede que sejam planejadas de acordo com uma política global de comunicação e nos objetivos gerais da organização. Uma atuação convergente possibilita ações estratégicas e eficazes nos relacionamentos com os públicos, tanto no ambiente interno quanto externo. “É necessário que haja uma ação conjugada das atividades de comunicação que formam o composto da comunicação organizacional” (KUNSCH, 2003, p. 150).

Para Torquato (2010), a meta finalista da comunicação institucional, além de conquistar simpatia, credibilidade e confiança, é a influência político-social. Kunsch (2003) reitera que é por meio dos instrumentos e dos processos comunicativos que as organizações divulgam e reafirmam seus conceitos, dando forma e imagem a seus fatos e pensamentos. A comunicação viabiliza formas para que o discurso organizacional seja compreendido e aceito; e este discurso é elaborado, divulgado e fortalecido por meio da comunicação institucional. Para Kunsch (2003):

A comunicação institucional está intrinsecamente ligada aos aspectos corporativos institucionais que explicam o lado público das organizações, constrói uma personalidade creditiva organizacional e tem como proposta básica a influência político-social na sociedade onde está inserida (KUNSCH, 2003, p.164).

Assim, toda a comunicação institucional de uma organização é baseada em um objetivo discursivo, que são as intenções, explícitas ou não, presentes na linguagem dos atores que participam numa determinada situação comunicativa. Diante do exposto, a revista Sesinho é considerada parte do fluxo informacional do Sesi, cujo conteúdo traz informações de carácter institucional que produz sentidos compartilhados e estabelece interatividade entre entidade e públicos.

5.1 CONVERGÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL E ESTUDOS DA LINGUAGEM

Os estudos da comunicação organizacional, devido a seu caráter inter e multidisciplinar, dialoga com outras disciplinas, como Administração, Psicologia Social, Retórica, Estudos da Mídia e, com mais ênfase nas duas últimas décadas, com os Estudos da Linguagem, especificamente com a área da Análise do Discurso, pois elas também têm os atos comunicativos como objeto de estudo.

A convergência das áreas tem o interesse dos pesquisadores da comunicação, que entendem a linguagem como esfera básica e essencial dos processos comunicativos e, por outro lado, os estudiosos da linguagem também estão relacionando seus estudos, principalmente a análise do discurso, com as teorias da comunicação, uma vez que os enunciados, de onde emergem os discursos, ocorrem em atos comunicativos, sejam em nível interpessoal, coletivo ou mesmo organizacional.

Considerando que a interação é propósito da comunicação, e as organizações são espaços de interação social, não é possível dissociar a linguagem desses contextos, como pode ser observado na definição de comunicação de Merleau-Ponty (1945), que entende o processo como sentimento de partilha onde se constrói com o outro o entendimento sobre algo, assim, comunicação:

É o fenômeno perceptivo no qual duas consciências partilham na fronteira. O entendimento comum não quer dizer concordância total com os enunciados envolvidos na troca. O entendimento pode ser a conclusão as consciências que discordam dos enunciados uma da outra. A linguagem desponta, então, como objeto cultural de percepção do outro. A linguagem torna-se o plano no qual a zona de encontro pode ser desenhada mediante o diálogo (*apud* DUARTE, 2003, p.47).

Duarte (2003) esclarece que, nesta abordagem cognitivista de Merleau-Ponty, o “eu” e o “outro” se compõem mutuamente, criando uma terceira esfera cognitiva que emerge do processo comunicativo. Notamos aqui uma aproximação com os conceitos de constituição do sujeito na AD, que tem o sujeito como ser histórico e ideológico e que situa seus discursos em relação aos discursos do outro, que pode ser tanto seu destinatário como outros discursos historicamente constituídos que aparecem em suas falas (Brandão, 2012). Nas duas situações, a linguagem é que possibilita o

diálogo e reforça o aspecto interativo das ações comunicativa e discursivas.

França (2002), ao discutir o objeto da comunicação, entende que estes são os meios de comunicação e o processo comunicativo. O primeiro são os objetos empíricos, ou as práticas objetivas que se constituem no segundo objeto – os processos comunicativos entendidos como “processos humanos e sociais de produção, circulação e interpretação dos sentidos, fundados no simbólico e na linguagem” (p. 15).

Assim essas interações, onde os sujeitos se constituem um no outro por meio da linguagem, podem ser consideradas o objeto da comunicação e os contextos em que ocorrem, podem ser situações específicas do campo da comunicação organizacional, passíveis de análises com procedimentos teórico-metodológicos de áreas interdisciplinares como a comunicação e estudos da linguagem. Nessa natureza interdisciplinar das duas áreas, segundo França (2002, p.18), “os temas e objetos da realidade são apreendidos e tratados por diferentes ciências. Não acontece aí um deslocamento ou alteração no referencial teórico das disciplinas, é o objeto que sofre diferentes olhares”.

Por isso, França (2002) propõe um encaminhamento para as análises, olhando nos processos comunicativos as seguintes questões: a comunicação é um processo de troca, uma prática concreta com ações compartilhadas de interação e não apenas um processo de transmissão de mensagens; atenção à presença dos interlocutores, à intervenção dos sujeitos sociais que desempenham papéis e estão envolvidos em processos de produção e interpretação de sentidos; identificação dos discursos, formas simbólicas que trazem as marcas de sua produção, dos sujeitos e do contexto, e não apenas das mensagens; e a apreensão de processos produzidos situacionalmente, manifestações singulares de práticas discursivas e do panorama sociocultural de uma sociedade, e não apenas o recorte de situações isoladas.

França (2002) faz um importante apontamento sobre a necessidade de, diante das inúmeras e distintas filiações teóricas, se estabelecer paradigmas consistentes, pois alguns ainda apresentam fragilidades e simplificações. Assim, para o tratamento da comunicação enquanto aporte teórico, a sugestão é que sejam consideradas as seguintes características:

- um processo de troca, ação compartilhada que gera interação e não apenas um processo de transmissão de mensagens;
- atenção à presença dos interlocutores, que são sujeitos sociais e que desempenham papéis nos processos de produção e interpretação de sentidos, mais do que simples emissores e receptores;
- identificação dos discursos, das marcas de sua produção, dos sujeitos envolvidos e do seu contexto, e não apenas o foco na mensagem;
- apreensão de processos produzidos situacionalmente, manifestações singulares da prática discursiva e do contexto sociocultural, em lugar de recortar situações isoladas e descontextualizadas da sociedade.

É baseando-se nesta linha de pensamento que o objeto de estudo desta tese, as formações discursivas no ambiente da indústria, terá reflexões respaldadas tanto nos pressupostos da área da comunicação quanto nos estudos da linguagem, ancoradas nos conceitos da análise de discurso. Com essa escolha metodológica, poderemos compreender as complexidades, barreiras e ambiguidades que caracterizam os processos comunicativos nos ambientes organizacionais.

Estas características estão ligadas à forma como Girin (1996) refere-se às organizações, considerando-as “dupla face”, pois de um lado envolve um sistema de atividades voltadas para finalidades específicas, assim, os atos comunicativos são funcionais e existem para viabilizar o funcionamento da organização e o atingimento de seus objetivos; e de outro, trata-se de uma ordem social, onde os atos de comunicação são voltados para a coletividade e ocorrem para viabilizar a natureza relacional das organizações. Nessa perspectiva, os processos comunicativos, de natureza funcional e interacional, ocorrem simultaneamente. Por meio de diferentes formas de expressão linguística, que envolve a verbal, não verbal e imagética, a comunicação viabiliza a vida organizacional, num processo contínuo de geração e interpretação de significados, onde o cenário são os contextos organizacionais, com suas características e suas particularidades.

Nessa mesma linha, Hall (2003) contribui com o entendimento da comunicação no ambiente organizacional, destacando que a comunicação convive com a contradição de, num momento reproduzir o discurso da gestão e, em outro momento, gerar articulação entre as instâncias de produção, circulação e consumo,

numa permanente interação de práticas discursivas e simbólicas, fazendo jus à característica de ser um processo social que tem a linguagem como base.

Essas abordagens ajudam a compreender como a comunicação estabelece a construção de sentido entre a organização e seus interlocutores, num momento como ordenadora de sentidos da própria organização, com seus significados institucionalizados, e em outros, como ordenadora de sentidos dos grupos com os quais se relaciona, e ainda em momentos de ressignificações de novos sentidos que surgem a partir das relações constituídas com seus públicos, agentes ativos, localizados em diferentes contextos e com capacidade de negociar e dialogar, assim, “no contexto das organizações, a comunicação adquire, mesmo que de forma contraditória, aspectos pertencentes ao campo da gestão, que imprime à produção de sentidos, características do relacionamento entre organização e seus grupos de relacionamento” (OLIVEIRA; PAULA, 2008, p.92).

Para Spink e Medrado (2004, p.45), estas relações ocorrem por meio das práticas discursivas, que são “as maneiras a partir das quais as pessoas produzem sentidos e se posicionam em relações sociais cotidianas”. Os autores entendem o sentido como

Uma construção social, um empreendimento coletivo, mais precisamente interativo, por meio do qual – na dinâmica das relações sociais historicamente datadas e culturalmente localizadas – constroem os termos a partir dos quais compreendem e lidam com as situações e fenômenos a sua volta (SPINK; MEDRADO, 2004, p. 41).

Nessas práticas, a construção de sentidos é um processo social, situado historicamente, e que, segundo Oliveira e Paula, (2008, p. 94), “implica a mediação de diferentes vozes que se alternam entre as diferentes instâncias de produção, circulação e consumo, por meio de repertórios interpretativos que, na dinâmica da alternância, atribuem significações àquilo que se apresenta”.

As autoras entendem o sentido como “uma possibilidade de abertura para a elaboração de novas significações sobre as práticas discursivas já institucionalizadas”, o que podemos entender, como as formas de comunicação já estabelecidas no ambiente organizacional e que viabiliza suas relações, tanto interna, como externamente. A comunicação coloca a linguagem em ação, seja de forma oral, escrita ou mediada por dispositivos tecnológicos, por isso se constitui num processo

social que viabiliza a construção de novos sentidos.

Nesse contexto, as organizações podem ser consideradas agentes de práticas discursivas, necessárias para seu relacionamento com grupos sociais que viabilizam sua existência e seus objetivos institucionais. Essas práticas estão inseridas nos fluxos comunicacionais (informacionais e relacionais), nos quais as organizações materializam suas práticas discursivas verbais e visuais, e que são produzidas de forma planejada ou espontânea em suas instâncias de produção (OLIVEIRA; PAULA, 2008).

Na comunicação organizacional, os grupos de relacionamento se constituem não só de receptores, mas agentes responsáveis pela atribuição de novos sentidos, o que prevê uma interdependência entre as instâncias produtora, circuladora e consumidora (Hall, 2003). O resultado destas ações é que as organizações podem influenciar ou tentar ditar normas de conduta e comportamentos aos seus públicos, mas, por outro lado, suas práticas possibilitam novos processos de significação por parte dos interlocutores, que vão construir novos sentidos, de acordo com seus repertórios, valores e nível de relacionamento estabelecido com a organização, tudo isso, num processo subjetivo e individual. Assim, Oliveira e Paula (2008, p.101) concluem que

Podemos estabelecer uma conexão entre produção de sentidos e ambiente organizacional, haja vista que o sentido existe na interação estabelecida e as organizações são concebidas como agentes discursivos e comunicativos, nos processos interativos que se dão dentro e fora de seu ambiente.

As autoras completam que a hegemonia da organização no processo interativo, em função do planejamento e controle de parte dos processos comunicacionais (lembrando que outra parte ocorre num nível informal e não controlado), são dependentes dos repertórios interpretativos dos grupos de relacionamento que afetam e são afetados pelas ações organizacionais.

Estas percepções deixam claras a necessidade de se buscar nas ciências da linguagem e na análise do discurso as condições necessárias para se compreender a instância da comunicação, dentro ou fora dos ambientes organizacionais, e essas novas competências devem ser repensadas tanto no ambiente acadêmico quanto na atuação dos profissionais de comunicação e da linguagem, no exercício dessas funções. A análise do discurso não é novidade enquanto metodologia para análise de

notícias e publicidade, mas o que se propõe aqui, é que os estudos linguísticos e os estudos dos discursos, sejam explorados de maneira mais frequente no campo da comunicação organizacional, uma vez que o discurso habita todos os espaços, e nas organizações, ele passa a ser denominado discurso organizacional.

5.2 ORGANIZAÇÕES COMO CONSTRUÇÕES DISCURSIVAS

A vertente interpretativa dos estudos da comunicação organizacional abriu caminho para as perspectivas mais analíticas e a possibilidade de pluralidade dos quadros teóricos-metodológicos na análise dos objetos de pesquisa, por considerar as organizações como formas subjetivas e socialmente construídas pelos seus membros.

Os estudos que têm explorado as organizações como locais discursivos de formação de sentido e identidade são desenvolvidos desde o final da década de 1980 e, com mais ênfase, a partir dos anos 2000. Segundo Mumby¹⁴ (2009), essas abordagens começaram fazendo um contraste com as pesquisas dos anos de 1960 e 1970, quando as organizações eram tratadas como objeto do estudo da transmissão de informações. “Atualmente, as questões sobre poder, discurso, identidade, diversidade e democracia tornaram-se centrais na tentativa de entender o processo organizacional” (MUMBY, 2009, p.194). Mumby é um dos autores que desenvolve pesquisas com foco nas relações entre discurso, poder e organização e como estes fenômenos interferem nas questões de controle e resistência “e nas formas como essa dialética é discursivamente produzida, mantida e reproduzida” (MUMBY, 2009, p.194).

Esta é apenas uma das vertentes de estudo, pois a relação entre discurso e organização tem merecido atenção cada vez maior dos pesquisadores da área de comunicação organizacional à medida que as organizações têm sido consideradas como construções discursivas¹⁵. Segundo Fairhurst e Putnam (2010, p. 104,105),

¹⁴ Dennis Mumby faz parte da corrente de pesquisadores que usam a teoria crítica para os estudos da comunicação organizacional. Esta abordagem “analisa e critica os mecanismos discursivos pelos quais as organizações constroem realidade (frequentemente, de maneira arbitrária) que atendam seus interesses ao mesmo tempo em que, muitas vezes, prejudicam os interesses de outros *stakeholders*” (MUMBY, 2009, p.200).

¹⁵ Fairhurst e Putnam (2010) destacam um número cada vez maior de pesquisadores e veem a análise do discurso como a nova fronteira para avanços nas ciências organizacionais, como ALVESSON; KÄRREMAN, 2000a, 2000b;

“nesse efervescente campo de trabalho, os estudiosos cada vez mais afirmam que as organizações são construções discursivas porque o discurso é a real fundação sobre a qual a vida organizacional é construída”. A vida organizacional inclui todos os atores que atuam por meio da comunicação e dos discursos, uma vez que esse envolvimento é inerente aos dois elementos constitutivos do ambiente organizacional. Para (Marchiori *et al.*, 2010, p. 215),

Esses estudos refletem sobre a perspectiva de se analisar a comunicação como processo do discurso como forma de manifestação das expressões e dos sujeitos como interlocutores naturais nos processos de construção social. Some-se a essas questões o contexto sócio histórico em que esses grupos se inserem, refletindo ainda a visão ampla e determinada do mundo que os cerca.

Assim, as práticas linguísticas se estabelecem por meio de textos, considerados produtos das atividades discursivas e das interações comunicacionais, e que possibilitam o entendimento das relações organizacionais. Neste quadro relacional de organização-discurso, Deetz (2010, 1992), Fairhurst e Putnam (2010), Alvesson e Karreman (2000), entre muitos outros investigadores, são os pioneiros e principais defensores da ideia de que as organizações são construções discursivas, “por entenderem que as nervuras vitais de uma organização residem no discurso. Sem este, a vida organizacional não tem sentido e perde toda a sua expressão” (FIGUEIRA, 2017, p. 50).

Fairhurst e Putnam (2010) destacam que comunicação e discurso não são sinônimos e que muitos analistas (como ALVESSON e KARREMAN, 2000; POTTER e WETHERELL, 1987) concordam que “o discurso dá forma a significados culturais que viabilizam o social e o comunicativo; o discurso é um meio para a interação social. Por isso, o estudo da linguagem em uso dos processos interativos é fundamental” (p. 109). As autoras concebem o discurso como “sistemas gerais e duradouros para a formação e articulação de ideias em um momento historicamente demarcado no tempo” (FAIRHURST; PUTNAM, 2010, p. 110). Assim, ressaltam a diferença que pode induzir pesquisadores a equívocos quanto ao significado dos termos “discurso/Discursos”, sendo “o primeiro considerado a linguagem em uso, e o segundo, uma área mais ampla e poderosa que ultrapassa os limites do texto” (p.111).

Quadro 3: Resumo das três orientações para a relação discurso-organização.

	Organização enquanto objeto	Organização como em permanente estado de constituição	Organização alicerçada na ação
Definição	Organização identificada como objeto já formado com características discursivas ou resultados.	Organização em permanente estado de “vir a ser”; o discurso é formativo	Organização alicerçada na ação e em formas discursivas.
Variações	Discurso como artefato, organização como caixa-preta; A variação linguística marca fronteiras de comunidades de discurso; Organização reduzida a componentes fundamentais que produzem o discurso.	A organização emerge como linguagem em uso e processo de interação; A organização emerge em sistemas de poder/conhecimento	A organização emerge em processos de responsabilidade laminada; As organizações emergem como sistemas sociais reproduzidos continuamente; As organizações emergem em associações entre humanos e objetos.
Ênfase emergente	Estado de organização como entidade.	Emergente, organizando propriedades do discurso.	Fluxo contínuo de conduta; Como o global é ancorado no local.
Relação indivíduo organização	De cima para baixo; modelo de organização distinta de dominante a modelo de pessoa.	De baixo para cima; modelo de pessoa cria “organização”.	De dentro; modelo de pessoa um componente ativo de modelo de organização.
Macro-micro	Separada, mas interativa.	Separada, mas interativa.	Indiferente ou rejeita.
Agência-estrutura	A organização é retratada como separada da ação dos membros; a agência é desconsiderada ou reprimida rigorosamente.	Favorece a agência sobre a estrutura.	Visa equilíbrio; a agência é uma estrutura componente ativa.
Modelo de agente principal	Inconsciente ou parcialmente ciente.	Tem seu foco no que os agentes sociais sabem.	Tem seu foco no que os atores sociais sabem, mas permite consequências involuntárias.
Crítica	Menospreza o poder formativo do discurso; concretiza a organização.	Muda de “ <i>organizing</i> ” para “organização”; Relativismo.	Tende em direção à agência que minimiza restrições contextuais.

Fonte: FAIRHURST e PUTNAM, 2010, p.113.

Fairhurst e Putnam (2010) expandem a discussão mostrando a vertente que considera as organizações como construções discursivas que tem, pelo menos, três formas de interpretação sobre como se apresenta a organização nesse contexto de análise:

- primeiro, uma **organização pode ser classificada como um objeto** já formado com características e resultados refletidos no discurso. O foco é então a organização já constituída, cujos aspectos culturais são reforçados sempre em seus enunciados, presentes em diálogos escritos ou falados;
- segundo, as **organizações podem ser vistas como em permanente**

estado de constituição através da maneira em que as propriedades do discurso dão forma a um *organizing*¹⁶. Este constante estado de vir a ser ou representar algo, tem foco na maneira como o comportamento da mensagem constitui a organização; e por fim,

- as **organizações podem ser vistas como fundadas, alicerçadas na ação**, ancoradas em práticas sociais e formas discursivas, isso significa focar em suas condutas e nas maneiras com que o global é ancorado no local. Neste caso, a organização não assume a forma de uma entidade identificável.

Essas interpretações sobre discurso são utilizadas pelas autoras para o estudo da linguagem organizacional e interação social e, também, para demonstrar como as três orientações dialogam e talvez contribuam para que o discurso organizacional possa alcançar o *status* de subdisciplina na área da comunicação organizacional. “Argumentamos que as três orientações são necessárias e devem ser utilizadas simultaneamente para que possam revelar uma visão complexa da relação organização-discurso” (FAIRHURST; PUTNAM, 2010, p.107), conforme mostra o Quadro 3.

Ao apresentar as orientações, as autoras propõem que “todas devam ser contempladas nas análises, não numa relação de integração ou de uma se sobrepor a outra, mas no sentido de verificar os tensionamentos que produzem” (FAIRHURST; PUTNAM, 2010, p. 135), assim, os estudiosos podem expandir suas reflexões sobre a relação discurso-organização, numa visão que abarque toda a complexidade do assunto. Para Fairhurst e Putnam (2010, p. 135), “essa postura visa tratar as deficiências de uma visão discursiva de organizações, além de capturar os pontos fortes da análise do discurso e suas contribuições para desenvolver novas teorias”.

Embora seja necessário contemplar as três orientações, neste estudo, a orientação “organização enquanto objeto” tem grande relevância, pois o objeto de análise – o Sesi, é uma organização socialmente construída e apresenta muitas das características desta orientação quanto à definição, variações, ênfase emergente, macro-micros e relação indivíduo-organização. Por isso, questionamos: o que

¹⁶Na tradução do original Organization as Discursive Constructions, o termo técnico *organizing* foi mantido, pois a tradução não tem o mesmo leque de sentido na língua original. As autoras o usam de forma específica para destacar o caráter dinâmico, intermitente e formativo do processo de organizar (MARCHIORI, 2010).

sabemos dos discursos do Sesi, dadas as condições e os contextos que ocorrem? E contrariando a perspectiva de alguns autores sobre esta orientação, neste estudo, as questões sobre sua origem e manutenção não serão menosprezadas, pois os discursos analisados não são desvinculados da organização e do seu contexto.

Outro fator importante desta orientação é que podemos considerar a entidade como uma comunidade de discurso, onde “o discurso emerge como um artefato de subgrupos que vem à tona como conjunto de objetos organizacionais ou comunidades sociais pré-formadas” (FAIRHURST; PUTNAM, 2010, p. 115). Isso porque o Sesi, como organização prestadora de serviços, tem uma característica peculiar de ser a ramificação de uma entidade maior, a CNI, a qual se propõe representar a classe industrial em âmbito nacional e, portanto, neste contexto, pode ser considerada uma organização que pertence, ou até mesmo forma uma comunidade discursiva.

Esta abordagem, somada às demais teorias e contribuições, podem oportunizar reflexões sobre a relação discurso-organização e as linguagens que permeiam esta relação, no sentido de verificar os conteúdos e analisar as formações discursivas presentes no ambiente da indústria. Muito mais que identificar os discursos, tais estudos permitem compreender as relações políticas, sociais e ideológicas inerentes aos processos discursivos. Portanto, a partir dessas considerações, é possível afirmar que a identificação do teor discursivo da revista Sesiinho permite identificar traços da identidade do Sesi e um possível alinhamento entre discurso organizacional e as práticas organizacionais que sustentam a existência da entidade.

5.2.1 Comunidade Discursiva do Sesi

Nas abordagens de Fairhurst e Putnam (2010), não há uma clareza sobre o conceito de comunidades de discurso, por isso, recorreremos a autores como Swales (1990), Maingueneau (1998) e Charaudeau e Maingueneau (2004) que esclarecem o conceito e características desses grupos que possuem uma identidade discursiva compartilhada, e Torquato (2010) que trata das organizações representativas de classe. Segundo o autor, essas entidades preenchem um vácuo deixado pela área

política, ascendendo posicionamentos, energizando ambientes, influenciando no sistema de decisões. Suas atuações político-institucionais têm tanta importância quanto a missão corporativa de defesa de interesses das classes e categorias profissionais.

Cabe ressaltar que, no contexto deste estudo, o conceito de comunidade não será problematizado a partir de perspectivas históricas ou políticas, nas quais necessariamente teríamos que recorrer à sociologia, psicologia social e outras áreas do conhecimento que trazem reflexões sobre o conceito, tampouco vamos resgatar as concepções clássicas onde existe uma delimitação entre os conceitos de comunidade e sociedade, ou as contemporâneas, que problematizam o termo considerando a leitura dos movimentos sociais em rede ou comunidades instantâneas constituídas em espaços híbridos entre as redes sociais da internet e o espaço urbano ocupado (OBERG, 2018). Não buscaremos aqui um consenso sobre o significado de comunidade, mas partimos da proposição de que “o entendimento sobre o viver em comunidade implica testemunhar a cultura em que vivemos e problematizar as diversas formas como os homens estão construindo os seus vínculos” (OBERG, 2018, p. 710).

Neste estudo nos referimos aos vínculos estabelecidos no ambiente organizacional onde pessoas e entidades possuem e/ou compartilham uma identidade discursiva, que pode ser estudada a partir dos textos produzidos com seus propósitos comunicativos e em diferentes contextos situacionais. Este é o caso das entidades patronais de classe, como CNI e Sesi. Torquato (2010) acredita que as atividades das entidades associativistas podem ser agrupadas em quatro vertentes: o campo da batalha externa, onde a entidade luta para preservar os interesses das categorias que representa e expandir suas forças, e isso ocorre em duas linhas – vanguarda e retaguarda. A linha de vanguarda consiste na defesa aberta dos interesses dos representados juntos aos poderes constitucionais, e a linha de retaguarda indica que a meta é oferecer serviços aos associados.

A segunda vertente é o campo corporativo interno gerador do sentido corporativo; este, por sua vez, sustenta a fortaleza institucional. Assim, quanto mais unida a comunidade e integrada em torno das ideias e posicionamentos, mais forte será a associação. O campo formacional é outra vertente, relacionada à área de desenvolvimento tecnológico e aperfeiçoamento profissional dos associados e os

consequentes avanços das categorias representadas. Por fim, o quarto campo de atuação é o da visibilidade, pois a entidade necessita tornar-se conhecida para ter mais força e possibilidade de fazer mais pressão. Em todas estas vertentes a comunicação é fundamental para dar forma e imagens aos fatos e pensamentos produzidos pela instituição e pela atuação de seus dirigentes.

A comunicação é o sistema de transporte de uma ideia, de um conceito, de um corpo filosófico e das ações empreendidas por uma entidade. A imagem, para ser bem percebida e gerar efeitos positivos há de aparecer como um conjunto monolítico, uniforme e inseparável. Um princípio elementar de comunicação é a indivisibilidade de formas e processos. [...] Significa que suas partes precisam ser posicionadas em um centro unificado de geração e irradiação de informações (TORQUATO, 2010, p.166).

Para que isso ocorra é fundamental um plano estratégico de comunicação, onde a linguagem, que ancora o discurso da entidade, seja única e compreensível para seus públicos. Este objetivo é alcançado quando existe o compartilhamento e a compreensão dos objetivos institucionais, revelados em inúmeras práticas comunicativas, elaboradas pelas áreas que operacionalizam o sistema de comunicação. A unicidades das mensagens e enunciados vão ser caracterizadas por Pêcheux (1969), ao conceituar a superfície discursiva como sendo correspondente ao conjunto de enunciados produzidos a partir de uma determinada posição, como também um sistema de restrições que permite analisar as características e especificidades desta mesma superfície.

Maingueneau (1997, p. 22-23) também faz uma reflexão sobre o que ele chama de fonte de deslizamentos semântico destacando os elementos que entram na delimitação do discurso “para alguns apenas os enunciados são integrados, enquanto outros levam em conta o complexo institucional que está associado à sua enunciação”. Assim, a superfície discursiva corresponde a uma das camadas do discurso, que são os enunciados produzidos a partir da posição sujeito assumida em uma determinada estrutura social e vinculada a uma mesma formação discursiva. Mesmo não sendo o foco da AD, essa camada essencialmente textual, nos permite acessar o objeto de discurso, suas formações discursivas e suas condições de produção. Nesse contexto, o sistema da indústria¹⁷ pode ser entendido como comunidade discursiva que, segundo definição de Maingueneau (1998), são grupos

¹⁷ O Sistema Indústria é formado pela CNI, SESI, SENAI – Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial, IEL – Instituto Euvaldo Lodi e Federações das Indústrias, com sedes em todos os Estados.

sociais que produzem e administram um certo tipo de discurso,

[...] pressupondo que as instituições produtoras de um determinado discurso não são mediadoras transparentes, ou seja, o modo de organização de seus componentes e de seus discursos são inseparáveis, e o teor dos enunciados de uma formação discursiva torna possível o grupo que lhe é associado (MAINGUENEAU, 1998, p.29).

Esta noção apareceu nos anos de 1980, ganhou múltiplos sentidos nas décadas seguintes, e está atrelada à noção de formação discursiva. Segundo Charaudeau e Maingueneau (2004, p.108) as formas de organização dos homens e de seus discursos são indissociáveis pois “as doutrinas são inseparáveis das instituições que as fazem emergir e que as mantêm”, assim, nesta perspectiva, a noção de comunidade discursiva permite que se identifique e caracterize os locutores e seus posicionamentos.

Os autores acrescentam ser possível distinguir diversos tipos de comunidade discursiva: a predominantemente econômica (empresas, organizações), em que um grupo se responsabiliza pela produção de certos gêneros de texto; a predominantemente ideológica, que são portadoras de valores, opiniões e crenças (partidos políticos, associações) que produzem textos em prol de suas causas; a predominantemente científica e técnica, que produz conhecimentos acessíveis a membros de suas áreas específicas do conhecimento; e, por fim, a comunidade do espaço midiático, que difunde e confronta opiniões (CHARAUDEAU; MAINGUENEAU, 2004).

Nesta linha de raciocínio, o Sesi se enquadra na categoria de comunidade discursiva predominantemente econômica e ideológica, pois tem uma estrutura organizacional formal que permite difundir valores e crenças relativos às causas pelas quais existem. Essa comunidade tem uma identidade marcada por saberes, conhecimentos, valores e crenças com os quais seus membros se reconhecem e passam a produzir e reproduzir os discursos que circulam no grupo social ao qual estão vinculados. Lembrando que grupos sociais diferentes estão reunidos em torno da entidade que os representam (indústrias da área de confecções, da alimentação, da metalmecânica etc.), mas que pertencem a uma mesma comunidade discursiva da indústria. Swales (1990, p.9) também esclarece alguns pontos quanto à afinidade discursiva de determinados grupos ao definir comunidades discursivas como

redes sócio-retóricas que se formam de modo a trabalhar por um conjunto de objetivos comuns. Uma das características que os membros estabelecidos dessas comunidades discursivas possuem é a familiaridade com os gêneros específicos que são usados na busca comunicativa destes conjuntos de objetivos (Swales, 1990, p.9).

Assim, nas comunidades discursivas, os indivíduos se identificam entre si por meio de diversos fatores, como ocupacionais, de especialidade ou mesmo por gostos pessoais, sendo assim, "indivíduos pertencentes a uma comunidade discursiva não só dominam um determinado repertório de gêneros discursivos, hábitos e experiências em comum, como também conservam uma relação de aproximação com eles (ROCHA, 2014, p.3).

Esta aproximação não se refere a questões geográficas, mas a questões ideológicas e de interesses, e ocorrem, por exemplo, por meio das práticas comunicativas que unem esses interlocutores (publicações, intranets, vídeos, treinamento etc.). Para Swales (1990), o pertencimento a determinadas comunidades discursivas não é automática e está relacionada a uma escolha, por exemplo, nem todas as organizações industriais do Brasil estão vinculadas à CNI ou utilizam os serviços do Sesi e, por opção, acabam se distanciando desta comunidade discursiva.

Para que haja a integração de uma organização ou de um indivíduo no contexto de uma determinada comunidade discursiva, o autor coloca algumas "metas comuns" que envolvem a experiência temática e dos gêneros discursivos dominados pela comunidade, os quais podem ser assimilados por meio de mecanismos comunicativos específicos e, ainda, a aquisição e utilização dos léxicos envolvidos nos gêneros e temas que fazem parte da construção social da comunidade discursiva. Para a categorização e definição de uma comunidade discursiva, Swales (1990) identificou seis parâmetros fundamentais:

1. uma comunidade discursiva possui um conjunto compartilhado de metas comuns – as metas, publicamente reconhecidas, são objetivos comuns que podem ser concretos ou abstratos, simples ou complexos; na indústria, essas metas estão formalizadas na missão, visão e valores norteadores da existência das entidades que a representam;
2. uma comunidade discursiva possui mecanismos de intercomunicação entre seus membros; na indústria existem práticas comunicativas que geram o relacionamento dos seus membros, por meio de publicações,

eventos, comunicação administrativa etc.;

3. uma comunidade discursiva utiliza, prioritariamente, mecanismos participativos para oferecimento de informação e de seu retorno; na indústria, cada segmento pode produzir materiais de comunicação e a entidade que as representa se encarrega de compartilhar as informações para toda a rede de membros, mesmo que sejam de áreas distintas;
4. uma comunidade discursiva utiliza e domina um ou mais gêneros como apoio comunicativo a suas metas; na indústria, no âmbito da comunicação organizacional, o discurso institucional pode ser considerado um gênero em suas diversas formas e práticas comunicativas;
5. além de seus próprios gêneros, uma comunidade discursiva possui uma rede específica de léxicos e contextos – ou seja, vocabulário específico; na indústria os léxicos podem ser observados nos textos produzidos pelas entidades do sistema indústria e buscam fazer sentido para todos os membros, mesmo que atuem em segmentos diferentes;
6. uma comunidade discursiva possui certo nível de membros com grau elevado de conteúdo relevante e de experiência discursiva – há sempre uma razão viável entre o número de membros altamente próximos aos elementos da comunidade e aqueles novos, em nível inicial; Na indústria, esses membros têm destaque ao assumirem funções de comando, como presidência, diretorias, coordenadorias, etc. cujos poderes inerentes aos cargos, os colocam na condição de formadores de opinião e na função de aglutinar apoiadores às causas que representam.

Além desses parâmetros, Swales (1990) amplia o debate vinculando os conceitos de comunidade discursiva aos estudos que tratam da análise de gêneros¹⁸, contribuindo para a compreensão do funcionamento dos textos na comunicação de determinados grupos sociais bem como o caráter empírico da linguagem. Para o autor, um gênero compreende uma classe de eventos comunicativos, cujos membros compartilham um conjunto de propósitos comunicativos. Esses propósitos são reconhecidos pelos membros especializados da comunidade discursiva e, dessa

¹⁸ O conceito de gêneros, se baseia em Bakhtin (2003), que considera os gêneros do discurso como produtos comunicativos que se distinguem pela utilização de tipos relativamente estáveis de enunciados em sua composição. Tais gêneros seriam flexíveis e mutáveis, por meio de novas utilizações e reorganização de suas funções; porém, para isso, seria necessário o pleno domínio dos gêneros de base (ROCHA, 2014, p.04).

forma, passam a constituir o fundamento do gênero, “em conseqüência, gêneros são propriedades de comunidades discursivas; o que quer dizer que gêneros pertencem a comunidades discursivas, e não a indivíduos, a outros tipos de grupos ou a vastas comunidades de fala” (Swales, 1990, p.58).

Baseando-se nesses pressupostos, os enunciados da indústria, em suas diversas formas de linguagem, fazem parte do gênero de discurso institucional e, inseridos na comunidade discursiva da indústria, visam a produzir sentido junto aos seus interlocutores, contemplados aqui como os diversos públicos com os quais o Sistema Indústria se relaciona. Esses enunciados evidenciam as crenças, valores culturais e sociais e a ideologia de seus representados, ou sejam evidenciam os discursos organizacionais.

5.3 RELAÇÃO DO DISCURSO ORGANIZACIONAL E INSTITUCIONAL COMO FATORES DE LEGITIMAÇÃO

O processo de globalização que ocorreu no século passado e se consolidou no início do século XXI impactou a dinâmica de funcionamento das organizações e, mais ainda, alterou as formas de relacionamento com os grupos sociais que as influenciam direta e indiretamente. Num cenário de integração e interdependência global, mas também de desigualdades e antagonismos, as instituições devem ter perfis flexíveis e capacidade de, além de produzir seus respectivos bens e serviços, de estreitar seus relacionamentos com a sociedade, não apenas informando, mas criando possibilidades de o cliente/cidadão ter voz e participação em sua existência.

Nesse contexto, a gestão da comunicação com seus públicos será um termômetro de quanto e como as organizações estão alinhadas com as demandas da sociedade. Com a comunicação, além de apresentar-se, as organizações devem expressar suas ideias e valores, condições que podem determinar sua condição de existência. Para Roman (2009, p. 146), é tarefa das organizações suprirem os processos de comunicação “com informações claras, precisas, suficientes, acessíveis, adequadas e pertinentes para cada público”, lembrando que cada comunicação terá objetivos específicos.

Em todo processo de comunicação, verifica-se um objetivo básico, que é influenciar, persuadir, “nosso objetivo básico na comunicação é tornarmo-nos agentes influentes, é afetarmos os outros, nosso ambiente físico e nós próprios, é tornarmo-nos agentes determinantes, termos opção no andamento das coisas. Em suma, nós nos comunicamos para influenciar – para afetar com intenção” (BERLO, 1972, p.22). Este aspecto persuasivo da comunicação é reforçado por Fiorin (2005), que vai além, ao afirmar que o ato de comunicação é um jogo de manipulação, onde o enunciador utiliza várias formas de argumentação que levam o enunciatário a crer naquilo que se transmite.

Nesse jogo de persuasão, o enunciador utiliza-se de certos procedimentos argumentativos visando a levar o enunciatário a admitir como certo, como válido, o sentido produzido. A argumentação consiste no conjunto de procedimentos lingüísticos e lógicos usados pelo enunciador para convencer o enunciatário. Por isso, não há sentido na divisão que se costuma fazer entre discursos argumentativos e não argumentativos, pois, na verdade, todos os discursos têm um componente argumentativo, uma vez que todos visam a persuadir (FIORIN, 2005, p.75).

Nessa linha, Halliday (2009) coloca que o discurso organizacional pode ser definido como “um conjunto de práticas lingüísticas, semânticas e retóricas das pessoas jurídicas” (HALLIDAY, 2009, p. 32). Essas práticas são tangíveis em textos e representações visuais que compõem a realidade organizacional. Para a autora, a dinâmica organizacional e o discurso ocorrem simultaneamente, pois,

[...] não se podem conceber desempenho, políticas, liderança, atos de responsabilidade social sem um discurso a secundá-los. Os significados produzidos e expressos por uma organização agregam valor ao seu cabedal, isto é, ao conjunto de bens materiais e imateriais, além de formarem o patrimônio organizacional (HALLIDAY, 2009, p. 32).

Para a autora, as organizações, em suas práticas comunicativas, utilizam palavras e símbolos para, além de informar, apresentar razões e justificar-se, para isso constroem discursos legitimizantes, numa tentativa de alinhar seus posicionamentos aos interesses e valores de seus interlocutores, por isso, “os textos produzidos pelas organizações – difundidos seja por meio da fala, seja por escrito – são a manifestação primordial do seu discurso” (p.32).

Halliday (2009) afirma que todo discurso no âmbito organizacional se reveste de uma retórica, ou seja, modos de definir a realidade conforme os objetivos e visão que a fonte deseja compartilhar. Assim, a retórica das organizações é revelada em diferentes formas e atos de comunicação, os quais a autora denomina como atos

retóricos, que se destinam a influenciar a percepção das pessoas.

Discurso e retórica parecem fundir-se em um só conceito, tão imbricados estão. Se o discurso é uma construção simbólica da realidade, a retórica é o revestimento dessa construção. Todo discurso é uma retórica na medida em que busca influenciar as relações humanas (HALLIDAY, 2009, p. 33).

A autora se refere aos atos de comunicação que ocorrem no ambiente organizacional como atos retóricos e afirma que “o discurso está entranhado nos processos organizacionais porque estes dependem de atos retóricos para funcionar” (p. 32). Assim, na comunicação organizacional é possível identificar e classificar os diversos tipos de mensagens de acordo com o grau de retoricidade, o que possibilita analisar as necessidades de argumentação em cada momento do discurso, seja ele institucional ou mercadológico (HALLIDAY, 2009).

Halliday (2009) contribui com a discussão ao destacar temas legitimadores na argumentação organizacional que, em sua visão, passam a constituir um gênero do discurso organizacional – a retórica da legitimação, ou o discurso de legitimação, que trazem três temas legitimadores recorrentes: a. as empresas são excelentes e úteis; b. são identificadas com os valores e interesses de seus interlocutores/clientes e com as necessidades e desejos da sociedade; c. são transcendentais, ou seja, são aliadas de causas nobres e de objetivos altruístas. Suchman (1995, p.574) esclarece que a legitimidade é uma percepção compartilhada ou um pressuposto de que as ações de uma organização “são desejáveis, corretas ou apropriadas dentro de um sistema socialmente construído de normas, valores, crenças e definições”. Essas percepções são, ao mesmo tempo, meta e resultado da retórica organizacional.

A legitimidade organizacional se refere ao reconhecimento e possível aprovação da organização pelos grupos sociais com os quais se relaciona. Os públicos percebem a empresa/entidade como representante legítima da sua área de atuação, pois tem credenciais que a qualificam para tal condição. Para isso, “os públicos-alvo são coautores na construção da legitimidade organizacional, ou seja, da tessitura do consenso para que a organização seja e continue a ser bem aceita, como agente econômico, social, cultural e político” (HALLIDAY, 2009, p. 47). Vale lembrar que esses mesmos públicos também podem desqualificar as organizações, de acordo com suas experiências, que ocorrem por meio dos atos comunicativos, da linguagem e da percepção do alinhamento (ou contradição) entre o discurso e as práticas

institucionais e mercadológicas.

Fairclough (2001) nos ajuda a compreender esta relação de discurso e ação que ocorre no ambiente organizacional, ao afirmar que o discurso é uma forma de representação e ao mesmo tempo uma forma de ação, onde pessoas afetam a sociedade e o outro. O mesmo podemos afirmar sobre o discurso organizacional que, segundo Oliveira e Marchiori (2013, p. 15), “compreende tanto as regras que especificam uma posição enunciativa organizacional como o conjunto de enunciados mantidos a partir dessa posição”.

Podemos afirmar, então, que as organizações são ancoradas em suas práticas sociais e, ao mesmo tempo, nas formas discursivas que adota para a construção e manutenção de seus relacionamentos. Tomemos como exemplo o Sesi, que tem sua base nas ações práticas, vinculadas à missão e metas, e que conduz as atividades diárias junto aos seus grupos de interesse (práticas sociais); e nas suas diversas formas de comunicação internas e externas, que apresentam a entidade, o resultado de suas atividades e a legitimação de suas ações junto à sociedade.

As autoras veem a organização como um ator social constituída de outros atores que desempenham papéis tanto interna quanto externamente, o que a torna dotada de ambiguidades, necessidades e vontades que emergem em seus discursos e, ao mesmo tempo, no discurso dos demais atores com os quais interage. Por isso, reconhecem que os processos comunicativos ocorrem entre subjetividades em determinados contextos, o que impede a ideia de que a comunicação possa ser gerida de tal forma que alcance consenso e ordem pois, “os processos comunicativos desafiam a natureza da harmonia e do controle, já que nas organizações, coexistem em arenas e lugares de fala diferentes” (OLIVEIRA; MARCHIORI, 2013, p. 15). Daí a importância de se compreender a construção de sentidos na esfera da comunicação organizacional e como as estratégias comunicacionais são utilizadas como forma de materialização dos discursos e de legitimação das organizações.

O fato de o discurso ser fator para legitimação, não significa qualificá-lo como positivo ou negativo, pois ao ser considerado, na perspectiva da AD, como efeito de sentido, será observado como e em quais condições ele acontece e, conforme Lasbeck (2009, p. 24), “os textos gerados por qualquer discurso sofrem um intenso processo de relativização (e revitalização) crítica, consciente ou inconsciente, quando são

confrontados com a experiência, o repertório, os valores e as crenças do indivíduo ou do grupo de indivíduos que o recebem”. Neste estudo, o gênero do discurso analisado no ambiente organizacional é o discurso institucional, que equivale, aqui, ao que Halliday denomina como temas legitimadores, pois, como apresentado na sequência, esse é um dos objetivos da comunicação institucional, na qual emergem os discursos institucionais, nos textos e enunciados produzidos pelas organizações.

Roman (2009, p.129) pode amparar esta proposição, pois afirma que os enunciados são todos os textos verbais (orais e escritos) “dirigidos a interlocutores e produzidos na organização, a partir de um determinado espaço e tempo, com uma intencionalidade específica. Discurso, por sua vez, refere-se a um conjunto de enunciados que pertencem a um mesmo gênero”. Para isso, se baseia em Bakhtin (1992) que define o gênero do discurso como “a esfera da comunicação verbal em que o enunciado é produzido e recebido, caracterizada por cinco componentes: 1. condição de produção, circulação e recepção [...]; 2. estilo composicional [...]; 3. Interlocutores [...]; 4. escopo intencional daquele que fala ou escreve [...]; funcionalidade temática, dada pelo conteúdo do enunciado.

Assim, podemos considerar a instância da comunicação institucional como espaço onde são produzidos os discursos institucionais. A comunicação institucional será aqui entendida como uma modalidade da comunicação organizacional que apresenta os elementos da identidade da organização como sua filosofia, seus comportamentos, sua missão, sua visão, seus valores, suas políticas e suas diretrizes e práticas de funcionamento (Kunsch, 2003). Nessa modalidade, emergem os discursos institucionais, que podem ser considerados como possíveis gêneros do discurso organizacional.

Essa delimitação é importante para que os discursos possam ser analisados de maneira diferenciada na intercessão dos estudos da linguagem e da comunicação. A proposta é que nos afastemos da linearidade que marcam os estudos da comunicação organizacional e passemos a considerar os aspectos discursivos, as condições de produção e as formações discursivas presentes nos enunciados organizacionais. As análises não pretendem comparar discursos ou verificar seus aspectos de veracidade e credibilidade, pois, segundo Courtine (2006, p. 77), “a análise do discurso não pergunta se o discurso diz a verdade, mas tenta perguntar

como o discurso assegura como verdade o que foi construído”.

Nesse campo, as análises nunca serão completas e conclusivas, pois identificarão traços de operações discursivas, num campo de efeitos possíveis (Verón, 2004), pois os sentidos produzidos ocorrem a partir das relações da enunciação, e, portanto, envolvem enunciadores (organizações) e co-enunciadores (públicos). Mais uma vez esses conceitos afastam a relação emissor/receptor, que apresentam sentidos de linearidade e passividade quanto ao papel do destinatário. No universo da análise do discurso organizacional, o público é relevante por sua interação e participação nos processos discursivos, como produtor de sentidos.

Como sujeitos sociais, organização e públicos constituem os discursos e, segundo Pinheiro (2013, p. 170), “é o discurso que estabelece as diferenças entre cada tipo de público de uma empresa e é no discurso que encontraremos seus interesses, suas expectativas, suas insatisfações e suas referências ou seus saberes”. Por isso, a análise do discurso possibilita a verificação das circunstâncias da produção do discurso organizacional e o posicionamento dos atores sociais que constituem esse universo.

5.3.1 Discurso Institucional e *Ethos*: possíveis interseções

Neste estudo, as organizações estão sendo consideradas como locutores coletivos, ou seja, grupos sociais que produzem seus discursos no sentido de reforçar e legitimar suas identidades numa determinada conjuntura (MAINGUENEAU, 2015; HALLIDAY, 2009). Os discursos com esta finalidade, são apresentados no âmbito da comunicação institucional e como afirma lasbeck (2009), tanto nas práticas linguísticas como nas práticas organizacionais, identidade e discurso são conceitos intimamente associados, uma vez que as organizações são espaços discursivos e os discursos institucionais só existem se considerada a historicidade que os constituem. Conforme Mariani (2015, p.04), é imprescindível “percorrer a historicidade constitutiva da formação de uma instituição para melhor compreender sua produção discursiva. Afinal, linguagem e história constituem-se mutuamente”.

Baseando-se nesses pressupostos, os enunciados da indústria, em suas

diversas formas de linguagem, e constituídos no gênero do discurso institucional, inseridos na comunidade discursiva da indústria, visam produzir sentido junto aos seus interlocutores, contemplados aqui como os diversos públicos com os quais o Sistema Indústria se relaciona. Estes enunciados evidenciam as crenças, valores culturais e sociais e a ideologia de seus representados, ou seja, evidenciam os discursos organizacionais. Esses discursos se baseiam então na filosofia da empresa, que costumam ser formalizados em documentos institucionais e reforçados em todas as suas práticas comunicativas, na prestação dos seus serviços e nas demais formas de relacionamento com seus públicos.

Neste estudo o gênero do discurso analisado no ambiente organizacional é o discurso institucional, que equivale, aqui, ao que Halliday denomina como temas legitimadores, pois, como apresentado na sequência, esse é um dos objetivos da comunicação institucional, na qual emergem os discursos institucionais, nos textos e enunciados produzidos pelas organizações.

Sem dúvida, algumas das principais argumentações presentes no discurso institucional se referem às representações da imagem e da identidade organizacional. Os discursos, com as demais ações organizacionais, legitimam as organizações e contribuem para o reconhecimento da identidade e para a formação e fortalecimento da reputação organizacional. Almeida (2009) apresenta um estudo esclarecedor para o entendimento desses fenômenos que são imprescindíveis para o desenvolvimento e posicionamento da organização, pois atuam como um processo contínuo de retroalimentação e interdependência.

A relevância desses estudos para a área de comunicação organizacional pode ser resumida no maior entendimento de como ocorre o processo de construção de sentido sobre a organização na perspectiva de seu público interno e de seus *stakeholders*¹⁹ externos. Os estudos mostram também que um dos principais indicadores de uma reputação forte se sustenta no alinhamento entre discurso institucional e a prática organizacional, desafio que perpassa os conceitos de identidade e imagem (ALMEIDA, 2009, p. 216).

¹⁹ Nos estudos da gestão de relacionamento, os termos público e *stakeholders* englobam pessoas que têm relacionamentos diretos ou indiretos com as organizações. Enquanto o público se configura como um grupo especializado cujos membros têm interesse específico nas atividades e comportamentos das organizações (FERRARI; FRANÇA e GRUNIG, 2009); os *stakeholders* representam qualquer indivíduo ou grupo que pode influenciar ou ser influenciado pelos atos, decisões e objetivos de uma organização. Tanto o público como os *stakeholders* afetam e sofrem as consequências das decisões gerenciais, num processo contínuo de relacionamentos.

A identidade organizacional está relacionada às características ou atributos específicos de uma organização, que a diferencia das demais. Muitos autores divergem quanto ao conceito, ao defenderem que a identidade é única, múltipla ou que ela está em constante construção. A identidade pode ser considerada única por se tratar de uma só organização, percebida e praticada por “indivíduos com percepções, visões e perspectivas distintas, que vão construindo seus significados e (re) significando-os em um ambiente cultural exposto às influências socioeconômicas e políticas” (ALMEIDA, 2009, p.217). É por meio de elementos como comportamento, símbolos e comunicação que a organização cria a sua auto apresentação e promove sua visibilidade.

Para Almeida (2009, p. 228), a imagem se refere às percepções individuais ou coletivas das pessoas ou grupos em relação a determinadas organizações. “A formação da imagem é um processo subjetivo, único, relacionado à experiência individual e, ao mesmo tempo, somatório de sensações, percepções e inter-relações de atores sociais”. Enquanto a identidade se refere à soma das maneiras que uma organização escolhe para identificar-se perante seus públicos por meio de ações comunicativas, a imagem seria a percepção dessas informações, ou, o reflexo da identidade de acordo com a visão de cada receptor. A imagem organizacional é importante para o funcionamento de uma organização por influenciar o *feedback* e comportamento de seus públicos e por permitir comunicar suas características e seu posicionamento.

A imagem tem a característica de ser mutável, de acordo com as ações comunicacionais, e a reputação sólida é criada quando a identidade e imagem da organização estão alinhadas, ou seja, o discurso institucional é coerente com a essência da organização, com o que de fato ela é e representa. “A reputação teria uma dimensão histórica, a qual reflete a percepção da consistência de ação e comportamento da corporação ao longo do tempo” (ALMEIDA, 2009, p. 232).

De forma complementar, Lasbeck (2009, p.8) ressalta que a identidade “emerge das relações que se estabelecem entre discurso e imagem” e entende que pode existir uma possibilidade de controle e coordenação da identidade organizacional, desde que, de um lado, se otimizem os recursos da comunicação e, de outro, que se monitore as formas de recepção dos discursos. Para o autor, “a

identidade envolve muitas dimensões do modo de ser e atuar das organizações, [...] a identidade não pode ser compreendida, caracterizada ou configurada senão das relações que a fazem surgir”. Portanto, no campo da comunicação institucional, é essencial reconhecer a imbricação da tríade composta pelas práticas organizacionais, discurso organizacional e perspectiva/produção de sentido dos públicos para se compreender a relação da identidade, imagem e reputação das organizações.

Neste contexto, podemos inferir que identidade, imagem e reputação organizacional podem ser, além de elementos constitutivos da relação organização/públicos, resultados dos discursos institucionais, enquanto gênero da comunicação institucional. Esta perspectiva pode ser vinculada com a discussão proposta por Halliday (2009) que coloca os discursos institucionais como resultado dos atos retóricos, quando utilizados como temas legitimadores das organizações em seu discurso organizacional.

A produção do discurso institucional também pode ser relacionada com a formação do *ethos*²⁰ organizacional, ou seja, a imagem, personalidade da organização que é revelada em seus enunciados e não em seus reais atributos. Segundo Amossy (2005), a noção de *ethos* para designar a imagem do locutor como ser do discurso, num primeiro momento, passa pela discussão de especialistas de várias áreas, como a Filosofia Analítica, a Retórica, a Pragmática, a Sociologia da literatura e a Narratologia e, num segundo momento, o conceito é reelaborado na Pragmática e na Análise do Discurso, sendo desenvolvida por Maingueneau em suas obras a partir da década de 1980.

Para o autor, esse *Ethos* não está vinculado com à tradição retórica de associar *ethos* a “persuasão por argumentos”. Como esclarece Maingueneau (2005), p. 69) “a noção de *ethos* permite, de fato, refletir sobre o processo mais geral da adesão de sujeitos a uma posição discursiva”, por isso, o *ethos* pode ser formado mesmo antes de o enunciado ser concluído, mas para isso é necessário que o interlocutor tenha um certo conhecimento do gênero discursivo a que está sendo exposto e sobre o posicionamento ideológico da organização que mobiliza as práticas

²⁰ A integração do termo *ethos* às Ciências da Linguagem ocorreu na teoria polifônica de Oswald Ducrot, quando trata da enunciação como aparição de um enunciado, e não do ato de alguém que produz a enunciação. Em seguida, o conceito foi desenvolvido por Dominique Maingueneau, no campo da Análise do Discurso (Amossy, 2005, p.14).

comunicativas, seus enunciados e, nestes, seu discurso.

Maingueneau (2005) reforça a necessidade de se apontar o locutor como ser real de determinados campos discursivos. Outra diferença nessa perspectiva é que o autor avança no estudo do *ethos*, como resultado de uma argumentação vinculada à oralidade, para o *ethos* que surge em textos escritos e até mesmo textos sem sequencialidade ou que não estejam exatamente numa situação de argumentação, pois, “além da persuasão por argumentos, a noção de *ethos* permite, de fato, refletir sobre o processo mais geral da adesão de sujeitos a uma certa posição discursiva” (2005, p.69).

É com esta perspectiva que este trabalho segue, considerando o segmento industrial como ser empírico no processo discursivo, especificamente, um locutor coletivo que busca a adesão de seus interlocutores por meio de suas práticas discursivas presentes na comunicação institucional.

Para Maingueneau (2005), a construção da imagem de si está fortemente ligada à enunciação, isso não impede que o público construa a representação do *ethos* do enunciador antes mesmo que ele fale. Para o autor, os discursos que emergem de textos escritos têm uma vocalidade específica que pode ser relacionada a uma fonte enunciativa, “por meio de um tom que indica quem disse: o termo ‘tom’ apresenta a vantagem de valer tanto para o escrito quanto para o oral” (p.72). Esse tom implica na determinação de um corpo do enunciador. A leitura faz emergir uma origem enunciativa e o elemento fiador, constituído a partir do leitor com base em indícios textuais, e investido de caráter e corporalidade, conforme explica Maingueneau (2005, p. 72):

O “caráter” corresponde a um feixe de traços psicológicos. Quanto à “corporalidade”, ela é associada a uma compleição corporal, mas também a uma forma de vestir-se e de mover-se num espaço social. O *ethos* implica assim um controle tácito do corpo, apreendido por meio de um comportamento global. Caráter e corporalidade do fiador apoiam-se, então, sobre um conjunto difuso de representações sociais valorizadas ou desvalorizadas, de estereótipos sobre os quais a enunciação se apoia e, por sua vez, contribui para reforçar ou transformar.

Maingueneau (2005) ressalta que o texto não é apenas para ser contemplado, mas uma forma de enunciação que se volta para o leitor (co-enunciador) para mobilizá-lo e fazê-lo aderir a um determinado universo de sentido. Neste processo no qual o leitor se relaciona com o *ethos* do discurso, existem três momentos interligados:

-A enunciação do texto confere uma corporalidade ao fiador, ela lhe dá corpo; O co-enunciador incorpora, assimila um conjunto de esquemas que correspondem à maneira específica de relacionar-se com o mundo, habitando seu próprio corpo; - Essas duas primeiras incorporações permitem a constituição de um corpo, da comunidade imaginária dos que aderem a um mesmo discurso (MAINGUENEAU, 2005, p.73).

Assim, o *ethos* remete à figura do “fiador” que, por meio de sua fala, revela uma identidade compatível com o contexto que supostamente está presente em seus enunciados. Nesse mesmo sentido, Amossy (2005) acredita que todo locutor (indivíduo ou organização) efetua em seu discurso sua própria apresentação, o que possibilita a formação de sua imagem, de forma deliberada, ou não. A pesquisadora explica que, de forma simultânea, “o *ethos* está ligado ao estatuto do locutor e à questão de sua legitimidade, ou melhor, ao processo de sua legitimação pela fala” (2005, p.17).

Transpondo esse conceito à realidade organizacional, significa que, em suas enunciações, a organização está formando imagens que continuarão a ser formadas em função da própria existência da organização. No objeto desse estudo, a estratégia usada pelo Sesi para se corporificar foi usar um espaço enunciativo que se aproxima do leitor por meio da linguagem específica dos quadrinhos, onde os enunciados se apoiam num personagem que facilita a corporificação da entidade. Assim, seguindo a premissa de Maingueneau (2005):

- os textos presentes na revista Sesi conferem uma corporalidade ao Sesi, fiador do discurso, e a linguagem visual facilita esse processo quando corporifica a entidade num personagem real, cujas características estão próximas do leitor;
- o leitor é o co-enunciador que pode assimilar, ou não, esquemas (comportamentos) para se relacionar com o mundo;
- esses dois momentos convergem para uma possibilidade de constituição de um novo corpo, ou uma comunidade imaginária que poderá aderir a um mesmo discurso, nesse caso, efetivando imagens acerca do fiador (na perspectiva da Comunicação Organizacional) ou efetivando o *ethos* organizacional (na perspectiva da Análise de Discurso).

Maingueneau (2005, p. 75), afirma que a noção de *ethos* está vinculada a uma cena de enunciação (prática discursiva, ato comunicativo), pois o discurso necessita

de um espaço para ser enunciado e “qualquer discurso, por seu próprio desdobramento, pretende instituir a situação de enunciação que o torna pertinente”, sendo composta: a) pela cena englobante - que corresponde ao tipo de discurso; b) pela cena genérica – associada a um gênero ou subgênero; c) pela cenografia construída - de onde origina-se o texto.

Nesse sentido, o *ethos* organizacional relacionado está vinculado da seguinte forma ao objeto deste estudo:

- a) cena englobante: discurso organizacional da indústria;
- b) cena genérica: discurso institucional do Sesi;
- c) cenografia construída: revista Sesinho.

Assim, a revista Sesinho, faz parte de uma cena de enunciação, da qual se origina o *ethos* discursivo do Sesi, pois

[...] o enunciador não é um ponto de origem estável que se “expressaria” dessa ou daquela maneira, mas é levado em conta um quadro profundamente interativo, em uma instituição discursiva inscrita em uma certa configuração cultural e que implica papéis, lugares e momentos de enunciação legítimos, um suporte material e um modo de circulação para o enunciado (MAINGUENEAU, 2005, p. 75).

As histórias de Sesinho representam esses momentos de enunciação, num suporte material (a publicação) que possibilita um modo específico de circulação dos enunciados do Sesi, conforme suas demandas e o contexto social que se originam.

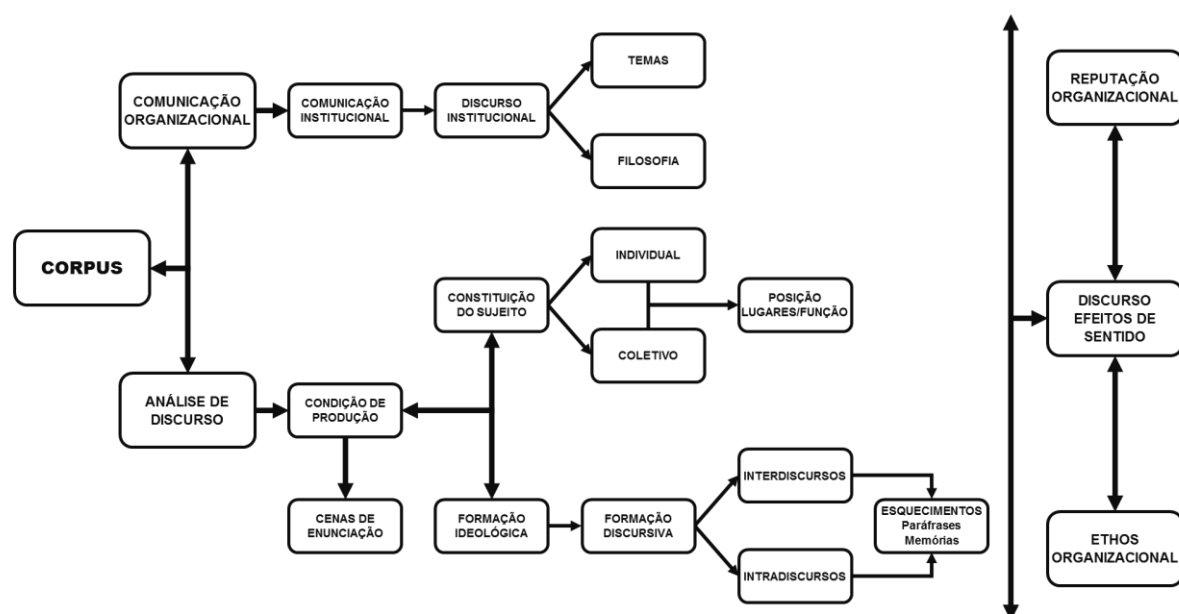
Novamente,, podemos apontar uma convergência dos estudos da CO e da AD, pois na primeira, a revista Sesinho é uma prática de comunicação institucional que apresenta a filosofia do Sesi, suas crenças e valores, diretrizes e objetivos que devem levar o leitor a formar imagens (positivas) da entidade e aderir às suas ideias de representação de mundo; por outro lado, na AD, a revista é uma cenografia montada para comportar textos, do gênero do discurso institucional, que possibilitará a formação do *ethos* organizacional, com o qual, o leitor (co-enunciador), por meio da sua produção de sentidos, poderá aderir ou não, ao discurso do Sesi.

A proposta é que, neste trabalho, imagem e reputação organizacional tenham o mesmo estatuto de *ethos* organizacional, pois ambas estão relacionadas ao processo de legitimação do locutor no discurso. Esses conceitos serão revelados a partir do entendimento das práticas discursivas do Sesi, nas análises posteriores.

6 ANÁLISE: APLICAÇÃO DO DISPOSITIVO ANALÍTICO DE VERIFICAÇÃO DO PROCESSO DISCURSIVO DO SESI

As análises do processo discursivo do Sesi serão realizadas com a aplicação do dispositivo analítico, conforme proposta da figura a seguir, em função do problema da pesquisa, dos objetivos do estudo e das especificidades do objeto. Os gestos de interpretação consideram os conceitos abordados anteriormente, das áreas de CO e AD, e possibilitará o estabelecimento de relações sobre a linguagem, o sujeito, os sentidos, a história e a ideologia. A partir da noção de formação discursiva, juntamente com a de condições de produção e de formação ideológica, este estudo busca analisar os possíveis efeitos de sentido do ambiente organizacional.

Figura 8: Diagrama do dispositivo de análise dos discursos organizacionais



Fonte: Elaborada pela autora.

Ressaltamos que o percurso segue uma linearidade, mesmo ciente de que os conceitos da AD são imbricados. Esta escolha se deve pela proposta deste trabalho, que é mostrar a convergência das áreas de CO e AD para um melhor entendimento de como ocorre a mediação das organizações com a sociedade. Consideramos que,

para análise dos discursos organizacionais, necessariamente, precisamos compreender os processos comunicativos organizacionais e as instâncias de produção dos enunciados no âmbito institucional.

O *corpus* analisado compreende o conjunto de textos da revista Sésinho, organizados a partir dos três eixos propostos por Maingueneau (2015):

- Texto-estrutura: Linguagem dos Quadrinhos, com suas estruturas e especificidades que determinam a narrativa, a argumentação, a coesão, as conexões, entre outras;
- Texto-produto: Revista Sésinho, com códigos verbais, complementados por códigos visuais;
- Texto-arquivo: Textos da revista e textos que evocam a memória da indústria, num contexto e conjuntura dada.

Diante dessas unidades, será possível ter acesso aos discursos, com suas regularidades, suas diferentes formações discursivas que os originam e os sentidos que derivam da formação ideológica dominante em determinada conjuntura.

Este estudo parte de uma etapa anterior, concluída no período de mestrado da autora, quando foi produzida uma análise panorâmica dos dez anos de publicação da revista e cujo objetivo foi analisar o conteúdo da revista Sésinho, buscando identificar como ocorre a apropriação da linguagem dos quadrinhos no âmbito da comunicação organizacional e institucional da entidade.

A importância da revista Sésinho, no contexto da comunicação do Sesi, já se revela no fato de a publicação ser lançada apenas um ano depois da criação da entidade²¹. O Sesi foi criado em 1946 como um projeto empresarial e governamental para o enfrentamento das tensões entre trabalhadores e empresários da indústria, devido às condições de trabalho precárias, que incluíam intensas críticas dos trabalhadores aos industriais em função das extenuantes jornadas de trabalho, exploração de menores, carestia, escassez de produtos, altos preços de roupas e alimentos e os lucros exorbitantes das empresas. A entidade teve sua base constituída em políticas de assistência social que poderiam minimizar as

²¹ O idealizador e, posteriormente, diretor do projeto Sésinho foi Vicente Paulo Guimarães (1906 -1981), jornalista, poeta, contista e historiador, que escreveu mais de trinta obras de literatura infantil, além da Coleção Vovô Felício. Para Guimarães, o projeto Sésinho representava uma forma de promover a educação cívica das crianças, uma forma de ir contra a literatura estrangeira, que era predominante na década de 1940 (BRITES, 2004).

insatisfações, ao oferecer aos trabalhadores compromissos com aparente convergência de interesses.

Em 1947, o projeto Sesiinho foi lançado para divulgar e legitimizar o papel do Sesi, cabendo ao personagem e suas narrativas, formar e preparar os novos trabalhadores para superar as questões de divergência entre patrões e empregados. Para que houvesse a aproximação com seu público e a possibilidade de identificação e compartilhamento das experiências, Sesiinho foi representado como menino branco, de cabelos escuros e lisos, faces rosadas, vestido com asseio e bem penteado (BRITES, 2004).

Os trabalhadores e seus familiares, principalmente as crianças, são tratados como pessoas que precisam de formação, educação e assistência e o papel dos empresários é serem os líderes e mantenedores desse processo. Numa clara intenção de propor uma fase de transformações onde o trabalho é a base da nação, as relações de trabalhadores e operários são harmoniosas e o assistencialismo é a solução para os problemas sociais. A primeira fase²² da revista Sesiinho foi finalizada em 1960, após 13 anos de existência e com uma tiragem de cem mil exemplares.

A volta da revista Sesiinho, em 1995, ocorreu num período em que a valorização das histórias em quadrinhos foi formalizada pelo governo brasileiro. Além de oficializar seu uso como recurso didático pedagógico, outra decisão que reforçou o interesse e valorização das HQs foi a inclusão desta modalidade de linguagem iconográfica na lista anual de compras de livros do Programa Nacional Biblioteca da Escola.

Esse novo contexto possibilitou a valorização da publicação e consolidou sua produção até 2013, tornando-a referência no conjunto da comunicação organizacional do Serviço Social da Indústria. Segundo Brites (2004), no projeto de relançamento da revista Sesiinho em 2001, nas versões digitais e impressas, fica evidenciado o reconhecimento da direção do Sesi quanto à importância das publicações das fases

²²Esta fase, de 1947 a 1960, foi objeto de estudo da historiadora Olga Brites, no qual mostrou que a infância projetada pelo Sesi e revista Sesiinho para as famílias industriárias incluía a valorização da educação formal ou informal, da escola, a importância da leitura e programas assistencialistas que visavam à formação, à saúde e ao lazer. O trabalho também fazia parte deste contexto e era valorizado e incentivado para que as crianças já se preparassem para assumir as funções, futuramente, de provedores da família. As narrativas reafirmavam o projeto da indústria para seus trabalhadores, que utilizou a assistência social como forma de suprir as carências e dificuldades e, principalmente, as tensões existentes nas lutas de classe (BRITES, 2004).

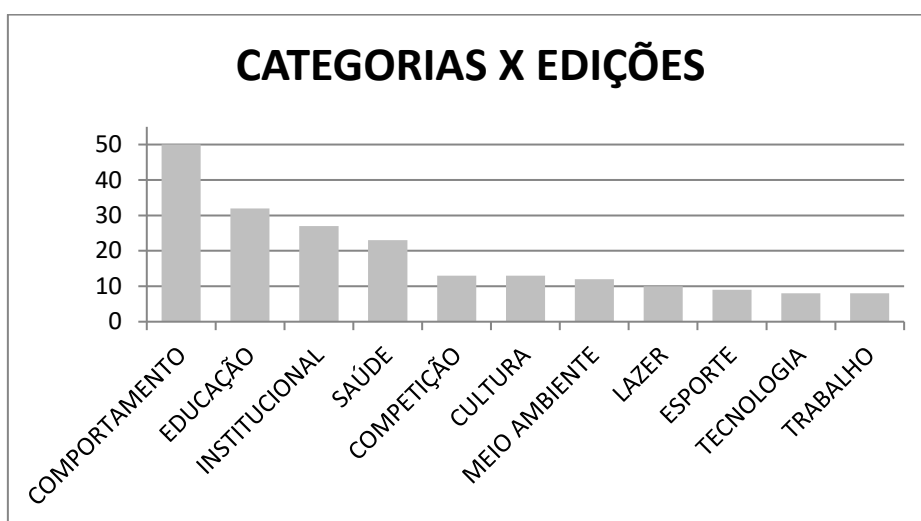
anteriores, “embora se anuncie uma proposta diferenciada, com intenção de restringi-la mais às escolas do próprio SESI, assumindo com maior força a dimensão institucional e interna aos quadros do mesmo, em termos de circulação” (BRITES, 2004, p. 150).

Em 2012, a publicação volta a ser objeto de estudo e, por meio da análise de conteúdo do acervo publicado no período de julho de 2001 a julho de 2011, produziu-se os corpora da revista *Sesinho*, cujos dados podem ser explorados em novas análises que permitem compreender a formação discursiva do Sesi na primeira década do século XXI (ROYER, 2014). Como parte do composto de comunicação da CNI/Sesi, a análise ocorreu levando-se em conta o ambiente da comunicação organizacional, onde entidades são consideradas locais discursivos de formação de sentido. Os discursos estão presentes nos processos comunicativos que são a base das organizações para que elas sustentem sua existência e interajam com seus públicos, em todas as instâncias, seja interna ou externamente.

Baseado nas técnicas da análise de conteúdo, o instrumento criado previu a análise de unidades de registro e de contexto que subsidiaram a exploração das 115 histórias para identificação do discurso do Sesi no âmbito da comunicação institucional. No primeiro momento, foram identificadas as temáticas que conduziram as narrativas do decorrer de dez anos da publicação, quando ficou evidente que os conteúdos ligados ao comportamento, às informações institucionais e às áreas de saúde e educação prevaleceram e convergiram para revelar o objetivo institucional do Sesi, o de se colocar como entidade promotora do bem-estar dos trabalhadores da indústria.

Esse papel tem uma finalidade que também ficou evidente nas narrativas, ou seja, que a saúde e a educação são o caminho para o fortalecimento e a competitividade da indústria nacional. O gráfico abaixo traz a representação visual dos principais temas e o número total de incidências, verificado no estudo anterior:

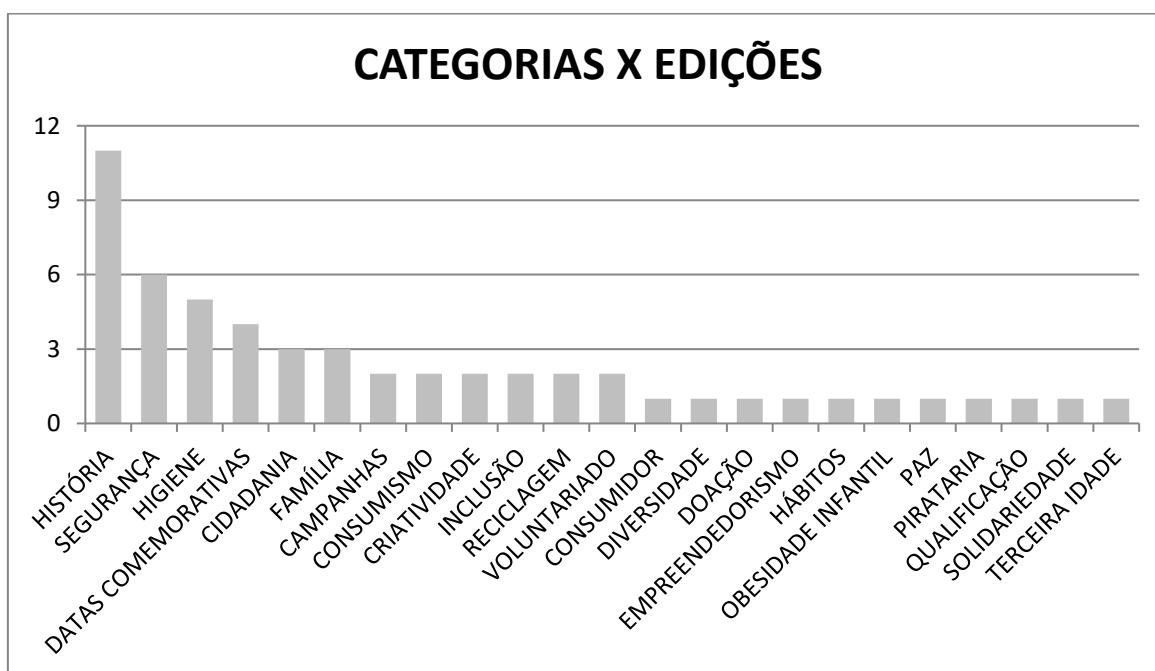
Gráfico 1: Temáticas presentes na revista *Sesinho* e vinculadas à filosofia do Sesi



Fonte: Elaborado pela autora (ROYER, 2014).

A pesquisa de mestrado também revelou uma variedade de temáticas secundárias abordadas na revista *Sesinho*, ao todo 23 assuntos, que foram tratadas, muitas vezes, de forma simultânea em uma mesma história, e sem padrão de incidência conforme gráfico 2.

Gráfico 2: Análise de temáticas adjacentes, presentes na revista *Sesinho*



Fonte: Elaborado pela autora (ROYER, 2014).

Estes dados permitiram identificar que o Sesi se apropriou da linguagem

verbal e visual dos quadrinhos para revelar sua identidade organizacional e interferir na percepção do público e, conseqüentemente, na formação de sua imagem perante a sociedade e determinar os caminhos pelos quais a sociedade deve trilhar para que se crie um ambiente favorável ao fortalecimento e desenvolvimento industrial (ROYER, 2014).

O estudo anterior reiterou que a apropriação da linguagem dos quadrinhos no âmbito da comunicação institucional, é pertinente e relevante, mas esta apropriação deve, de fato, contribuir com uma comunicação que privilegie a interação e o compartilhamento de sentidos que reflitam as diferentes posições, sentimentos e necessidades dos personagens que fazem parte desta história.

As páginas de Sesinho revelaram formações discursivas que agora poderão ser exploradas por meio da Análise de Discurso, no sentido de compreender as relações políticas, sociais e ideológicas que, assim como em qualquer discurso, são também inerentes aos processos discursivos da indústria, bem como seus impactos na sociedade.

6.1 OBJETO DISCURSIVO – DEFINIÇÃO DO *CORPUS*

Neste momento da pesquisa, escolhemos algumas edições como **objeto discursivo**, que foi definido após a análise apresentada no tópico anterior. Neste recorte, o foco das reflexões envolve os textos escritos relacionados às temáticas Educação e Trabalho nas edições produzidas de 2001 a 2013, conforme Figura 9²³.

²³ Optamos pelo recorte dos balões e seus respectivos textos para que o leitor observe o conjunto dos enunciados relativo a cada publicação. Na análise, alguns serão apresentados com as imagens que integram os enunciados.

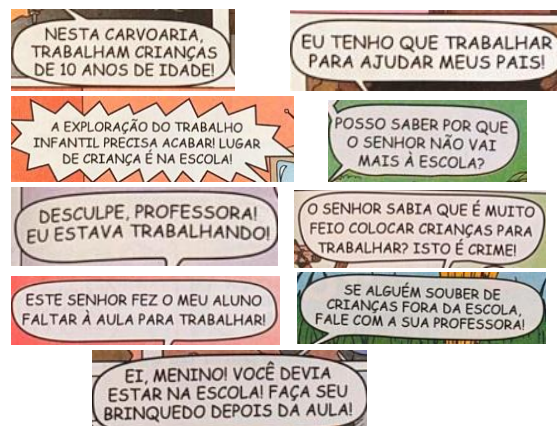
Figura 9: Sinopses das edições que abordam as temáticas Educação e Trabalho, no período de 2001 a 2013

 <p>ANO 2001 Nº8 APRENDER DÁ TRABALHO</p> <p>O pai da personagem Nina fica desempregado e o seu retorno ao mercado de trabalho está diretamente ligado com a necessidade de se atualizar em cursos de aperfeiçoamento. Ele faz cursos de especialização no Sesi, no programa de aperfeiçoamento para jovens e adultos. O personagem consegue um novo emprego e se torna chefe de outro personagem que também precisa voltar a estudar.</p>	 <p>A EMPRESA DISSE QUE PRECISA DE GENTE MAIS QUALIFICADA PARA O TRABALHO. AI DEMITIRAM O MEU PAI...</p> <p>MEU PAI TEM UNS AMIGOS NO SESI QUE DÃO CURSOS PARA QUEM TRABALHA. ELES PODEM AJUDAR!</p> <p>NÃO É TÃO FÁCIL, FILHA! EU FIQUEI MUITO TEMPO SEM ESTUDAR! VOU PRECISAR DE UM BOM CURSO PARA VOLTAR A TRABALHAR.</p> <p>PARA CONCORRER COM O QUE VEM DE FORA, AS EMPRESAS NO BRASIL PRECISAM FAZER PRODUTOS CADA VEZ MELHORES!</p> <p>QUER DIZER QUE NÃO É UM PROBLEMA DA EMPRESA ONDE O MEU PAI TRABALHAVA? É UMA COISA QUE ESTÁ ACONTECENDO NO MUNDO TODO!</p> <p>O TRABALHADOR BRASILEIRO PRECISA ESTUDAR MUITO, PARA FICAR SEMPRE ATUALIZADO.</p> <p>QUEM NÃO SE ATUALIZA FICA PARA TRÁS. POR ISSO, O SESI OFERECE CURSOS PARA ADULTOS, INCLUSIVE DE ESPECIALIZAÇÃO!</p> <p>SABEM DE UMA COISA? VOU APROVEITAR E FAZER UM CURSO NO SESI E UM NO SENAI!</p> <p>VIU? MEU PAI FOI ELEITO O MELHOR ALUNO DA TURMA DO SESI E DA TURMA DO SENAI!</p> <p>E O PAI DA NINA TAMBÉM TER UM DIPLOMA NÃO QUER DIZER QUE A GENTE NÃO PRECISA MAIS ESTUDAR. SEMPRE EXISTEM COISAS NOVAS PARA APRENDER!</p> <p>E NINGUÉM É VELHO DEMAIS PARA ESTUDAR! MEU PAI DISSE QUE O SESI DÁ AULAS PARA MAIS DE UM MILHÃO DE JOVENS E ADULTOS. NO BRASIL INTEIRO!</p>
 <p>ANO 2002 Nº10 VIDA DE ABELHA</p> <p>O colégio organiza uma feira do trabalho, numa alusão ao Dia do Trabalhador, e um dos trabalhos mostra a organização social e de trabalho das abelhas. A colmeia passa a ser tratada como uma metáfora de empresa e as funções e atividades dos insetos, como se fossem trabalhadores. Os personagens destacam o trabalho em grupo e a organização do trabalho.</p>	 <p>ELAS CUIDAM DE TUDO NA COLMÉIA. CADA ABELHA TEM SUA FUNÇÃO, COMO SE FOSSE UMA EMPRESA!</p> <p>EM 3 SEMANAS, O OVO VIRA LARVA E A LARVA VIRA ABELHA-OPERÁRIA. A PARTIR DAÍ, ELA NÃO PÁRA DE TRABALHAR!</p> <p>TAMBÉM TEM AS OPERÁRIAS, QUE ADMINISTRAM A COLMÉIA...</p> <p>E O EXEMPLO DE TRABALHO EM GRUPO E ORGANIZAÇÃO DAS ABELHAS É O MAIOR BARATO!</p> <p>A GENTE TEM MUITO O QUE APRENDER COM ELAS! SE TODO MUNDO FAZ A SUA PARTE, TUDO FICA MELHOR!</p>



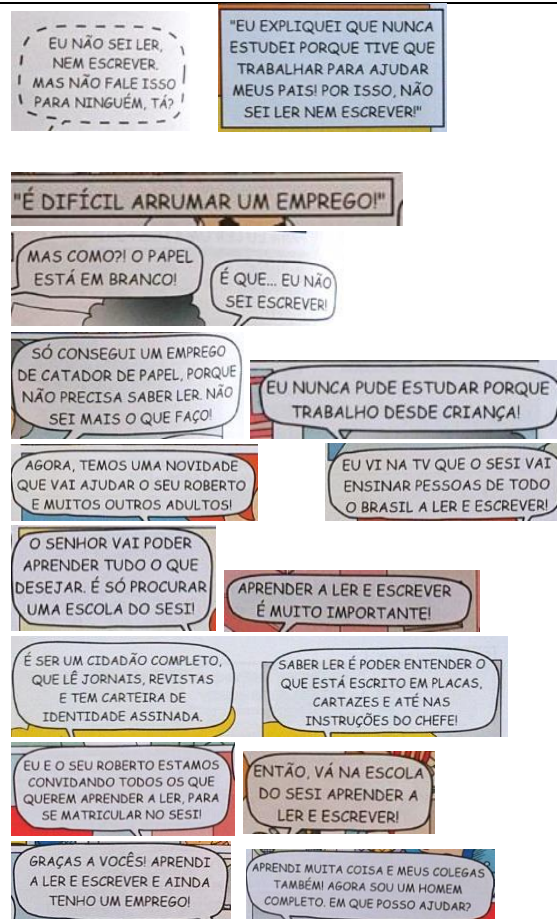
ANO 2003 Nº21 INFANTILIDADE

O personagem Régis descobre que tem talento para construir seus próprios brinquedos e constrói um balanço. Um vendedor de algodão doce vê a possibilidade de explorar o menino, fazendo com que ele construa diversos balanços para atrair muitas crianças e assim, aumentar sua clientela. Na TV, os demais personagens veem programas sobre exploração do trabalho infantil. A professora e a imprensa descobrem o golpe, denunciam e fazem o personagem voltar para escola.



ANO 2003 Nº24 VIVENDO E APRENDENDO

O personagem Bocão descobre, num ponto de ônibus, um homem que não sabe ler e nem escrever e avisa Sesi. O homem explica que trocou os estudos pelo trabalho e enfrenta dificuldades diárias com a falta de leitura. Por isso só conseguiu um emprego de catador de papel. O problema é resolvido quando o personagem é encaminhado para uma escola do Sesi, junto com vários outros adultos analfabetos. Ele aprende a ler e escrever e consegue um novo emprego.





ANO 2004 Nº 33
APRENDER A APRENDER

A turma do Sesinho faz uma excursão para conhecer uma fábrica e conhecem um trabalhador idoso, muito inteligente, porém, sem estudo formal. Com tristeza, ele conta que não estudou porque teve de trabalhar desde cedo para ajudar a família. Sesinho apresenta com detalhes o funcionamento do programa Sesi Educação do Trabalhador, para jovens e adultos. Eles convencem o personagem a estudar no contraturno do trabalho e ao concluir, o personagem se torna líder da sua seção.





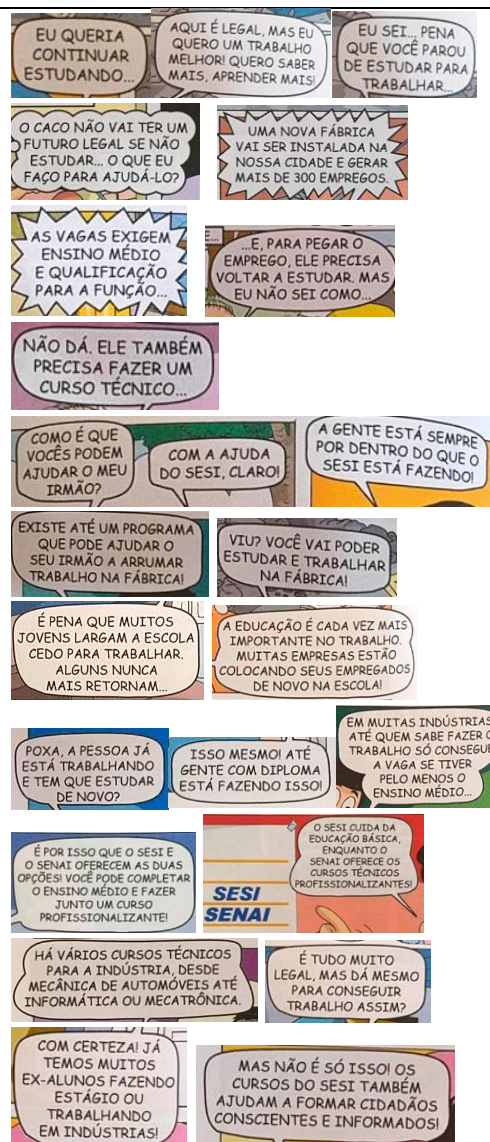
ANO 2004 Nº 35
A UNIÃO FAZ A FORÇA E A ALEGRIA DA GALERA

Os personagens querem construir uma casa na árvore, mas brigam por causa das ideias divergentes. Sesinho sugere que o personagem mágico diminua a turma e os leve para uma colmeia, que se parece com uma empresa, para compreender a forma de trabalho dos insetos. São reforçados os aspectos de trabalho em equipe, organização, colaboração, bom humor, ambiente de trabalho, desperdício. Com os exemplos, os personagens constroem a casa na árvore de maneira colaborativa.




ANO 2005 Nº 44
O PRÊMIO MAIS IMPORTANTE

O personagem Régis leva o almoço para seu irmão que deixou de estudar para trabalhar numa carvoaria. Ele tenta encontrar um emprego melhor para o irmão e vê que uma nova fábrica vai abrir vagas, mas exigem mão de obra qualificada. Eles buscam ajuda do Sesi que oferece ensino para jovens e adultos. A narrativa destaca que a educação está cada vez mais importante no trabalho e as empresas estimulam que seus empregados voltem a estudar. O Sesi e Senai são apresentados como alternativas de estudo. O irmão de Régis volta a estudar na nova fábrica.




	 <p>A PESSOA DEVE APRENDER ORGANIZAÇÃO, TRABALHO EM EQUIPE, CRIATIVIDADE...</p> <p>A PARTIR DE 2005, O SESI E O SENAI ESTARÃO AMPLIANDO ESTE ATENDIMENTO.</p> <p>MUITAS PESSOAS PODEM GANHAR COM ISSO... SERIA LEGAL SE VOCÊS CONTASSEM A ELAS SOBRE O PROGRAMA!</p> <p>QUANDO A FÁBRICA ABRIR, VOCÊ VAI ESTAR PRONTO PARA PEGAR O EMPREGO, NÉ, CACO?</p> <p>É! QUEM SABE VOCÊ ATÉ VIRA CHEFE, GANHA PRÊMIOS...</p>
 <p>ANO 2006 Nº 56 A FÁBRICA DO SABER</p> <p>A turma do Sesinho se interessa por um concurso na TV, sobre conhecimentos gerais e busca formas de adquirir informações (DVD, livros, internet), mas os personagens ficam inseguros diante do volume de informações. A professora leva a turma para conhecer uma unidade do Sesi, chamada de Indústria do Conhecimento, que oferece acesso gratuito aos meios de pesquisa e aprendizado. A turma faz a pesquisa juntos, participam do concurso e ganham a premiação.</p>	 <p>BEM-VINDOS À UNIDADE SESI INDÚSTRIA DO CONHECIMENTO!</p> <p>INDÚSTRIA? MAS ISSO AQUI NÃO TEM CARA DE FÁBRICA!</p> <p>O CONHECIMENTO TAMBÉM É UMA INDÚSTRIA, BOCÃO, MAS NÃO FABRICA PRODUTOS! ELA GERA INFORMAÇÃO, SABER, CULTURA! E NÃO POLUI!</p> <p>ESSA É A MELHOR INDÚSTRIA!</p> <p>POR ISSO, O SESI LANÇOU ESSE NOVO PROGRAMA, QUE SERVE PARA DAR ACESSO GRATUITO AOS MEIOS DE PESQUISA E APRENDIZADO!</p>
 <p>ANO 2007 Nº 63 TODOS PELA EDUCAÇÃO</p> <p>A turma do Sesinho inicia o ano letivo e se deparam com um novo professor e um novo aluno. Isso ocorreu porque meses antes Nina pediu o incentivo do pai do Ruivo para ele melhorar na escola. Este incentivo se estendeu a um professor desempregado e desmotivado com a escola e a educação. O pai de Nina o convenceu a tentar ser professor no Sesi. Quanto ao aluno novo, ele trabalhava como vendedor de balas em semáforos e foi convencido de que somente o estudo o faria crescer no trabalho e como pessoa. Ele volta a estudar e os exemplos reforçam que a educação é para todos.</p>	 <p>TRABALHAR PELA EDUCAÇÃO É MUITO IMPORTANTE!</p> <p>OLHA ISSO AQUI! POR QUE NÃO VEM TRABALHAR NO SESI?</p> <p>ELES DÃO MUITO VALOR AO PROFESSOR!</p> <p>ACHO QUE VOCÊ DEVERIA ESTAR NA ESCOLA, E NÃO VENDENDO CHICLETE!</p> <p>EU SAÍ DA ESCOLA! JÁ ESTAVA UMA SÉRIE ATRASADO MESMO!</p> <p>MAS EDUCAÇÃO É SUPER IMPORTANTE, É O ÚNICO JEITO PRA VOCÊ CRESCER MESMO, NO TRABALHO E COMO PESSOA TAMBÉM!</p> <p>DIZEM QUE TRABALHO ESTA DIFÍCIL PRA TODO MUNDO, INCLUSIVE PRA QUEM ESTUDA!</p> <p>SE VOCÊ ESTUDAR, VAI AJUDAR MUITO MAIS DO QUE VENDER CHICLETE!</p> <p>EU ATÉ CONCORDO COM VOCÊ, GAROTO, MAS NOSSA FAMÍLIA É POBRE, PRECISA DE AJUDA!</p> <p>PODE PARECER COMPLICADO, BOCÃO, MAS A MENSAGEM É BEM SIMPLES: EDUCAÇÃO É SUPER IMPORTANTE, E TODO MUNDO PODE FAZER SUA PARTE PRA AJUDAR!</p>



ANO 2008 Nº 75
200 ANOS DA INDÚSTRIA BRASILEIRA

A professora leva a Turma do Sésinho para uma exposição sobre a história da indústria e fala da CNI, Confederação Nacional da Indústria. Por meio de uma tela do tempo, eles voltam no ano de 1808, quando foram autorizadas a funcionar as primeiras indústrias do país. Os personagens acompanham os principais fatos do desenvolvimento da indústria nacional, até chegar na década de 1990, quando a globalização e aberturas de novos mercados despertou na indústria a necessidade de se aperfeiçoar e ser mais competitiva, fase em que os trabalhadores começaram a ser estimulados a voltar ao estudo para se especializarem.



Fonte: Acervo da autora e Portal da Indústria
(<http://www.portaldaindustria.com.br/sesi/canais/sesinho/revista-do-sesinho/>)

6.2 ANÁLISE: PROCESSO DISCURSIVO DO SESI NAS TEMÁTICAS EDUCAÇÃO E TRABALHO

O terceiro e quarto momentos desta análise, que acompanha todo o percurso analítico, contemplará a análise do *corpus* e como sua estruturação, modos de circulação e diferentes possibilidades de leitura constituem os sentidos dos textos. A análise terá como foco o processo discursivo, quando será possível identificar as formações discursivas, a relação com a ideologia e constituição dos sujeitos. Aqui será observada a capacidade que tem a língua de se historicizar, por meio de processos parafrásticos, polissêmicos e metafóricos, que nos permitem compreender a constituição dos sentidos e dos discursos.

Neste percurso, o objetivo é entender o *corpus* como um exemplar do discurso do Sesi, que representa a indústria e que, por sua vez, faz parte de uma comunidade discursiva. Os textos serão unidades de análise, afetadas pelas condições de produção e espaços significantes, lugar onde ocorre “o jogo de sentidos, de trabalho

da linguagem, de funcionamento da discursividade” (ORLANDI, 2013, p. 72). Esse percurso será representado então pelo dispositivo analítico e os campos teóricos definidos para a análise do discurso no ambiente organizacional da indústria.

6.2.1 Análise da Comunicação Organizacional do Sesi nos enunciados de Sesinho

A existência e funcionamento do Sesi se sustenta em inúmeras estratégias de comunicação interna, administrativa, mercadológica e, principalmente institucional. Pelo fato de ter unidades de negócios em todo país e interagir com diversos grupos sociais, utiliza a comunicação digital e publicações para tentar unificar seu discurso e direcionar sua atuação. A revista Sesinho faz parte das práticas comunicativas que seguem as diretrizes da diretoria de comunicação do Sistema Indústria. Segundo consta no portal corporativo da CNI, a diretoria de comunicação também,

Articula o relacionamento com os jornalistas e formadores de opinião, presta assessoria de imprensa e divulga ações, fatos e posicionamentos da CNI, SESI, SENAI e IEL. Administra as atividades de edição e editoração de publicações com conteúdos técnicos e institucionais. Também organiza e realiza solenidades e eventos voltados aos interesses dos industriais e coordena a comunicação interna (CNI, 2013).

Esta estrutura está de acordo com a proposta da comunicação integrada elaborada por Kunsch (2003) que, no contexto da comunicação organizacional, prevê ações convergentes das diversas áreas numa atuação sinérgica, sempre baseadas em políticas globais e nos objetivos da organização. A revista Sesinho está diretamente ligada à gestão do SESI, especificamente ao departamento de educação, responsável pela sua produção, distribuição e controle. A proposta de ser um canal de comunicação entre indústria e sociedade é evidenciada em seus textos e reforçada no posicionamento de seus personagens de apresentar a entidade, seus serviços e sua filosofia (missão, visão e valores), conforme mostra a sequência de enunciados (REVISTA SESINHO, 2008, nº 75):

“ O Brasil tem hoje uma das indústrias mais avançadas do mundo! A CNI é a entidade que a defende, na busca pelo crescimento, pela qualidade, pelo respeito ao meio ambiente e com responsabilidade social...” O texto ressalta elementos da missão e valores da entidade;

“ É uma história fascinante e movimentada!” Aqui, se valoriza a história com adjetivos;

Figura 10: Revista Sesinho, 2008, nº 75, pg.7.



Fonte: Acervo da autora e Portal da Indústria

“ Pouco tempo depois, em 1827, foi criada a Sociedade Auxiliadora da Indústria Nacional, primeira entidade a defender a indústria brasileira!”

O texto ressalta elementos da missão e a longevidade da história da entidade;

“ Dom Pedro II foi um defensor da indústria! Fez várias obras importantes para o desenvolvimento do Brasil, como inaugurar a primeira linha telefônica!”

O enunciado apresenta um dos heróis¹ do segmento industrial, que se constitui como um dos elementos fundamentais da cultura organizacional;

Os textos recuperam parte da história da indústria nacional e sua organização em entidade de classe, desde sua origem até a configuração atual. A estratégia de recorrer ao resgate da história e memória da organização é uma forma de consolidar os aspectos institucionais e dar credibilidade à instituição, assim, o leitor, ao compreender a existência da entidade e suas finalidades, estabelece vínculos emocionais ou de memória com a entidade.

Figura 11: Revista Sesinho, 2008, nº 75, pg. 12.



“ Em 1938, os empresários industriais criaram a CNI e, em 1946, o SESI, que trouxe muitos benefícios sociais para os trabalhadores da indústria...” Aqui, o texto evidencia a linha do tempo das entidades e reforça o cumprimento de sua missão.

Fonte: Acervo da autora e Portal da Indústria

O resgate da história e memória da entidade é complementado com as imagens que, pela cor, demonstra um retorno ao passado, propiciando uma experiência visual com os personagens (D. Pedro II) e ainda a logomarca da primeira entidade que representou a indústria nacional (SAIN) e logomarca da atual entidade de representação do segmento industrial (CNI). Como HQ corporativa, Sesinho cumpre então a função de reforçar informações de caráter institucional, onde o texto imagético está integrado aos enunciados, cumprindo a função de reforçar informações de caráter institucional ou mercadológico.

Assim, a CNI e o Sistema Indústria se constituem em locutores coletivos que produzem seus discursos no sentido de consolidar e legitimar suas identidades num determinado contexto histórico. Como discurso e identidade são conceitos indissociáveis, as práticas linguísticas percorrem a historicidade constitutiva da formação da CNI o que nos leva a compreender a produção discursiva das entidades, “afinal, linguagem e história constituem-se mutuamente” (MARIANI, 2015, p.04). Com esses conteúdos, a revista Sesinho pode ser classificada como um texto-produto, passível de análises diversas e, ao mesmo tempo, um texto-arquivo, pois traz enunciados que evocam a memória da indústria, também passível de consultas e análises.

Tudo isso ocorre no âmbito do discurso institucional, onde, além de apresentar-se, a entidade expressa suas ideias e valores, que são determinantes para sua visibilidade e condição de existência. Notamos que as informações são claras e precisas quanto à datas e nomes e foram adequadas ao público infantil da revista, daí a necessidade de contar com a linguagem híbrida (verbal e visual) das histórias em quadrinhos, pois os enunciados são integrados com textos imagéticos que são melhor absorvidos pelos leitores e que levam ao alcance dos objetivos da comunicação.

Na sequência seguinte, o objetivo dos enunciados é apresentar elementos da sua identidade para fortalecer o processo de significação e estimular as percepções individuais, ou seja, as imagens que se formarão com a somatória de sensações e inter-relações provocadas pelos estímulos de comunicação, conforme representado nos textos abaixo (Revista Sesinho, 2008, nº75):

“ O que tem de tão legal na indústria? É tudo feito por máquinas...” O texto mostra a primeira percepção ou imagem equivocada do ambiente industrial, que deve ser revertido pela comunicação em textos verbais e visuais;

Figura 12: Revista Sesiinho, 2008, nº 75, pg.16.



“A história da indústria brasileira é feita de pessoas ousadas e empreendedoras!”

“ Espero que isso tenha mostrado a vocês como a história da indústria brasileira é interessante e fruto do trabalho de muitas pessoas!”

Esta é a percepção/imagem que a indústria deseja provocar nos leitores, enfatizando que, além das máquinas, o ambiente conta com pessoas, o que cria uma aproximação com o leitor;

Fonte: Acervo da autora e Portal da Indústria

Na Figura 12, o locutor do enunciado é o próprio trabalhador, que dá seu testemunho e provoca a admiração dos demais personagens, e no leitor vai gerar imagens, que serão somadas a outras percepções em relação ao ambiente industrial.

“ Quando eu crescer, quero trabalhar na mesma indústria que o meu pai!”

Nesta situação, a imagem formada é positiva e o vínculo com o personagem é criado, o mesmo vínculo emocional pretendido junto ao leitor.

Estas imagens só poderão ser sustentadas e consolidadas com o alinhamento do discurso com as práticas organizacionais, o que poderá gerar uma reputação positiva sobre a entidade. Assim, na revista, é necessário apresentar ações organizacionais para validar as informações referentes à identidade e à cultura organizacional, conforme apresentado na edição nº 33, de 2004:

“ Existe um programa que ajuda jovens e adultos a voltar aos estudos. É o Sesi Educação do Trabalhador.”

“ Tem até o nome do programa na entrada da fábrica!”

“ Ele atende pessoas que precisam ser alfabetizadas, fazer o ensino fundamental e o ensino médio.”

“ O programa ganhou prêmios da UNESCO e das Nações Unidas!”

Esta sequência apresenta um dos programas de educação do Sesi, com o

nome “Sesi Educação do Trabalhador”, como é comunicado aos trabalhadores, para quem é direcionado e os prêmios que ganhou. As informações são necessárias para argumentar sobre a importância do projeto e, nesse momento do discurso, constatamos o caráter mercadológico, pois busca a adesão de pessoas ao serviço oferecido, e que posteriormente serão comprados pelas empresas com valores subsidiados. Abaixo, são apresentados argumentos de como o trabalhador fará adesão ao programa, considerando suas dificuldades de conciliar trabalho e estudo:

Figura 13: Revista Sesiinho, 2004, nº 33, pg. 12.



“Mas o programa Sesi Educação do Trabalhador se adapta ao horário e ao trabalho do aluno!”

“ Tem muitas maneiras de frequentar as aulas!”

“ Você pode estudar até aqui na fábrica!”

“ Milhões de trabalhadores já fizeram!”

.....“ Tá bom, tá bom!”

Fonte: Acervo da autora e Portal da Indústria

Os argumentos reforçam a missão da entidade de promover a educação dos trabalhadores e, ao mesmo tempo, “vende” os serviços (neste caso, a adesão do trabalhador, pois o investimento é do empregador). Mas a adesão só é possível diante da formação de uma imagem organizacional que, ao mostrar características e posicionamento da entidade, irá influenciar o comportamento e *feedback* dos seus públicos. A revista, como meio de compartilhamento simbólico, envolve os interlocutores (Sesi e leitores) em contextos específicos (narrativa da história), visando à interação, que é condição essencial na comunicação organizacional.

Ao estimular um grupo de trabalhadores a passar pela experiência da educação, as narrativas contribuem para a formação de um público específico, “Um

público surge quando determinados acontecimentos, produtos, obras (estabelecem) um “contexto institucional”, uma situação que provoca sentido e propicia às pessoas envolvidas passar pela mesma experiência” (FRANÇA, 2006, p.80-81). Isso significa que, na interação proporcionada pela revista Sesiinho, a organização (Sesi) e seus interlocutores (leitores/público) têm seus próprios objetivos e, conforme seus contextos, ambos se posicionam na identificação, produção e compartilhamento de sentidos: no caso da revista Sesiinho, o discurso institucional tem seus personagens como porta-vozes da indústria, são eles que vão divulgar a entidade, seus serviços/produtos e filosofia, conforme mostram os textos abaixo (nº 33, 2004):

Figura 14: Revista Sesiinho, 2004, nº 33, pg. 14 e 15.



Fonte: Acervo da autora e Portal da Indústria

“ Vocês podem aproveitar outras excursões e falar com as pessoas sobre a educação de jovens e adultos que o Sesi oferece!”

“ Enquanto isso, a turma conversa com vários trabalhadores...”

“ Sesiinho, Ruivo e Nina conseguiram vários alunos novos para o Sesi Educação do Trabalhador”

Desde 1947, tanto a revista como seus personagens têm objetivos históricos, o de criar relacionamentos e legitimar a atuação da indústria, especificamente a atuação do Sesi. Para isso, os personagens estão presentes no mesmo ambiente de seus públicos – as unidades fabris, cenários que passam a ser comuns aos leitores e que permitem compreender o funcionamento das organizações. Nas imagens acima, a turma do Sesiinho é portadora de materiais institucionais que reforçam a marca da entidade e circula nos ambientes de trabalho, assumindo a função de porta-voz do Sesi que, por sua vez, é o porta-voz da indústria.

Essas estratégias são relevantes para a interatividade pretendida com os leitores, pois permitem uma participação efetiva da narrativa da história e a aproximação com elementos da identidade da organização (logomarca, cores, uniformes, *layout*, *slogans*, entre outros), e com a formação de imagens. Vale ressaltar que a formação da imagem é um processo subjetivo que depende de outras formas de comunicação da entidade.

Nesta análise da comunicação organizacional, concluímos que a revista *Sesinho* faz parte de um composto de comunicação que inclui ações internas, administrativas, mercadológicas, e representa um meio para concretizar o discurso institucional da CNI e do Sistema Indústria. As temáticas trazem elementos da cultura organizacional que, por sua vez, faz parte da identidade da CNI: história, heróis, constituição, ambiente, missão e valores, todos vinculados às temáticas centrais de Educação e Trabalho.

Essas narrativas constituem um discurso de legitimação que são recorrentes no ambiente organizacional: a CNI é útil e imprescindível para a indústria nacional; foram relacionados os interesses e as necessidades dos interlocutores (leitores/trabalhadores) com a missão da entidade; e mostram que a CNI tem causas nobres (educação), que transcendem sua atuação (produção). Essa legitimidade pretendida refere-se a uma percepção compartilhada por um número cada vez maior de pessoas de que o sistema indústria tem importância e é imprescindível na sociedade. O possível reconhecimento e aprovação farão da CNI a representante legítima do segmento industrial no Brasil.

Notamos que a escolha da revista *Sesinho* como canal de comunicação e interação é essencial para esse compartilhamento de sentidos, pois a linguagem dos quadrinhos pode ser reconhecida como uma forma de compartilhamento simbólico e não apenas como transmissora de mensagens, onde os interlocutores (*Sesi* e leitores) são envolvidos em contextos específicos (narrativas da revista *Sesinho*), numa relação com formas e discursos da cultura organizacional e do contexto social. Portanto, a interação é condição fundamental neste processo comunicativo. Ressaltamos, porém, que o compartilhamento de sentidos dependerá das condições de produção e recepção desses discursos.

6.2.2 Análise do Discurso: condicionantes da produção discursiva da indústria para o Século XXI

O *corpus* analisado corresponde a um período de dez anos de publicação da revista Sesiinho, referente à primeira década dos anos 2000; e a condição de produção dos discursos que emergem desta forma de comunicação institucional está diretamente relacionada com os acontecimentos que impactaram a indústria nacional. O contexto sócio-histórico e o ideológico afetaram a produção dos discursos do Sesi e as circunstâncias de enunciação em relação às temáticas da Educação e Trabalho.

Os fatores históricos permeiam a produção discursiva da indústria que, desde 1938, relatava o interesse em oferecer instrução à classe trabalhadora. Para isso, juntamente com decisões governamentais da época, a CNI criou a escola da indústria, cujo papel coube ao Senai²⁴, criado em 1942, com o objetivo de formar mão de obra técnica e específica para o segmento industrial (BUENO, 2008).

Esta missão, que está na gênese do pensamento industrial, é um dos primeiros fatores que passaram a condicionar a produção discursiva da indústria que vincula trabalho e educação. O Senai e o Sesi, criado quatro anos depois para atender as demandas dos trabalhadores em relação à Educação; Saúde e Segurança no Trabalho; Lazer, Esporte e Cultura, passaram então a caminhar juntos tanto nas práticas como no discurso da indústria, conforme observado nos seguintes enunciados (REVISTA SESINHO, 2001, nº 8):

“ Sabem de uma coisa? Vou aproveitar e fazer um curso no Sesi e um no SENAI!”

“ Viu? Meu pai foi eleito o melhor aluno da turma do Sesi e da turma do SENAI!”

As novas demandas oriundas das transformações políticas, econômicas e sociais das décadas de 1980 e 1990 foram a origem do processo de transformação e

²⁴ BUENO (2008) relata que o projeto nasce no bojo do paternalismo típico do governo Vargas, cuja preocupação com a instrução, determinou em 1939, que todas as indústrias com mais de quinhentos operários teriam de oferecer cursos de aperfeiçoamento profissional a seus trabalhadores. Formou-se então uma comissão interministerial envolvendo ministros e técnicos dos Ministérios da Educação e do Trabalho encarregada de tomar as providências necessárias para a aplicação da lei. No dia 22 de janeiro de 1942, foi assinado o decreto-lei nº 4048, que criou o Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (Senai).

reestruturação do Sesi visando à sua adaptação ao novo milênio e à nova realidade das organizações industriais frente à abertura econômica, modernização das empresas e necessidade de mão-de-obra mais qualificada. Segundo a entidade, este período foi marcado pela mudança da postura assistencialista para uma nova concepção de cidadania (SESI, 2008). Esta mudança de postura foi influenciada também pela promulgação da nova Constituição Federal de 1988, que consagrou os direitos sociais como princípios básicos da cidadania, pelos avanços do processo de redemocratização do país e o amadurecimento político da classe trabalhadora (BUENO, 2008).

As novas perspectivas da entidade foram reveladas nos planos estratégicos, que até hoje estabelecem as metas e direcionam as atividades das unidades do Sesi em todo Brasil²⁵. Nessa fase, o Sesi modificou elementos do seu discurso, substituindo a relação do bem-estar social e produtividade, para qualidade de vida, cidadania, responsabilidade social, inclusão social, temáticas que orientam e acompanham a organização até a contemporaneidade, não deixando, porém, de visar ao aumento da produtividade industrial.

Dentre os objetivos institucionais do Sistema Indústria, a revista Sesiinho está diretamente ligada à área de educação, que engloba projetos de educação básica e continuada, sob a responsabilidade do Sesi e a educação profissional, sob a condução do Senai. Para isso, mantém programas que envolvem a educação infantil, ensino médio e fundamental, cursos profissionalizantes, alfabetização e educação básica para jovens e adultos. Esses programas foram apresentados na revista Sesiinho (2005, nº 44).

²⁵O Sesi lançou em 1990 seu Planejamento Estratégico, cuja tônica recai nos resultados e na eficácia do impacto da instituição. Dando continuidade a essa visão, as estratégias para o Sistema Sesi, para o período de 1995 a 1998, incluem desestimular a instalação de novas unidades e reduzir a gratuidade dos serviços (SESI, 1995).

Figura 15: Revista Sesinho, 2005, nº 44, pg. 11.



“ É por isso que o Sesi e o SENAI oferecem as duas opções! Você pode completar o ensino médio e fazer junto um curso profissionalizante!”

“ O Sesi cuida da educação básica, enquanto o SENAI oferece os cursos técnicos profissionalizantes!”

“ A partir de 2005, o Sesi e o SENAI estarão ampliando este atendimento.”

Fonte: Acervo da autora e Portal da Indústria

A razão que levou os industriais a investir em educação foi a necessidade de “formação de recursos humanos capazes de sustentar o progresso da indústria” (CNI, 2007, p.37). Este objetivo e a necessidade de legitimar o Sesi e o Senai como espaços de conhecimentos foram novos fatores que condicionaram a produção discursiva da indústria para o século XXI. Os enunciados e a imagem das logomarcas mostram a complementaridade das duas entidades na oferta dos programas de educação.

Ancorado numa história já consolidada, o Sesi preparou-se para o novo milênio com um novo plano estratégico, desta vez, com diretrizes para o período de 2000 a 2004, num momento em que a sociedade, a indústria e os trabalhadores já apresentavam os reflexos das mudanças ocorridas nas duas últimas décadas do século XX. Foram transformações sociais, políticas, econômicas e culturais que marcaram a era da globalização e as mudanças significativas no sistema capitalista.

Neste ambiente, a sobrevivência das organizações empresariais estava diretamente ligada ao alinhamento de suas atividades com as exigências de um mercado mutável e altamente competitivo. Assim, novos posicionamentos são necessários e alicerçados em novos conhecimentos, inovações tecnológicas e novas formas de relacionamento nos ambientes interno e externo das organizações. Este cenário foi retratado na revista Sesinho de 2001 (nº 8):

Figura 16: Revista Sesinho, 2001, nº 08, pg. 06 e 13.



“ A empresa disse que precisa de gente mais qualificada para o trabalho. Aí demitiram o meu pai...”

“ Para concorrer com o que vem de fora, as empresas no Brasil precisam fazer produtos cada vez melhores!”

“ Quer dizer que não é um problema da empresa onde meu pai trabalhava! É uma coisa que está acontecendo no mundo todo!”



Fonte: Acervo da autora e Portal da Indústria

O cenário apresentado por um personagem infantil apresenta uma carga emocional para impactar o leitor que, sendo criança, vai relacionar com suas vivências familiares. Já o argumento sobre questões ligadas à competitividade e ao mercado são apresentadas no ambiente fabril, pois a imagem do produto (carros) facilita a compreensão dos conceitos que são vinculados à economia.

“ Não é tão fácil, filha! Eu fiquei muito tempo sem estudar! Vou precisar de um bom curso para voltar a trabalhar...”

A reação do pai, impactado pela demissão, é o cenário ideal para a intervenção do Sistema Indústria como provedor de conhecimento necessário para que ele volte ao mercado de trabalho.

Esta realidade propiciou discursos e ações convergentes quanto à

necessidade de um ambiente de geração de conhecimentos desde a educação básica, educação superior, educação profissional e tecnológica até inclusão digital e cultura empreendedora. Para a CNI (2005, p. 31):

É imprescindível prover um ambiente de geração e disseminação de conhecimentos em grande escala, fundado no acesso amplo às tecnologias de informação, no desenvolvimento de competências profissionais e humanas adequadas às necessidades do setor produtivo e no fomento ao empreendedorismo e à criatividade.

Assim, em 2005, a CNI adota a Educação e Saúde como pilares do Mapa Estratégico²⁶, para possibilitar um posicionamento competitivo da indústria brasileira, pois entendem que a educação seria a fonte de crescimento e base para elevação da produtividade. A competitividade das indústrias depende da melhoria dos índices de escolaridade de seus trabalhadores e de uma educação de qualidade voltada para seus filhos. Este interesse em investir na educação é a possibilidade que a indústria encontrou para incorporar mão-de-obra qualificada e com competência suficiente para que as organizações se renovem e se adaptem às novas demandas do mercado globalizado. Assim, os discursos vão sendo retomados e ressignificados em novos processos parafrásticos, polissêmicos e metafóricos que viabilizam o funcionamento do discurso em diferentes FDs.

Com base na visão expressa pelo mapa estratégico 2007-2015 é que a CNI elaborou o programa Educação para a Nova Indústria que é executado pelas redes do Sesi e do Senai em todo território nacional. O programa Educação para a Nova Indústria tem como objetivo “prover conhecimentos alinhados às necessidades da indústria com conteúdo típicos da rede Sesi de Educação (competências básicas, empreendedorismo, responsabilidade social, sustentabilidade ambiental, ética, inovação, educação alimentar, inclusão digital)” (CNI, 2007, p. 23), conforme descrito no Quadro 4.

Quadro 4: Diretrizes do programa Educação para Nova Indústria

²⁶ O Mapa Estratégico da Indústria - Ferramenta para a Gestão Estratégica da Indústria Brasileira (2007-2015) é o produto do Fórum Nacional da Indústria da CNI que envolveu dezenas de organizações empresariais e centenas de empresários numa reflexão conjunta sobre o futuro da indústria e do país. O documento aponta o posicionamento, prioridades, estratégias e bases necessárias para fortalecer o segmento no cenário competitivo global (CNI, 2005).

Programa Sesi Educação do Trabalhador: o objetivo é elevar a escolaridade dos trabalhadores brasileiros por meio da oferta de cursos nos níveis do Ensino Fundamental (até a 8ª série) e do Ensino Médio, com uso de diferentes metodologias de ensino adaptadas às diferentes realidades regionais.

Programa Sesi Por um Brasil Alfabetizado: o Sesi se engajou no esforço do Governo Federal para a erradicação do analfabetismo absoluto no Brasil. Já foram alfabetizados por meio do programa mais de 900 mil alunos, em parceria com empresas e instituições governamentais e não-governamentais.

Programa Sesi de Educação Continuada: cursos de Educação Continuada são oferecidos com o intuito de preparar técnicos em prol do desenvolvimento dos setores industriais, que em 2006 compuseram 729.788 matrículas, distribuídas em 25.742 turmas.

Sesi fortalece sua atuação com Educação Infantil e Ensino Fundamental: Visa resgatar valores básicos da cidadania ao oferecer uma oportunidade de qualidade para o desenvolvimento pessoal e social dos filhos dos trabalhadores da indústria. Com uma proposta pedagógica inovadora, aliada a uma excelente infraestrutura, um corpo docente especializado e serviços integrados de saúde, lazer e alimentação, a entidade atende alunos desde a Educação Infantil até o Ensino Fundamental. Em 2006 foram 211.868 alunos matriculados em 6.576 turmas.

Fonte: Quadro - CNI- Educação para a nova indústria: uma ação para o desenvolvimento sustentável do Brasil. Brasília (2007).

A competitividade, a necessidade de qualificação profissional, a relação educação e mercado de trabalho e o Sesi como provedor de conhecimento para a classe trabalhadora se firmam como novas condicionantes do discurso do Sesi e revelam as representações imaginárias dos lugares ocupados pelo locutor (Sesi) e seus interlocutores (trabalhadores da indústria) numa determinada formação social. Assim, o Sesi passa a fazer representações dos trabalhadores em situações nas quais necessita de conhecimento e educação formal e direciona estratégias de discurso nas quais ocupa uma posição privilegiada de provedor de conhecimento.

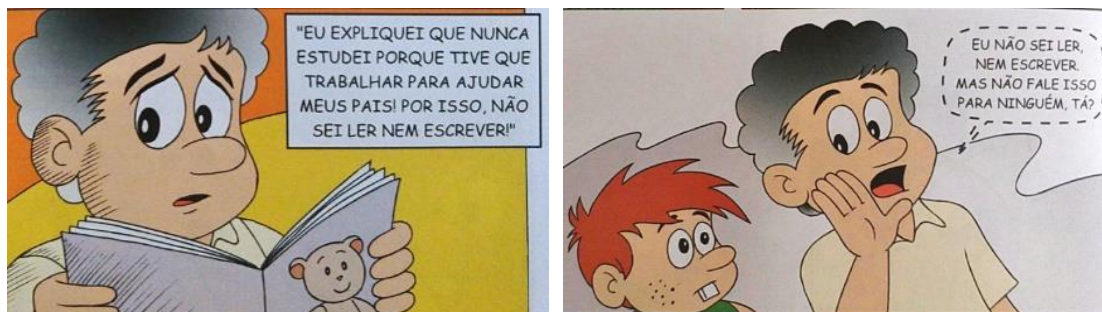
Os enunciados abaixo destacam 04 importantes representações para impactar a percepção do trabalhador: a. relação analfabetismo/trabalho; b. relação pobreza/mercado de trabalho; c. relação qualificação/idade/mercado de trabalho; d. relação educação/provedor.

a) Relação analfabetismo/trabalho

Os enunciados mostram que o fato de ser analfabeto distancia o trabalhador do emprego formal e esta condição vem da cultura do século passado, quando o trabalhador deveria prover a família em detrimento da escola. Nesta realidade, escola e trabalho eram dissociados, contexto que passou a mudar a partir da década de 1980, quando os trabalhadores passaram a ver a possibilidade da dupla jornada – de estudo

e trabalho, conforme mostram os conteúdos da publicação nº 24 de 2003:

Figura 17: Revista Sesinho, 2003, nº 24, pg. 06, 07 e 08.



“ Eu expliquei que nunca estudei porque tive que trabalhar para ajudar meus pais! Por isso, não sei ler nem escrever!” ... “ É difícil arrumar um emprego!”

“Não sei ler, nem escrever. Mas não fale isso para ninguém, tá?”



**“ Mas como?! O papel está em branco!”
...“ É que... eu não sei escrever!”**

“ Só consegui um emprego de catador de papel, porque não precisa saber ler. Não sei mais o que faço!”

“ Eu nunca pude estudar porque trabalho desde criança!”

Fonte: Acervo da autora e Portal da Indústria

Esta sequência de imagens mostra situações de tristeza, vergonha, humilhação e sofrimento pelas quais passa um trabalhador adulto devido à sua condição de analfabeto, sob o olhar incrédulo das crianças que se espantam por tal condição ainda existir. Os argumentos são retomados na publicação do ano seguinte (REVISTA SESINHO, 2004, Nº33), dando continuidade à narrativa:

“ Olha, para ser bem sincero... eu nem fiz o segundo grau!”

“ Sabe como é... Eu tive que trabalhar desde cedo para ajudar a família!”

“ Alguns colegas achavam legal sair da escola para trabalhar. Mas eu fiquei triste...”

As situações apresentadas se aproximam da realidade de muitos leitores e este compartilhamento de experiências é uma das estratégias para criar o vínculo emocional pretendido.

b) Relação pobreza/mercado de trabalho

Em 2005 (REVISTA SESINHO, nº 44), o personagem jovem, pobre, que trabalha numa mina de carvão reforça a dificuldade em conciliar as atividades profissionais e de estudante. Os enunciados mostram novamente o distanciamento da educação em função da condição social e necessidade do emprego:

Figura 18: Revista Sesinho, 2005, nº 44, pg. 04 e 05.



Fonte: Acervo da autora e Portal da Indústria

“ Eu queria continuar estudando...”

“ Aqui é legal, mas eu quero um trabalho melhor! Quero saber mais, aprender mais!”

“ Eu sei... pena que você parou de estudar para trabalhar...”

“ É pena que muitos jovens largam a escola cedo para trabalhar. Alguns nunca mais retornam...”

“ O Caco não vai ter um futuro legal se não estudar... o que eu faço para ajudá-lo?”

As imagens reforçam a condição de pobreza e as condições de subemprego pela qual o personagem se submete em função da falta de escolaridade. Diante da perspectiva de uma nova ocupação, os personagens refletem que, para ter um trabalho melhor, precisam de um outro nível de escolaridade. Fica claro que os sujeitos assumem um posicionamento e revelam uma FD voltada para o aperfeiçoamento intelectual, a qual determina um novo modo de vida: a busca

constante pela qualificação:

“Uma nova fábrica vai ser instalada na nossa cidade e gerar mais de 300 empregos.”

“ As vagas exigem ensino médio e qualificação para a função...”

“ ...e, para pegar o emprego, ele precisa voltar a estudar. Mas eu não sei como...”

“ Não dá. Ele também precisa fazer um curso técnico...”

“ Em muitas indústrias, até quem sabe fazer o trabalho só consegue a vaga se tiver pelo menos o ensino médio...”

Em 2007(edição nº 63), a narrativa é retomada, reafirmando que apenas o conhecimento poderá alterar a condição de vida dos personagens:

“ Acho que você deveria estar na escola, e não vendendo chiclete!” “ Eu até concordo com você, garoto, mas nossa família é pobre, precisa de ajuda!”

“ Eu saí da escola! Já estava uma série atrasado mesmo!”

“ Mas educação é super importante, é o único jeito pra você crescer mesmo, no trabalho e como pessoa também!”

“Dizem que o trabalho está difícil para todo mundo, inclusive pra quem estuda!”

“ Se você estudar, vai ajudar muito mais do que vender chiclete!”

Assim, constitui-se a relação de que a pobreza afasta os personagens da escola, do trabalho, fatos que, se não forem rompidos, os manterão na condição de vulnerabilidade social e dependência.

c) Relação qualificação/idade/mercado de trabalho

Neste caso, as narrativas são direcionadas para trabalhadores que já estão no mercado de trabalho, na condição de operários ou mesmo desempregados que precisam de recolocação. Eles são os alvos dos argumentos para que retornem à escola e conciliem as duas atividades, conforme fala do personagem Sesinho (REVISTA SESINHO, 2001, nº 8):

“ E ninguém é velho demais para estudar! Meu pai disse que o Sesi dá aulas para mais de um milhão de jovens e adultos, no Brasil inteiro!”

A ideia é reforçar o discurso de que funcionários bem qualificados são mais produtivos, utilizam melhor os equipamentos, criam soluções e adaptam processos

para o dia a dia da empresa e como recompensa, podem ter cargos e remuneração melhores e, reforçando a condicionante anterior, podem ter melhorias de qualidade de vida. As narrativas falam da importância da educação continuada para garantir o emprego e para possíveis promoções (REVISTA SESINHO, 2001, nº 8):

“ O trabalhador brasileiro precisa estudar muito, para ficar sempre atualizado.”

“ Quem não se atualiza fica para trás. Por isso, o Sesi oferece cursos para adultos, inclusive de especialização!”

“ E o pai da Nina também! Ter um diploma não quer dizer que a gente não precisa mais estudar. Sempre existem coisas novas para aprender!”

Estes enunciados evidenciam as relações de interdependência da indústria e dos trabalhadores, onde ambos se constituem como sujeitos sociais e discursivos, pois “são as relações que constituem esse sujeito – a relação com o outro, a relação com a linguagem, e o simbólico [...] são sujeitos interlocutores – sujeitos que falam um com o outro, produzidos nos e pelos laços discursivos que os unem” (FRANÇA, 2006, p. 76). Na edição da revista Sesiinho de 2004, nº33, o assunto é retomado e um personagem que passou dos 30 anos, se considera “velho” para voltar a estudar, justifica a limitação dos estudos e revela que sente falta de novos conhecimentos:

Figura 19: Revista Sesiinho, 2004, nº 33, pg. 08.



Fonte: Acervo da autora e Portal da Indústria

“ Eu sei do programa, mas para mim não dá mais...”

“ Que é isso? Nunca é tarde para querer aprender e melhorar!”

“ Eu já passei dos trinta, a cabeça velha não é mais a mesma para estudar!” “ Eu nunca mais vou poder estudar! Teria que virar minha vida do avesso...”

“ Quando eu era mais jovem, não dei muito valor... depois casei, tive filhos...”

“ Claro que estou feliz assim, mas sinto falta de saber mais!”

As situações apresentadas mostram algumas realidades vividas pelos

leitores, por exemplo, os trabalhadores que têm de fazer escolhas entre estudo e trabalho. Além dos motivos de ordem pessoal e familiar, destacamos a atitude dos próprios empregadores que exigem dedicação exclusiva no emprego. Como consequência, o baixo nível de escolaridade e a idade passam a ser problemas para a atuação no mercado de trabalho do século XXI, onde as empresas estão situadas num cenário globalizado, altamente competitivo e num ambiente de inovações e tecnologias. Estamos falando então de uma sociedade empresarial que materializa seus discursos em função de sua formação ideológica, entendida como “um conjunto complexo de atitudes e de representações que não são nem ‘individuais’ nem ‘universais’ mas se relaciona mais ou menos diretamente com as posições de classe em conflito umas em relação às outras” (HAROCHE, HENRY, PÊCHEUX, 1971, p. 102). Esses conflitos permeiam, em diferentes níveis, tanto os discursos da classe trabalhadora, quanto os discursos dos mantenedores da indústria.

A edição de 2005 (nº44) reforça a narrativa, desta vez, esclarecendo que a iniciativa de promover o conhecimento parte do empregador, o que pode levar o leitor a pensar que a decisão é conjunta, entre patrões e empregados. Esses argumentos estão relacionadas com a FD que se destaca nesse momento histórico – que empresas e trabalhadores se adaptem à flexibilidade do mundo de trabalho contemporâneo. Alves (2010) explica que trabalho assalariado se adapta à nova realidade das empresas reestruturadas e passa a ter caráter flexível:

Sob a era da mundialização do capital, [...] e sob a ofensiva neoliberal, que caracterizou as últimas décadas do século XX, a categoria da “flexibilidade” se desdobrou e adquiriu múltiplas determinações no interior do processo de trabalho capitalista, assumindo, deste modo, novas proporções, intensidade e amplitude. A flexibilidade torna-se, no sentido geral, um atributo da própria organização social da produção (ALVES, 2010, p.4).

Esta flexibilidade da força do trabalho, apontada pelo autor, refere-se à legislação e à regulamentação social e sindical, que continua sendo estratégica para a acumulação do capital e envolve aspectos como flexibilidade nos contratos de trabalho, os salários, os horários, o local de realização do trabalho dentro e fora da empresa ou ainda, aquela relativa aos regulamentos internos, à representação sindical interna, ao sistema de remuneração e a recompensas etc. (ALVES, 2010). Diante deste cenário, os argumentos abaixo, no contexto da revista, passam a fazer sentido para a classe dos trabalhadores:

“ A educação é cada vez mais importante no trabalho. Muitas empresas estão colocando seus empregados de novo na escola!”

“ Poxa, a pessoa já está trabalhando e tem que estudar de novo?”

“ Isso mesmo! Até gente com diploma está fazendo isso!”

Nas histórias da revista Sesinho, os empregados que aderem aos cursos e programas de educação básica ou continuada têm suas recompensas, que podem ser financeiras ou emocionais. As narrativas destacam os aspectos de superação pelo fato de o trabalhador conseguir conciliar trabalho e estudo e as gratificações que envolvem, inclusive, melhoria de qualidade de vida, enfatizando, assim, uma FD pertencente a determinado sistema econômico, cujo desenvolvimento se dá, principalmente, por meio do aprimoramento intelectual; afinal, é por meio desse tipo de qualificação que o desempenho no trabalho será melhor e, conseqüentemente, a economia. (REVISTA SESINHO, 2004, nº 33):

“ Puxa, ele está empolgado! Nem parece que trabalhou o dia inteiro!”

“ Muitos acham que não precisam ou não podem mais estudar.”

“ E a gente precisa continuar estudando sempre, né?”

Figura 20: Revista Sesinho, 2004, nº 33, pg. 15.



“ Os meses passam, e seu Bolacha continua estudando...”

“ Com a conclusão do ensino médio, seu Bolacha tornou-se o líder da sua seção.”

“ Eu nunca pude estudar porque trabalho desde criança!”

Fonte: Acervo da autora e Portal da Indústria

“ Sesinho? Seu Bolacha? Puxa, agora o senhor sabe mexer em computadores?”

“ Bom, eu soube que o Sesi também tem cursos de informática e pensei: por que não?”

“ A idéia é tornar a pessoa um cidadão mais consciente, participante, feliz e também um trabalhador mais qualificado.”

“ Fiquei dez anos sem estudar e agora vejo como fez falta! Até meu relacionamento com os colegas melhorou!”

Figura 21: Revista Sesinho, 2004, nº 33, pg. 16.



“ Eu tenho muito que agradecer, meninos! Minha vida melhorou! Estou até pagando o meu carrinho...”

“ Agora sou uma pessoa mais consciente, presto atenção ao noticiário... até da minha saúde eu cuido melhor!”

Fonte: Acervo da autora e Portal da Indústria

As imagens corroboram a suposta transformação do trabalhador com mais escolaridade, pois o personagem Bolacha, já não usa as roupas de operário e passa a ter uma apresentação compatível com suas novas funções, transformações que extrapolam os limites da empresa e impactam sua vida pessoal e econômica.

Nestas análises, é possível observar que os enunciados estão conectados com as transformações econômicas e sociais que criaram uma nova organização da força de trabalho para o século XXI. Alves (2010) aponta algumas características de modo de organização e regulação do trabalho assalariado que podem ser observados na década de 2000 no Brasil:

- presença ostensiva de máquinas informacionais nos locais de trabalho que exigem um novo perfil profissional dos empregados que deem conta do novo arcabouço tecnológico e das novas rotinas que implicam em novas capacidades operativas;
- novos métodos de gestão e organização da produção que marcam a “era da gestão das pessoas”. O discurso da organização do trabalho incorpora um novo léxico: trabalhadores assalariados, operários ou empregados tornam-se “colaboradores”, que devem ter características proativas e propositivas para o trabalho em equipe;
- os locais de trabalho reestruturados expõem a intensa transfiguração do trabalhador coletivo do capital. A nova empresa exige novos operários e empregados. Os Planos de Demissão Voluntárias tornaram-se práticas recorrentes como instrumento de renovação administrada dos coletivos de trabalho. As reestruturações trazem a presença ampla de jovens

empregados contratados, por exemplo, no decorrer da década de 2000.

Esses cenários passam a fazer parte das modificações que o Sistema Indústria realiza para se adaptar ao novo milênio e as narrativas se estendem para as páginas de Sesinho.

d) Relação educação/provedor

O contexto acima, somado aos objetivos estratégicos de posicionamento e fortalecimento da indústria nacional, é o cenário ideal para legitimar o Sesi como provedor do conhecimento. Os enunciados abaixo, produzidos em 2001 e 2003, destacam a representação do Sesi nesta condição:

“ Meu pai tem uns amigos no Sesi que dão cursos para quem trabalha. Eles podem ajudar!”
(Revista Sesinho, 2001, nº8).

Figura 22: Revista Sesinho, 2003, nº 24, pg. 13, 14 e 15.

“ Agora, temos uma novidade que vai ajudar o seu Roberto e muitos outros adultos!”

“ Eu vi na TV que o Sesi vai ensinar pessoas de todo o Brasil a ler e escrever!”

“ O senhor vai poder aprender tudo o que desejar. É só procurar uma escola do SESI!”



“ Aprender a ler e escrever é muito importante!”
e escrever!”



Fonte: Acervo da autora e Portal da Indústria

“ É ser um cidadão completo, que lê jornais, revistas e tem carteira de identidade assinada.”

“ Saber ler é poder entender o que está escrito em placas, cartazes e até nas instruções do chefe!”

“ Eu e o seu Roberto estamos convidando todos os que querem aprender a ler, para se matricular no SESI!”

“ Então, vá na escola do Sesi aprender a ler e escrever!”

“ Graças a vocês! Aprendi a ler e escrever e ainda tenho um emprego!”

“ Aprendi muita coisa e meus colegas também! Agora sou um homem completo. Em que posso ajudar?” (Revista Sesinho, 2003, nº24).

Neste conjunto de enunciados, vários personagens reafirmam a condição do Sesi de espaço de conhecimento. Professora e alunos, mais uma vez, são os porta-vozes da entidade junto à comunidade trabalhadora para fomentar a imagem do Sesi como provedor da educação.

Em outra sequência, há um destaque nos enunciados, onde o verbo ajudar está presente em quase toda a história, reafirmado o papel da entidade, de transformar a realidade por meio da educação (REVISTA SESINHO, 2005, nº 44). O paradoxo é que a escolha lexical remete à postura assistencialista que marcou as primeiras décadas de funcionamento da entidade e que foi supostamente transcendida na década de 1990.

Ao comemorar seus 50 anos, a entidade afirmou que “transcendeu o papel assistencialista e ampliou-se em centros de educação e cultura que atingem parcela significativa da população em todos os estados brasileiros. Hoje é um modelo democrático, harmônico e dinâmico de organização social” (SESI, 2008, p.93). No entanto, o novo posicionamento não é claramente revelado nos discursos atuais. Verificamos que a condição de produção (caráter assistencialista) continua a afetar o

sujeito (Sesi) na produção de seus discursos. Esta constatação está relacionada às teses de Pêcheux de que

[...] o sentido de uma palavra ou outras formas de um enunciado não existe em si mesmo, mas pelas posições ideológicas, de um momento sócio-histórico, no qual as palavras são produzidas ou reproduzidas. Ou seja, “as palavras, expressões, proposições etc., mudam de sentido segundo as posições sustentadas por aqueles que a empregam” (1997, p.160).

Assim, nos enunciados abaixo, a palavra “ajudar” pode ganhar novos sentidos, relacionados aos novos posicionamentos que o Sesi pretende reafirmar.

Figura 23: Revista Sesinho, 2005, nº 44, pg. 08.



“ Como é que vocês podem ajudar o meu irmão?” ...“ Com a ajuda do Sesi, claro!”

“ A gente está sempre por dentro do que o Sesi está fazendo!”

Fonte: Acervo da autora e Portal da Indústria

“ Existe até um programa que pode ajudar o seu irmão a arrumar trabalho na fábrica!”

“ Viu? Você vai poder estudar e trabalhar na fábrica!”“Há vários cursos técnicos para a indústria, desde mecânica de automóveis até informática ou mecatrônica.”

“ É tudo muito legal, mas dá mesmo para conseguir trabalho assim?”“ Com certeza! Já temos muitos ex-alunos fazendo estágio ou trabalhando em indústrias!”

Figura 24: Revista Sesinho, 2005, nº 44, pg. 12.



“ Mas não é só isso! Os cursos do Sesi também ajudam a formar cidadãos conscientes e informados!”

Fonte: Acervo da autora e Portal da Indústria

“ Muitas pessoas podem ganhar com isso... seria legal se vocês contassem a elas sobre o programa!”

“ Quando a fábrica abrir, você vai estar pronto para pegar o emprego, né, Caco?”“ É! Quem

sabe você até vira chefe, ganha prêmios...”

Ao destacar o verbo “ajudar”, recorremos a Possenti (2009) para reafirmar que os efeitos de sentido não estão diretamente ligados a um significante/palavra, mas ao conjunto de significantes/palavras que se substituem em cada discurso, de acordo com as condições de produção. Possenti (2009, p.142) afirma que

Qualquer enunciação supõe uma posição, e é a partir dessa posição que os enunciados (palavras) recebem sentidos. Melhor ainda: qualquer uma dessas posições implica uma memória discursiva, de modo que as formulações não nascem de um sujeito que apenas segue as regras de uma língua, mas do interdiscurso, vale dizer, as formulações estão sempre relacionadas a outras formulações.

Assim, as enunciações recentes do Sesi, trazem uma memória discursiva relacionada a formulações já proferidas em outros momentos históricos e que ainda afetam a entidade e reafirmam seu caráter de provedora.

Ao analisar as quatro condicionantes do discurso do Sesi, observamos que os fatores descritos acima não aparecem de forma linear e cronológica, pelo contrário, estão presentes em várias publicações do período de 2001 a 2008, muitas vezes de forma simultânea, confirmando a relação dos enunciados com o novo contexto do trabalho e com as propostas da indústria viabilizadas pelas estruturas do Sesi, responsáveis pela educação básica e continuada e do Senai, responsável pela educação profissionalizante e superior.

As narrativas deixam claras que o desenvolvimento da indústria está diretamente ligado ao sistema de educação criado e disponibilizado pela entidade para os trabalhadores e futuros trabalhadores da indústria. Assim, o novo capital de recursos humanos estará apto para contribuir com a melhor produtividade e inovação nas organizações industriais. As representações imaginárias dos lugares ocupados pelo Sesi e pelos trabalhadores da indústria, neste período, confirmam alguns mecanismos já apontados por Orlandi (2013) para a observar as condições de produção e funcionamento do discurso do Sesi:

- **a relação de sentidos:** os dizeres do Sesi se relacionam e geram novos e diferentes sentidos;
- **a antecipação:** este mecanismo regula a argumentação e em Sesiinho podem ser entendidos como as condicionantes do discurso que

- possibilitaram narrativas visando efeitos específicos sobre o interlocutor;
- **as relações de força:** numa relação hierarquizada, o lugar que o Sesi se coloca é nitidamente superior ao lugar do trabalhador. Como provedor, o Sesi estabelece seu lugar, que passa a constituir também seus discursos.

Ao se referirem à revista Sesi, as entidades que compõem o Sistema Indústria deixam explícita a finalidade da revista de facilitar o entendimento das mensagens para sua posterior aceitação. Assim, o personagem Sesi e seus amigos passam a conviver com seu público e fortalecem o papel de porta vozes do Sesi.

Diante destas informações, podemos afirmar que a revista Sesi é um dos principais canais de comunicação do Sesi, e conseqüentemente da indústria, para evidenciar seu discurso (ROYER, 2014). De certa forma a publicação pode estabelecer e confirmar a relação de poder que envolve a indústria e os trabalhadores que a sustentam. Sua carga informativa pode promover a aceitação da indústria, como também, na perspectiva de Foucault, reafirmar a dominação que pode ser inerente ao saber e que determina o lugar ocupado pelos atores do processo discursivo.

A revista Sesi representa então uma cenografia construída para as cenas de enunciação do Sesi “pois o discurso necessita de um espaço para ser enunciado” (MAINGUENEAU, 2005, p. 75). Ao definirmos os lugares que os interlocutores ocupam nessas cenas, podemos compreender as posições de sujeito do discurso. A significação do discurso vem dessas posições e os significados ocorrem em função do contexto histórico e das memórias que constituem as formações discursivas da indústria.

As condicionantes do discurso do Sesi serão retomadas na análise das formações discursivas (FDs), pois representam também os interdiscursos e as memórias que fazem parte da constituição dos sujeitos desses discursos.

6.2.3 Constituição do Sujeito no Ambiente Organizacional

Neste estudo, compreendemos que a CNI e o Sesi pertencem a uma comunidade discursiva predominantemente econômica e ideológica, pois tem uma

estrutura organizacional formal que permite difundir valores e crenças relativos às causas pelas quais existem, uma vez que reúnem milhares de organizações que produzem e administram um certo tipo de discurso (MAINGUENEAU, 1998). A forma de organização das entidades representativas de classe e seus discursos são inseparáveis e, nesta perspectiva, caracterizamos seus locutores e posicionamentos, para compreender como ocorre a constituição do sujeito discursivo no ambiente organizacional.

Partimos do princípio de que o sujeito só se completa na interação com o outro, por isso no ambiente organizacional vão emergir vários sujeitos discursivos, essencialmente históricos com falas produzidas em tempos e lugares específicos e essencialmente ideológicos, cujos discursos se situam em relação aos discursos do outro, “que envolve não só o seu destinatário para quem planeja, ajusta a sua fala (nível intradiscursivo), mas que também envolve outros discursos historicamente constituídos e que emergem em sua fala (nível interdiscursivo)” (BRANDÃO, 2012, p. 59).

Enquanto o Sesi se coloca como um locutor coletivo que busca a adesão de seus interlocutores por meio de suas práticas discursivas presentes na comunicação institucional, o personagem Sesinho, criado para ser o porta voz da publicação e do Sesi, pode ser considerado o locutor individual do discurso da indústria, porque ocupa um lugar de fala, conforme mostra a publicação nº 56, de 2006. Nesta sequência de enunciados, os locutores constroem uma forma de enunciação ao apresentar um projeto da entidade e ao se colocarem como ponto de referência do conhecimento e do saber:

Figura 25: Revista Sesinho, 2006, nº 56, pg. 09 e 10.





Fonte: Acervo da autora e Portal da Indústria

“ Bem-vindos à unidade Sesi Indústria do Conhecimento!”

“ Indústria? Mas isso aqui não tem cara de fábrica!”

“ O conhecimento também é uma indústria, Bocão, mas não fabrica produtos! Ela gera informação, saber, cultura! E não polui!”

“ Essa é a melhor indústria!”

“ Por isso, o Sesi lançou esse novo programa, que serve para dar acesso gratuito aos meios de pesquisa e aprendizado!”

Os locutores também assumem a responsabilidade pelos pontos de vista dos enunciados e se colocam como a voz da coletividade (indústria), pois, na condição de sujeitos da linguagem, estão na posição de produção dos discursos. O Sesi e o personagem Sesinho realizam as enunciações e assumem vários papéis: o de construir a enunciação, o de servir como ponto de referência, o de assumir a responsabilidade pelos pontos de vista presentes nos enunciados e ainda, o de ser a voz da coletividade (CHARAUDEAU; MAINGUENEAU, 2004).

Na perspectiva de Foucault, podemos dizer que o Sesi representa o EU nos discurso (o Sesi ajuda, o Sesi lançou, o Sesi produz...), Sesinho e demais personagens são os enunciadores, pois são as perspectivas humana do Sesi, e o Sistema Indústria é o autor dos discursos, uma dimensão enunciativa do sujeito que é determinada pelo seu contexto sócio-histórico e que, portanto, tem uma função social. Juntos, têm o papel, nesta comunidade discursiva, de criar identificação entre seus membros, experiências comuns e relação de aproximação.

Esses sujeitos estão situados no contexto histórico de uma comunidade em tempos e espaços concretos, nos quais seus dizeres refletem a filosofia (crenças/valores) do grupo ao qual pertencem. Brandão (2012b) explica que o sujeito se forma na relação com o outro e ao perceber as alteridades dessa relação:

[...] isto é, da mesma maneira que toma consciência de si mesmo na relação com esse outro, o sujeito do discurso se constitui, se reconhece como tendo uma determinada identidade na medida que interage com outros discursos, com eles dialogando, comparando pontos de vista, divergindo, etc. (BRANDÃO, 2012b, p. 26).

É no ato enunciativo mediado pela revista *Sesinho* que os sujeitos discursivos se constituem. Na relação que estabelecem com o outro, ou seja, com os leitores, é que suas identidades serão reconhecidas e reafirmadas (ou não!), à medida que os discursos interagem. Esta relação pode ser observada na edição nº 63, de 2007 que traz informações sobre o Programa Todos pela Educação:

“ Trabalhar pela educação é muito importante!”

“ Olha isso aqui! Por que não vem trabalhar no Sesi?”

“ Eles dão muito valor ao professor!”

“ Pode parecer complicado, Bocão, mas a mensagem é bem simples: educação é super importante, e todo mundo pode fazer sua parte para ajudar!”

Para ter adesão ao programa, o sujeito discursivo da indústria transfere aos personagens, que representam os leitores, a responsabilidade de promover a educação. Notamos que o discurso do Sesi revela um posicionamento claro: compartilhar sua condição de provedor da educação com as pessoas que são, justamente, os alvos de suas ações, mesmo que seus objetivos sejam diferentes. Com isso, os trabalhadores passariam a ter o mesmo estatuto de sujeito do Sesi, caso venham a ocupar a mesma posição de provedor do conhecimento e da educação, passando da condição de receptor, para a condição de produtor dos discursos.

Nesta e nas demais cenas enunciativas de *Sesinho*, o leitor também passa a ser sujeito dos discursos proferidos pelo Sesi, pois está no mesmo espaço discursivo e se completa da interação que tem com a publicação e com a entidade. Percebemos aqui a noção de subjetividade, pois as enunciações mascaram o sujeito (BRANDÃO, 2012a, p.57), ou os colocam nas mesmas posições e lugares. Se o leitor passa a ocupar a mesma função de autor dos discursos propostos pelo Sesi, ele passa a ter também a mesma função: a enunciativa, que dá unidade à heterogeneidade do discurso, que é produzida pela dispersão do sujeito. Brandão (2012a) explica que “essa heterogeneidade é tratada pelo sujeito de tal forma que faz que o texto “adquira, na forma de um concerto polifônico, uma unidade, uma coerência, quer harmonizando as diferentes vozes, quer apagando as vozes discordantes” (p. 83).

Mas isso seria possível considerando as formações discursivas do leitor? Teoricamente sim, pois em um mesmo texto, podemos identificar várias formações discursivas, ou seja, ao assumir a função de autor de um determinado texto, este será composto pela relação das FDs do leitor e da indústria. Nesta relação, pode emergir uma FD dominante que terá a adesão do leitor, caso esteja de acordo com sua formação ideológica.

6.2.4 Formação Ideológica / Formação Discursiva

Conforme apresentamos anteriormente, é na relação das FDs e FIs que podemos compreender o processo discursivo identificado nas narrativas da revista *Sesinho*. As formações discursivas representam lugares de articulação entre língua e discursivo e ocorrem numa formação ideológica específica, levando em conta a relação de classes que determinam “o que pode e deve ser dito a partir de uma posição dada em uma conjuntura dada” (BRANDÃO, 2012a, p.48). A relação de classes que estamos observando refere-se às relações estabelecidas entre a representação patronal organizada da indústria e a classe trabalhadora.

Nesta fase, nos cabe compreender quais formações ideológicas que constituem o sujeito (Sistema Indústria) que norteiam a produção discursiva do *Sesi* e os processos de produção de sentido que ocorrem na relação dos sujeitos desses discursos. Considerando que esses sujeitos são interpelados ideologicamente, quais efeitos de sentido podem ocorrer na esfera comunicativa da revista *Sesinho*? Nos discursos que emergem da publicação, é possível verificar a materialidade da ideologia que determina as condições de produção dos discursos e, ao mesmo tempo, as condições de reprodução da instância econômica onde está situado o Sistema Indústria.

Em vários enunciados, é possível verificar que a instância ideológica interpela os sujeitos colocando-os em situações para pensar que controlam suas decisões e a ocuparem um lugar específico de uma formação social. Em momentos distintos, entre 2004 e 2008, os personagens firmam suas posições repetindo o discurso da própria indústria:

“ A idéia é tornar a pessoa um cidadão mais consciente, participante, feliz e também um trabalhador mais qualificado” (Revista Sesinho, 2004, nº33).

“ Mas educação é super importante, é o único jeito pra você crescer mesmo, no trabalho e como pessoa também!” (Revista Sesinho, 2007, nº63).

“ Nos últimos anos, as indústrias sentiram a necessidade do trabalhador mais criativo, que está sempre estudando e se aperfeiçoando!” (Revista Sesinho, 2008, nº75).

Nesses enunciados, conseguimos observar as várias perspectivas do conceito de ideologia. Esse discurso é da indústria, que precisa proporcionar oportunidades de qualificação e aperfeiçoamento para adequar os empregados ao novo ambiente industrial, por outro lado, esse mesmo discurso mostra um suposto benefício para o empregado, que é torná-lo um “cidadão mais consciente”. Para que haja adesão a este sistema de ideias, o trabalhador precisa ocupar o mesmo patamar do seu empregador. A instância ideológica funciona então para reproduzir as condições de produção e interpelar os trabalhadores em sujeitos ideológicos, ação que consiste em “fazer com que cada indivíduo (sem que ele tome consciência disso, mas ao contrário, tenha a impressão de que é senhor de sua própria vontade) seja levado a ocupar seu lugar em um dos grupos ou classes de uma determinada formação social” (BRANDÃO, 2012a, p.46).

Figura 26: Revista Sesinho, 2007, nº 63, pg. 19



“ Pode parecer complicado, Bocão, mas a mensagem é bem simples: educação é super importante, e todo mundo pode fazer sua parte para ajudar!” (Revista Sesinho, 2007, nº63),

Fonte: Acervo da autora e Portal da Indústria

No texto, “todo mundo” inclui o próprio professor, os alunos, os empresários, o Sistema Indústria que os representam e os funcionários, como se todos tivessem os mesmos interesses e objetivos. Nesta situação, fica claro o entendimento da ideologia marxista, vista como um mecanismo de distorção da realidade e apagamento das contradições que envolvem as lutas das classes sociais. Mesmo que, de fato, todos devam lutar pela educação, as perspectivas não podem ser as mesmas considerando a desigualdade presente no cenário das relações de trabalho e os objetivos divergentes.

Não podemos reduzir a significação da ideologia à sua vinculação a uma suposta classe dominante, mas este aspecto aparece na formação discursiva presente na revista Sésinho. Chauí (1980) explica que a ideologia pode ser organizada como um sistema lógico de ideias, valores e de normas ou regras de conduta “que indicam e prescrevem aos membros da sociedade o que deve pensar e como devem pensar, o que devem valorizar, o que devem sentir, o que devem fazer e como devem fazer” (CHAUÍ, 1980, p.113). Essas prescrições aparecem em vários momentos:

“ Sabem de uma coisa? Vou aproveitar e fazer um curso no Sesi e um no SENAI!” (Revista Sésinho, 2001, nº8)

“ Aprender a ler e escrever é muito importante!” (Revista Sésinho, 2003, nº24)

“ Mas não é só isso! Os cursos do Sesi também ajudam a formar cidadãos conscientes e informados!” (Revista Sésinho, 2005, nº44)

No sistema lógico do Sesi, seu papel é formar cidadãos preparados para o trabalho e para a vida em sociedade, e sua prescrição funciona, quando o trabalhador acredita que isso está acontecendo.

Figura 27: Revista Sésinho, 2004, nº 33, pg. 17.



“ Agora sou uma pessoa mais consciente, presto atenção ao noticiário... até da minha saúde eu cuido melhor!”

Fonte: Acervo da autora e Portal da Indústria

Além da perspectiva marxista, esta sequência também pode ser vinculada com o conceito de ideologia de Althusser, especificamente aos AIEs, aparelhos ideológicos de estado, utilizados pela classe dominante para reprodução e perpetuação de condições materiais, ideológicas e políticas de dominação:

“ Aprendi muita coisa e meus colegas também! Agora sou um homem completo. Em que posso ajudar?” (Revista Sesinho, 2003, nº24)

“ Quando eu crescer, quero trabalhar na mesma indústria que o meu pai!” (Revista Sesinho, 2008, nº75)

Assim, o sistema ideológico do Sesi é particular e reforça sua posição de classe, mas suas ações querem transformar esse sistema numa ideologia geral, propondo um cenário de relações imaginárias com seus leitores, ancoradas numa existência material e num aparelho ideológico (CNI, Sistema Indústria, Colégios Sesi), que interpelam os sujeitos (trabalhadores, filhos de industriários e alunos do sistema de ensino Sesi/Senai), pois “só existe ideologia pelo sujeito e para o sujeito” (ALTHUSSER, 1980, P. 93).

Podemos ainda visualizar a representação desses sujeitos com suas reais condições de existência pela perspectiva de Ricouer, que se afasta da interpretação redutora da luta de classes ao colocar que a função da ideologia é mediar a integração e coesão de grupos. Se o sistema ideológico representado pelo Sesi terá ou não a função de legitimar sua autoridade como provedor de educação e formação de cidadãos conscientes ou a função deformadora de se colocar como padrão real da sociedade, dependerá ainda das formações discursivas que permeiam o ambiente da indústria e o ambiente de seus leitores. Mas o fato é que essas possibilidades constituem a formação ideológica do Sesi que firma sua posição e seu discurso de provedor da educação, do trabalho e das melhorias de condições de vida do trabalhador da indústria.

A partir desta formação ideológica, esses possíveis efeitos de sentido devem ser relacionados com os interdiscursos evidenciados no ambiente organizacional e com as formações discursivas identificadas nos enunciados de Sesinho. Na

perspectiva de Foucault (1969), podemos compreender o discurso do Sesi como um conjunto de enunciados que revelam uma mesma formação discursiva, ou seja, os temas Educação e Trabalho foram tratados num determinado período de tempo (2001 a 2008) com princípios de regularidade e com um sistema de regras historicamente determinada e que nesse trabalho foram identificadas como condicionantes do discurso, numa determinada condição de produção: a competitividade, a necessidade de qualificação profissional, a relação educação e mercado de trabalho e o Sesi como provedor de conhecimento para a classe trabalhadora.

Esta constatação vincula-se a uma das hipóteses de Foucault acerca dos enunciados no campo do discurso, “os enunciados, diferentes em sua forma, dispersos no tempo, formam um conjunto quando se referem a um único e mesmo objeto” (1997, p.41). Os aspectos de dispersão e regularidade podem ser destacados nos enunciados da revista no período de 2001 a 2008:

“ A empresa disse que precisa de gente mais qualificada para o trabalho. Aí demitiram o meu pai...” (Revista Sésinho, 2001, nº8);

“ O trabalhador brasileiro precisa estudar muito, para ficar sempre atualizado.” (Revista Sésinho, 2001, nº8);

“ E o exemplo de trabalho em grupo e organização das abelhas é o maior barato!” (Revista Sésinho, 2002, nº10);

“ A gente tem muito o que aprender com elas! Se todo mundo faz a sua parte, tudo fica melhor!” (Revista Sésinho, 2002, nº10)

“ Graças a vocês! Aprendi a ler e escrever e ainda tenho um emprego!” (Revista Sésinho, 2003, nº24);

“ Com a conclusão do ensino médio, seu Bolacha tornou-se o líder da sua seção.” (Revista Sésinho, 2004, nº33);

“ A educação é cada vez mais importante no trabalho. Muitas empresas estão colocando seus empregados de novo na escola!” (Revista Sésinho, 2005, nº44);

“ O conhecimento também é uma indústria, Bocão, mas não fabrica produtos! Ela gera informação, saber, cultura! E não polui!” (Revista Sésinho, 2006, nº56);

“ Trabalhar pela educação é muito importante!” (Revista Sésinho, 2007, nº63);

“ Nos últimos anos, as indústrias sentiram a necessidade do trabalhador mais criativo, que está sempre estudando e se aperfeiçoando!” (Revista Sésinho, 2008, nº75).

Os enunciados tratam de um mesmo objeto, a relação Educação e Trabalho e, num período de oito anos, têm um mesmo princípio de regularidade: os temas são apresentados como sendo inerentes, em diferentes formas de enunciação, adaptados

de acordo com a narrativa de cada história. Este exemplo mostra uma das formações discursivas do Sesi, “pois permite compreender o processo de produção de sentidos, a sua relação com a ideologia e dá ao analista a possibilidade de estabelecer regularidades no funcionamento do discurso” (ORLANDI, 2013, p.43).

Na perspectiva de Pêcheux, essa formação discursiva representa as formações ideológicas do Sesi e “os sentidos são determinados ideologicamente” (ORLANDI, 2013, p.43). Nos textos de Sesinho, as palavras fazem parte do discurso do Sesi e se relacionam com outros dizeres presentes na memória discursiva onde as formações discursivas são “regionalizações do interdiscurso” (ORLANDI, 2013, p.43).

Outra formação discursiva identificada na revista mostra como as palavras são utilizadas em diferentes condições de produção e ativam o funcionamento da memória discursiva. Em duas histórias, de 2002 e 2004, a necessidade de se reafirmar atributos importantes para que o trabalhador se adapte ao ambiente industrial, foi resolvida com a metáfora da colmeia e a forma de organização do trabalho das abelhas:

Figura 28: Revista Sesinho, 2002, nº 10, pg. 10 e 14.



“ Elas cuidam de tudo na colméia. Cada abelha tem sua função, como se fosse uma empresa!”

“ Em 3 semanas, o ovo vira larva e a larva vira abelha-operária. A partir daí, ela não pára de trabalhar!”

“ Também tem as operárias, que administram a colméia...”



“ E o exemplo de trabalho em grupo e organização das abelhas é o maior barato!”

Fonte: Acervo da autora e Portal da Indústria

“ E agora? O que você queria mostrar de tão importante?” “ ...trabalho de equipe!”

“ As abelhas são muito organizadas!”

“ Mas o jeito como elas vivem dá certo e serve de exemplo para a gente.”

“ Se vocês trabalharem em equipes como as abelhas, vai dar tudo certo!” (Revista Sesinho, 2004, nº35)

As mudanças no mundo do trabalho acompanharam e sofreram os impactos do contexto de rápidas transformações das últimas décadas do século passado e o trabalhador, no exercício de suas atividades, recebeu influências diretas dos novos modelos de gestão, novos processos produtivos e das novas tecnologias (NARDI; TITTONI; BERNARDES, 2002). Nos novos modelos de gestão, o padrão produtivo passou a contar com tecnologia avançada e computadores, o que exigiu contratação de mão- de-obra qualificada, ao mesmo tempo em que levou à diminuição do quadro de operários de chão de fábrica, cujo trabalho se caracterizava por ser braçal.

A gestão da força de trabalho também sofreu mudanças com a introdução de novas técnicas: trabalho em equipe, células de produção, times de trabalho, grupos semiautônomos, nos quais o trabalhador executa múltiplas funções. Procurou-se estimular o envolvimento participativo dos trabalhadores e diminuir as hierarquias (SESI, 2008). Por isso, nas histórias são reforçados os aspectos do trabalho em equipe, colaborativo e organizado, onde todos têm uma parcela de responsabilidade e participação no resultado do trabalho:

“ Só que, para tudo isso funcionar direitinho, tem que seguir algumas regras!”

“ Se uma abelha tentasse fazer tudo sozinha, ia ficar cansada e toda atrapalhada!”

“ Mas elas sempre colaboram umas com as outras, por isso, tudo fica mais fácil e rápido!”

Figura 29: Revista Sesinho, 2002, nº 10, pg. 14.



“A gente tem muito aprender com elas! Se todo mundo faz a sua parte, tudo fica melhor!”

Fonte: Acervo da autora e Portal da Indústria

“ Quando alguém não quer escutar as opiniões dos outros, pode deixar de ouvir boas idéias...”

“ Na empresa onde meu pai trabalha, as pessoas fazem reuniões. Todos dão sua opinião e votam nas melhores idéias.”

“ Claro que a mágica do David deixou a colméia mais parecida com uma empresa, para esta aventura ficar ainda mais legal!” (Revista Sesinho, 2004, nº35)

Considerando que uma FD é formada por um sistema de paráfrases (BRANDÃO, 2012a), notamos que os enunciados foram retomados e reformulados e, juntamente com o aspecto polissêmico das palavras, foram utilizados como mecanismos básicos para o funcionamento do discurso. Com as paráfrases, é possível identificar a fronteira desta formação discursiva, enquanto os termos polissêmicos ampliam os limites para novas formações discursivas, o que contribui para a pluralidade e multiplicidade de sentidos, possibilitando o funcionamento discursivo. Esta sequência de enunciados, em períodos distintos, mostra que foram produzidos numa formação discursiva que determina “o que deve e pode ser dito” pelo Sesi em função do contexto sócio-histórico que determina as condições de produção do discurso.

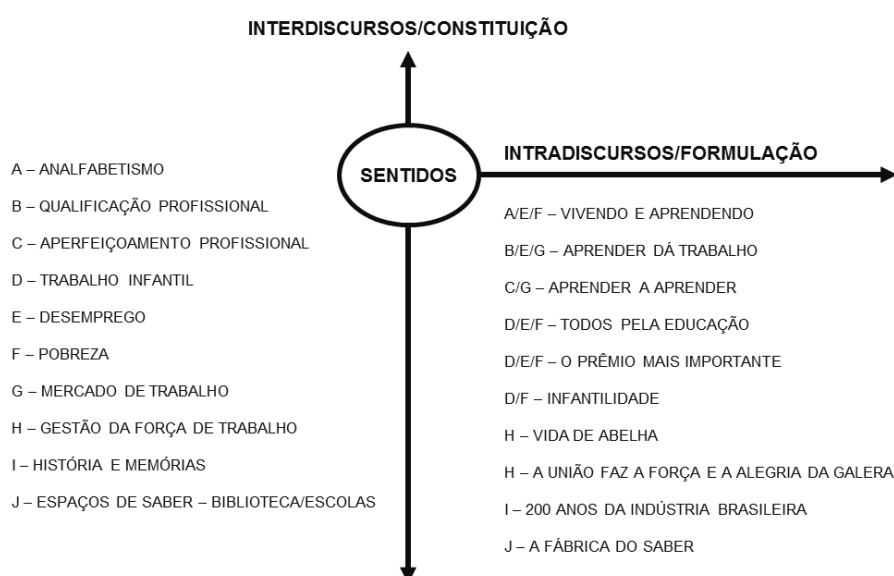
6.2.5 Os Interdiscursos e Intradiscursos do Sesi no novo milênio

A análise do *corpus* nos permite observar várias formações discursivas, que já foram tratadas anteriormente como condicionantes do discurso do Sesi. Nessas histórias, ou espaços de enunciação, podemos observar dois elementos importantes no contexto da FDs: os interdiscursos e os intradiscursos da indústria, nos quais os

enunciados são reproduzidos e transformados nas histórias, que representam diferentes sequências discursivas. Para compreender o funcionamento do discurso do Sesi e sua relação com os sujeitos e a ideologia, a proposta desta análise é demonstrar a relação do interdiscurso com o intradiscurso que emergem das histórias de Sesi, conforme o diagrama da Figura 10.

Conforme proposto por Courtine (1984), verificamos no eixo vertical os dizeres já ditos e esquecidos, mas presentes na memória discursiva dos leitores, pois são temas amplamente debatidos em várias instâncias da sociedade e que já estiverem presentes em outros enunciados inscritos na história (BRANDÃO, 2012a). Os interdiscursos representam as camadas das diversas formações discursivas e têm significações dadas historicamente (Pêcheux (1997) e, nesta análise, identificamos essas camadas/assuntos abordados no decorrer da primeira década do século XXI - analfabetismo, qualificação e aperfeiçoamento profissional, trabalho infantil, desemprego, pobreza, mercado de trabalho, gestão da força de trabalho, histórias e memórias, espaços de saber. Assim, esses interdiscursos, imbricados no complexo das formações ideológicas, interpelam os sujeitos do discurso e possibilitarão que estes se identifiquem com uma ou mais camadas na qual se constitui e que retornarão ao seu discurso (PÊCHEUX, 1997).

Figura 30: Relação da memória discursiva e novas formulações da indústria



Fonte: Elaborada pela autora, baseada em Courtine (1984).

No eixo horizontal, são destacados os nomes das histórias que trazem novas formulações de dizeres numa determinada CP. Os dizeres com novos sentidos são determinados pelos sujeitos (Sesi e leitores) interpelados ideologicamente e afetados pela língua e pela história, em gestos de interpretação em novas situações discursivas (ORLANDI, 2013). Os novos enunciados são produzidos num tempo histórico e espaço social específico e, como todo discurso se constitui a partir do discurso do outro, o Sesi supõe a possível realidade de seus interlocutores, considerando que “o outro que envolve não só o seu destinatário para quem planeja, ajusta a sua fala (nível intradiscursivo), mas que também envolve outros discursos historicamente constituídos e que emergem em sua fala (nível interdiscursivo)” (BRANDÃO, 2012a, p. 59). É no encontro desses eixos, de constituição e formulação de dizeres, que resultam os sentidos.

Por isso que a relação de temas como pobreza, analfabetismo, qualificação profissional e mercado de trabalho são tratados repetidamente com foco em personagens que envolvem desde crianças, jovens e adultos em diferentes narrativas ou, conforme afirma Courtine, em diferentes conjunturas discursivas. Para descrever as FDs presentes no ambiente organizacional do Sesi, é necessário um ir e vir entre os níveis de constituição/interdiscursos e formulação/intradiscursos pois, segundo Courtine (2014, p. 91), “a oposição enunciado/enunciação permite pensar o discurso na unidade e na diversidade, na coerência e na dispersão, na repetição e na variação”. E são essas características que pudemos observar nos discursos do Sesi, por meio dos enunciados de Sesinho.

6.2.6 Paráfrases, Polissemias e Metáforas nas diferentes Formações Discursivas

Nesta análise, diante das camadas de interdiscursos identificados, concluímos que a FD dominante é a relação da educação com o trabalho, que está presente na maioria das histórias. Para isso, o discurso do Sesi recorre a famílias parafrásticas, processos polissêmicos e metáforas para falar diferente exatamente e ressignificar o que deseja repetir aos seus interlocutores. Nos enunciados abaixo, vemos como ocorre o funcionamento da linguagem e as novas formulações para

mostrar, por exemplo, como a relação educação é inerente ao trabalho:

“ O trabalhador brasileiro precisa estudar muito, para ficar sempre atualizado.”

Não é tão fácil, filha! Eu fiquei muito tempo sem estudar! Vou precisar de um bom curso para voltar a trabalhar...” (Revista Sesinho, 2001, nº8);

“ Só consegui um emprego de catador de papel, porque não precisa saber ler. Não sei mais o que faço!”

“ Graças a vocês! Aprendi a ler e escrever e ainda tenho um emprego!” (Revista Sesinho, 2003, nº24);

“ ...e, para pegar o emprego, ele precisa voltar a estudar. Mas eu não sei como...” (Revista Sesinho, 2005, nº44);

“ Nos últimos anos, as indústrias sentiram a necessidade do trabalhador mais criativo, que está sempre estudando e se aperfeiçoando!” (Revista Sesinho, 2008, nº75).

Notamos que, no período de 2001 a 2008 as formulações são retomadas e as paráfrases (trabalho/emprego, estudando/atualizando/aperfeiçoando) são utilizadas para a mesma mensagem – o trabalho está vinculado à educação formal, e, independente da condição de criança, jovem ou adulto, estes devem retomar os estudos para garantir seu lugar no mercado de trabalho. Para isso, algumas justificativas presentes na memória discursiva precisam ser superadas para que os argumentos acima tenham sentido junto aos interlocutores:

“ Posso saber por que o senhor não vai mais à escola?” “ Desculpe, professora! Eu estava trabalhando!” (Revista Sesinho, 2003, nº21)

“ Eu expliquei que nunca estudei porque tive que trabalhar para ajudar meus pais! Por isso, não sei ler nem escrever!” (Revista Sesinho, 2003, nº24)

“ Sabe como é... Eu tive que trabalhar desde cedo para ajudar a família!”

“ Alguns colegas achavam legal sair da escola para trabalhar. Mas eu fiquei triste...” (Revista Sesinho, 2004, nº33);

“ Eu sei... pena que você parou de estudar para trabalhar...”

“ O Caco não vai ter um futuro legal se não estudar... o que eu faço para ajudá-lo?”

“ É pena que muitos jovens largam a escola cedo para trabalhar. Alguns nunca mais retornam...” (Revista Sesinho, 2005, nº44);

“ Acho que você deveria estar na escola, e não vendendo chiclete!”

“ Eu saí da escola! Já estava uma série atrasado mesmo!” (Revista Sesinho, 2007, nº63).

Percebemos que estas paráfrases retornam ao mesmo espaço de dizer (a opção pelo trabalho em detrimento do estudo, devido à necessidade de prover a família) em novas formulações que provocam o deslocamento e rupturas no processo de significação. Desta tensão, novos sentidos são atribuídos e discursos emergem nos diferentes dizeres.

No *corpus*, destacamos também as metáforas, fundamentais para a compreensão da constituição do discurso da indústria. Observamos que o jogo de palavras das histórias possibilita novos sentidos, são as metáforas que estão na base das significações. Nos exemplos abaixo, as palavras destacadas podem ganhar novas interpretações, pois, no conjunto do enunciado, há uma transferência (metáfora) com outros elementos do discurso, conforme destaca Pêcheux (1995), não existe sentidos sem metáforas, sem a transferência de significação entre palavras, expressões e proposições no conjunto de uma formação discursiva.

As palavras não têm sentidos próprios, literais e, como vemos nos exemplos, o sentido se dá nas relações de metáfora, como os efeitos de:

- **Substituição:** “ É ser um cidadão completo, que lê jornais, revistas e tem carteira de identidade assinada (EMPREGO)” (Revista Sesinho, 2003, nº24);
- **Paráfrase:** “ Bem-vindos à unidade Sesi Indústria do Conhecimento (BIBLIOTECA)!” (Revista Sesinho, 2006, nº56);
- **Proposições:** “ O CONHECIMENTO TAMBÉM É UMA INDÚSTRIA, Bocão, mas não fabrica produtos! Ela gera informação, saber, cultura! E não polui!” (Revista Sesinho, 2006, nº56);
- Ou **formação de sinônimos:** “ INDÚSTRIA? Mas isso aqui não tem cara de FÁBRICA!” (Revista Sesinho, 2006, nº56)

Assim, concluímos que a mesma palavra ou expressão vai ter diferentes significados de acordo com a CP que foi colocada e porque está inserida em diferentes formações discursivas.

6.2.7 Imagem, Reputação e *Ethos* Organizacional

O percurso desta análise nos ajudou a compreender o processo discursivo e os possíveis efeitos de sentido dos discursos do Sesi, materializados na revista *Sesinho*. No processo de produção desses discursos, percorremos três momentos importantes relativo à constituição das formações discursivas, suas novas formulações a partir das narrativas das histórias de *Sesinho* e sua circulação, que ocorreu numa determinada conjuntura e condições de produção, vinculadas à primeira década dos anos 2000.

No campo da comunicação institucional, é essencial reconhecer a imbricação da tríade composta pelas práticas organizacionais, discurso organizacional e perspectiva/produção de sentido dos públicos para se compreender a relação da identidade, imagem e reputação das organizações.

Os enunciados da indústria constituem seu discurso institucional, produzidos pela comunidade discursiva que visa estabelecer relacionamentos com os seus diversos públicos. Observamos que, na perspectiva da comunicação organizacional, os enunciados cumprem o objetivo de evidenciar a filosofia do Sesi e demais componentes do Sistema Indústria, bem como seus serviços e suas práticas. As representações da imagem e da identidade do Sesi, supostamente, a legitimam e contribuem para o seu reconhecimento e para o fortalecimento da reputação organizacional.

Ao mesmo tempo, na perspectiva da Análise de Discurso, podemos relacionar a imagem e a reputação do Sesi à formação do *ethos* organizacional, que também pode significar a imagem e personalidade da organização reveladas em seus enunciados. Seguimos então, a premissa de Maingueneau (2005) que coloca o *ethos* como o conjunto de características de um sujeito-enunciador do discurso, reveladas nos modos de enunciações, portanto um efeito do discurso.

Os relacionamentos estabelecidos pela entidade por meio de suas práticas comunicativas, num determinado espaço discursivo, envolvem os públicos que estão direta ou indiretamente ligados à organização e proporciona percepções de sua identidade que os levam a formar imagens a partir dos discursos apresentados. Neste

processo, os sujeitos podem aderir ou não à posição discursiva do Sesi e a adesão significaria a legitimação almejada pela entidade desde sua criação.

Os estudos da comunicação organizacional e da análise de discurso, de forma simultânea nos ajudam a compreender como as organizações buscam a adesão de seus interlocutores por meio de suas práticas discursivas. Quando falamos de construção de imagem e reputação e adesão aos discursos, estamos considerando as práticas comunicativas e as cenas de enunciação, nas quais emergem os discursos “todo locutor (indivíduo ou organização) efetua em seu discurso sua própria apresentação, o que possibilita a formação de sua imagem, de forma deliberada, ou não” (AMOSSY, 2005, p.17).

Transpondo esse conceito à realidade organizacional significa que, em suas enunciações, a organização está formando imagens e elas continuarão a ser formadas em função de sua própria existência. No objeto desse estudo, a estratégia usada pelo Sesi para se corporificar foi usar um espaço enunciativo que se aproxima do leitor por meio da linguagem específica dos quadrinhos, nos quais os enunciados se apoiam em personagens que facilitam a corporificação e que revelam o discurso da entidade. Seguindo as premissas de Maingueneau, podemos afirmar que

- os textos presentes na revista Sesi conferem uma corporalidade ao Sesi, fiador do discurso da indústria e, de modo mais amplo, do universo discursivo capitalista, onde a linguagem visual facilita esse processo quando corporifica a entidade em personagens reais, cujas características são reconhecidas pelo leitor;
- o leitor é o co-enunciador que pode assimilar, ou não, esquemas (comportamentos) para se relacionar com o mundo;
- esses dois momentos convergem para uma possibilidade de constituição de um novo corpo, ou uma comunidade imaginária que poderá aderir a um mesmo discurso, nesse caso, efetivando imagens acerca do fiador (na perspectiva da CO) ou efetivando o *ethos* organizacional (na perspectiva da AD).

Novamente podemos apontar uma convergência dos estudos da CO e da AD, pois na primeira, a revista Sesi é uma prática de comunicação institucional que apresenta a filosofia do Sesi, suas crenças e valores, diretrizes e objetivos que devem

levar o leitor a formar imagens (positivas) da entidade e aderir às suas ideias de representação de mundo; por outro lado, na AD, a revista é uma cenografia montada para comportar textos do gênero do discurso institucional, que possibilitará a formação do *ethos* organizacional, com o qual, o leitor (co-enunciador), por meio da sua produção de sentidos, poderá aderir ou não, ao discurso da indústria, revelado pela instituição Sesi. Para Maingueneau (2013, p.108), “o universo de sentido propiciado pelo discurso impõe-se tanto pelo *ethos* como pelas “ideias” que transmite; na realidade, essas ideias se apresentam por intermédio de uma maneira de dizer que remete a uma maneira de ser”.

A partir das análises apresentadas, podemos inferir que a imagem e reputação têm o mesmo estatuto de *ethos* organizacional, pois ambas estão relacionadas ao processo de legitimação do locutor no discurso e ambas são resultado dos processos discursivos organizacionais.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

As reflexões deste estudo, partiram do interesse em conhecer e ampliar as possibilidades de interfaces da Comunicação Organizacional e da Análise de Discurso para compreender como ocorrem os processos discursivos no ambiente organizacional. Acreditamos que os aportes teóricos e metodológicos desses dois campos subsidiam pesquisadores e profissionais que atuam diretamente nas organizações, sejam elas objeto de estudo ou local de atuação profissional, nos ajudando a compreender a complexidade das relações que ocorrem nesses espaços e como são estabelecidas as mediações com a sociedade.

Partindo dessa problemática, buscamos caracterizar os processos discursivos presentes na revista *Sesinho*, a partir das interfaces da CO e da AD, num percurso que pode ser utilizado em outros momentos em que o discurso organizacional for objeto de estudos de outras pesquisas. A publicação, exemplo de prática de comunicação institucional do Sesi, configurou-se, também, como uma cenografia montada para reunir textos que compõem o discurso institucional e cenas de enunciação para a materialização e circulação dos enunciados do Sesi, pois todo discurso precisa de um espaço para ser enunciado.

Para atender ao primeiro objetivo específico do estudo, apresentamos uma proposta de dispositivo analítico que possa ser utilizado sempre que o *corpus* estiver relacionado ao discurso organizacional e que contribua para análise dos processos discursivos nesses ambientes. O diagrama propõe que, na análise do discurso organizacional, necessariamente, sejam contemplados os aportes teóricos da CO e da AD para que os gestos de interpretação e compreensão dos discursos levem em conta as particularidades de cada campo acadêmico no entendimento das relações estabelecidas entre linguagem, sujeito, sentidos, história e ideologia.

Num primeiro momento, o percurso analisa como o objeto de estudo se insere no campo da CO e da comunicação institucional, identificando a prática comunicativa, sua forma, quais elementos da identidade e filosofia organizacional estão presentes e como são utilizados nos enunciados, dos quais emergem os discursos da indústria.

Nesta tese, concluímos que a revista *Sesinho*, devido à sua história,

longevidade e estrutura, faz parte do composto da comunicação institucional do Sesi, mas tem um papel ampliado ao se tornar espaço de enunciações de todo o Sistema Indústria e da CNI, mantenedora e representante da classe patronal que reúne parte da indústria nacional. Em mais de uma década, as narrativas da publicação apresentam e reforçam elementos da identidade e da cultura do Sesi e da CNI como: história, heróis, constituição, ambiente, missão e valores, todos vinculados às temáticas centrais de Educação e Trabalho.

Por meio das histórias, observamos os seguintes discursos de legitimação: a CNI é útil e imprescindível para a indústria nacional; os interesses e as necessidades dos interlocutores (leitores/trabalhadores) estão relacionados com a missão da entidade; e mostram que a CNI tem causas nobres (educação), que transcendem sua atuação (produção industrial). Essa necessidade de legitimação necessita de uma percepção compartilhada de seus públicos quanto à sua posição, sua importância e sua imprescindibilidade para a sociedade. O resultado desta busca pela legitimação seria um suposto reconhecimento da entidade como representante oficial do segmento industrial brasileiro.

Constatamos que a escolha da revista Sesiinho, como meio de comunicação e interação, é essencial para esses efeitos de sentido, pois a linguagem dos quadrinhos é reconhecida como uma forma de compartilhamento simbólico, onde os interlocutores (Sesi e leitores) são envolvidos em contextos específicos (narrativas da revista Sesiinho), numa relação com formas e discursos da cultura organizacional e do contexto social. Ressaltamos, porém, que o compartilhamento de sentidos sempre dependerá das condições de produção e recepção desses discursos. O resultado desses posicionamentos, dependerá das formações discursivas que permeiam o ambiente da indústria e o ambiente de seus leitores, que poderão ter diferentes percepções e efeitos de sentido em relação ao discurso do Sesi.

O dispositivo proposto nos encaminha então, ao segundo momento desta análise, onde buscamos compreender as condições de produção do discurso do Sesi e que nos levou a formular o segundo objetivo específico: identificar as formações discursivas na indústria, seus princípios de regularidades, condições de produção e aspectos ideológicos, a partir dos aspectos textuais discursivos da Revista Sesiinho. Nesta etapa, nos apoiamos nos conceitos de condição de produção, cenas de

enunciação, constituição do sujeito, formação ideológica e formação discursiva que, mesmo sendo apresentados de forma linear, ressaltamos que eles são imbricados no processo discursivo. Esta escolha, de caráter didático, sugere uma forma para que todos os conceitos sejam contemplados nas análises dos discursos organizacionais. Com a aplicação fizemos algumas constatações em relação à:

- **Condição de produção:** identificamos que os discursos do Sesi, relacionados às temáticas da Educação e Trabalho, são produzidos de acordo com os acontecimentos sócio-históricos que impactam a indústria nacional, desde sua organização em entidade de classe patronal, na década de 1940, até a contemporaneidade. Os novos cenários delineiam as circunstâncias de enunciações e, na primeira década deste século, a competitividade, a necessidade de qualificação profissional, a relação educação e mercado de trabalho e o Sesi como provedor de conhecimento para a classe trabalhadora se firmam como novas condicionantes do discurso do Sesi e revelam as representações imaginárias dos lugares ocupados pelo locutor (Sesi) e seus interlocutores (trabalhadores da indústria) numa determinada formação social. As quatro condicionantes do discurso do Sesi não aparecem de forma linear e cronológica, mas, em diferentes momentos no período de 2001 a 2008, muitas vezes, de forma simultânea, confirmando a relação dos enunciados com o novo contexto do trabalho e com as propostas da indústria viabilizadas pelas estruturas do Sesi, responsáveis pela educação básica e continuada e do Senai, responsável pela educação profissionalizante e superior;
- **Constituição do sujeito:** inferimos que a forma de organização das entidades representativas de classe e seus discursos são inseparáveis e caracterizamos seus locutores e posicionamentos, para compreender como ocorre a constituição do sujeito discursivo no ambiente organizacional. Neste contexto, a CNI e o Sesi pertencem a uma comunidade discursiva predominantemente econômica e ideológica que reflete os interesses da classe patronal e que se organiza numa estrutura organizacional formal para difundir valores e crenças relativos às causas que defendem. Como o sujeito só se completa na interação com o outro,

no ambiente organizacional, surgem vários sujeitos discursivos, essencialmente históricos com falas produzidas em tempos e lugares específicos e, essencialmente, ideológicos. Enquanto o Sesi se coloca como um locutor coletivo que busca a adesão de seus interlocutores por meio de suas práticas discursivas presentes na comunicação institucional, o personagem Sesinho, criado para ser o porta voz da publicação e do Sesi, pode ser considerado o locutor individual do discurso da indústria, porque ocupa um lugar de fala;

- **Formação ideológica:** a linguagem da revista Sesinho materializa a ideologia da classe industrial e, em vários momentos, a narrativa coloca os leitores em situações, onde, aparentemente, têm a decisão de ocuparem lugares específicos na formação social da indústria. Na publicação, os personagens, enquanto porta vozes do Sesi, firmam suas posições repetindo o discurso da entidade. Percebemos que o sistema ideológico do Sesi é particular, pois, reforça sua posição de entidade de classe, mas suas ações e discursos querem transformar esse sistema numa ideologia geral, propondo um cenário de relações imaginárias com seus leitores, ancoradas numa existência material e num aparelho ideológico (CNI, Sistema Indústria, Colégios Sesi), que interpelam os sujeitos (trabalhadores, filhos de industriários e alunos do sistema de ensino Sesi/Senai). Na análise surgem outras perspectivas de ideologia, a de que, por exemplo, o sistema ideológico do Sesi tem a função de legitimar sua autoridade como provedor de educação e formação de cidadãos conscientes ou a função deformadora de se colocar como padrão real da sociedade. O resultado desses posicionamentos, dependerá das formações discursivas que permeiam o ambiente da indústria e o ambiente de seus leitores, que poderão ter diferentes percepções e efeitos de sentido em relação ao discurso do Sesi.
- **Formação discursiva:** estas possibilidades de percepção da formação ideológica do Sesi, estão relacionadas com os interdiscursos evidenciados no ambiente organizacional e com as formações discursivas identificadas nos enunciados. Os textos da revista Sesinho apresentaram camadas de interdiscursos, sendo que, a FD dominante, é a relação da educação com

o trabalho, que está presente em vários momentos da publicação. Na perspectiva de Foucault (1969), podemos compreender o discurso do Sesi como um conjunto de enunciados que revelam uma mesma formação discursiva, ou seja, os enunciados tratam de um mesmo objeto, a relação Educação e Trabalho e, num período de oito anos, têm um mesmo princípio de regularidade: os temas são apresentados como sendo inerentes, em diferentes formas de enunciação, adaptados de acordo com a narrativa de cada história. Esta formação discursiva se destacou e nos ajudou a compreender o funcionamento do discurso, as possibilidades de produção de sentido e a relação com a ideologia dos dirigentes da indústria.

O terceiro objetivo específico foi analisar como o discurso do Sesi é utilizado na mediação de suas relações com a sociedade a partir da relação das temáticas Educação e Trabalho. A análise de discurso possibilitou fazer esta verificação e constatamos que, nas narrativas, os discursos querem consolidar o sistema de educação criado Sistema Indústria (Sesi, Senai, IEL) como fonte de desenvolvimento e aperfeiçoamento dos atuais e futuros trabalhadores da indústria. Assim, o novo capital de recursos humanos estará apto para contribuir com a melhor produtividade e inovação nas organizações industriais e, conseqüentemente, sua consolidação e manutenção.

A estratégia é formar representações imaginárias dos lugares ocupados pelo Sesi e pelos trabalhadores da indústria, por meio dos seguintes mecanismos: **a relação de sentidos**, quando os dizeres do Sesi se relacionam e geram novos e diferentes sentido; **a antecipação**, que regula a argumentação e em Sesiinho podem ser entendidos como as condicionantes do discurso que possibilitaram narrativas visando efeitos específicos sobre o interlocutor; e **as relações de força**: numa relação hierarquizada, o lugar que o Sesi se coloca é nitidamente superior ao lugar do trabalhador. Como provedor, o Sesi estabelece seu lugar, que passa a constituir também seus discursos.

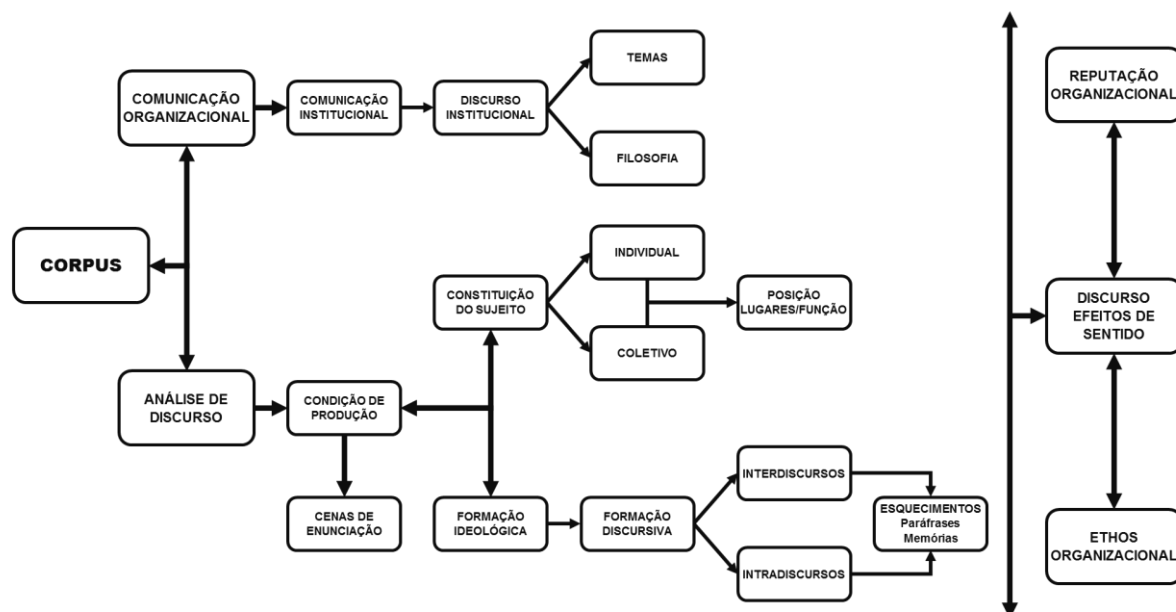
Nesta mediação, inferimos que a publicação pode estabelecer e confirmar a relação de poder entre indústria e trabalhadores ao determinar o lugar ocupado pelos atores do processo discursivo e Sesiinho é uma cenografia onde os papeis e lugares dos interlocutores já estão definidos e isso nos leva a compreender as posições que

assumem enquanto sujeitos do discurso. A significação do discurso vem dessas posições e os significados ocorrem em função do contexto histórico e das memórias que constituem as formações discursivas da indústria. Retomamos assim, às condicionantes do discurso, apresentadas anteriormente.

Identificamos, também, os interdiscursos presentes nos textos de Sesinho, dizeres já ditos e esquecidos, mas presentes na memória discursiva dos leitores, pois são temas amplamente debatidos em várias instâncias da sociedade. Essas camadas/assuntos abordados no decorrer da primeira década do século XXI reforçaram temas como analfabetismo, qualificação e aperfeiçoamento profissional, trabalho infantil, desemprego, pobreza, mercado de trabalho, gestão da força de trabalho, histórias e memórias, espaços de saber.

Com novas formulações e em determinadas condições de produção, os dizeres trazem novos sentidos, determinados pelos sujeitos (Sesi e leitores) interpelados ideologicamente e afetados pela língua e pela história, em gestos de interpretação em novas situações discursivas (ORLANDI, 2013). Nesta análise e reflexões, foram evidenciados os sentidos a partir da percepção da pesquisadora, enquanto, a verificação dos sentidos possíveis, na percepção do leitor e dos trabalhadores, pede um novo estudo, com enfoque nos estudos de recepção e estudos de discurso.

O quarto e último objetivo específico deste trabalho foi demonstrar que os conceitos de imagem, reputação e *ethos* são resultados de processos discursivos organizacionais com função de legitimação, o que nos leva à última etapa do dispositivo de análise, conforme figura abaixo:



Este percurso nos ajudou a compreender o processo discursivo e os possíveis efeitos de sentido dos discursos do Sesi, materializados na revista Sesinho. A partir das análises apresentadas, podemos inferir que a imagem e reputação têm o mesmo estatuto de *ethos* organizacional, pois ambas estão relacionadas ao processo de legitimação do locutor no discurso e ambas são resultado dos processos discursivos organizacionais. O discurso institucional é o gênero discursivo que cumpre o objetivo de evidenciar a filosofia do Sesi e dos demais componentes do Sistema Indústria, bem como seus serviços e suas práticas. As representações da imagem e da identidade do Sesi, supostamente, a legitimam e contribuem para o seu reconhecimento e para o fortalecimento da reputação organizacional.

Os estudos da CO e da AD nos ajudam a compreender como as organizações buscam a adesão de seus interlocutores por meio de suas práticas discursivas. Nas duas áreas, tanto a imagem e a reputação, quanto o *ethos* organizacional, são efeitos possíveis do discurso. Neste processo, os sujeitos podem aderir ou não à posição discursiva do Sesi e a adesão significaria a legitimação almejada pela entidade desde sua criação.

Este trabalho foi desenvolvido no sentido de contribuir com as áreas da Comunicação Organizacional e da Análise de Discurso, pois, profissionais e pesquisadores, necessitam de um aprofundamento teórico para compreender as relações que existem no mundo do trabalho, nas organizações e no posicionamento

de padrões e empregados. Os discursos, como recorte da realidade, podem ter vários papéis, desde um mecanismo de manipulação até um mecanismo de representação da visão de determinadas comunidades discursivas. No início do trabalho, nos perguntamos se os discursos podem omitir, falsear ou atenuar informações relevantes e necessárias nas relações sociais estabelecidas pela indústria e mediada pela comunicação.

A resposta é sim, no entanto esta constatação vale para qualquer tipo de relação estabelecida na sociedade, tanto em nível pessoal quanto no nível organizacional. Por outro lado, entendemos que o discurso também pode esclarecer, reforçar, quantificar e expressar informações importantes em qualquer nível de relação e integração social e, tudo isso ocorre, porque o discurso tem um caráter legitimador e pode ser relativizado de maneira crítica, consciente ou até mesmo inconsciente por parte do interlocutor.

Determinar se o discurso tem caráter negativo ou positivo, significa se colocar no lugar dos sujeitos do discurso e desconsiderar sua experiência, seu repertório, seus valores e suas crenças, ou seja, significa desconsiderar a constituição dos sujeitos do discurso, interpelados ideologicamente, quando estão na condição de interlocutores, pois cabe a eles a liberdade da produção de sentidos, tanto ao receber, quanto ao produzir novos discursos.

Assim, ao escrever este trabalho, compreendemos que se trata de uma tarefa difícil, porém, necessária, de separar a questão pessoal de julgar discursos, com a questão técnica de analisar os discursos e, acompanhamos a visão de Courtine (2006, p. 77), de que a AD não pretende comparar ou determinar a veracidade e credibilidade dos discursos, mas compreender o processo de como as verdades são construídas e defendidas, pois, “a análise do discurso não pergunta se o discurso diz a verdade, mas tenta perguntar como o discurso assegura como verdade o que foi construído”.

A AD impacta o pesquisador, que, num exercício de tolerância, passa a refletir muito mais do que julgar; olhar a realidade do outro, muito mais que sua própria realidade; e entender a importância de todos os atores do processo comunicativo, seja na produção dos discursos, ou nas inúmeras possibilidades de produção de sentidos.

Portanto, na CO e na AD, os estudos não podem ter caráter conclusivos, mas abertos à novas investigações, pois as possibilidades de operações discursivas são numerosas. No campo organizacional, onde a complexidade das relações é um fato que instiga estudos e reflexões, os olhares devem se voltar não apenas aos discursos produzidos pelas organizações, mas na apreensão de sentidos e na produção de novos discursos pelos grupos impactados por essas relações. Assim, o desafio continua, e temos na CO e na AD um caminho de vastas possibilidades.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Ana Luisa de Castro. **Identidade, imagem e reputação organizacional**. In: KUNSCH, Margarida M. Krohling (Org.). Comunicação organizacional: linguagem, gestão e perspectiva. São Paulo: Saraiva, 2009. V.2. p. 215 a 242.

ALTHUSSER, Louis. **Ideologia e aparelhos ideológicos de Estado**. Trad. J.J. Moura Ramos. Lisboa: Presença, Martins Fontes, 1974 (título original: Idéologie et appareils idéologiques d'Etat, 1970).

ALTHUSSER, Louis. **Posições I**. Tradução: Carlos Nelson Coutinho et al.. Rio de Janeiro: Graal, 1978.

ALTHUSSER, Louis. **Ideologia e aparelhos ideológicos do Estado**. 3. ed. Lisboa: Presença, 1980.

ALTHUSSER, Louis. **Aparelhos Ideológicos de Estado**: nota sobre os aparelhos ideológicos de Estado (AIE). Tradução de Maria Laura V. de Castro. Introdução crítica de José Augusto Albuquerque. 2. ed. Rio de Janeiro: Graal, 1985 [1969]. p. 53-107.

ALTHUSSER, Louis. **Pour Marx**. Paris: Editions La Découverte, 1986.

ALVES, Giovanni. **Trabalho, subjetividade e capitalismo manipulatório - O novo metabolismo social do trabalho e a precarização do homem que trabalha**. 2010. Disponível em http://www.giovannialves.org/Artigo_GIOVANNI%20ALVES_2010.pdf. Acesso em 10/06/2018.

ALVESSON, Mats; KARREMAN, Dan. **Varieties of discourse**: On the study of organizations through discourse analysis. Human Relations, 53(9), 1125-1149. 2000.

AMOSSY, Ruth (Org.). **Imagens de si no discurso**: a construção do ethos. São Paulo: Contexto, 2005.

ARON, Raymond. **La révolution introuvable**: réflexions sur les événements de mai. Paris: Fayard, 1968.

ASHCRAFT, Karen Lee; ALLEN, Brenda. J.. **The racial foundation of organizational communication**. Communication Theory, 1, 2003.

BAKHTIN, Mikhail Mikhailovich; VOLOCHINOV, Valentín Nikoláievitch. **Discurso na vida e discurso na arte (sobre a poética sociológica)**. Trad. Carlos Alberto Faraco & Cristóvão Tezza. Versão da língua inglesa de I. R. Titunik a partir do original russo, 1926.

BAKHTIN, Mikhail. **A cultura popular na Idade Média e no Renascimento**: o contexto da obra de François Rabelais. Trad. Yara Frateschi Vieira. Brasília: Editora UNB, 1987.

- BAKHTIN, Mikhail Mikhailovich. **Estética da criação verbal**. São Paulo: Martins Fontes, 1992.
- BAKHTIN, Mikhail Mikhailovich. **Os gêneros do discurso**. In: BAKHTIN, M. Estética da criação verbal. São Paulo: Martins Fontes, 2003. p.261-306.
- BAKHTIN, Mikhail Mikhailovich [1979]. **Estética da criação verbal**. Tradução do russo por Paula Bezerra. 4 ed. São Paulo: Martins Fontes, 2003.
- BENVENISTE, Emile. **O homem na língua**. In: Problemas de linguística geral. Trad. M. G. Novak e L. Neri. São Paulo: Nacional/Edusp, 1966, p. 245-315.
- BENVENISTE, Emile. **Problèmes de linguistique générale**. Paris: Gallimard, 1974, v.2.
- BENVENISTE, Emile. **Problemas de linguística geral**. São Paulo: Nacional/Edusp, 1976, v.1.
- BENVENISTE, Emile. **Problemas de linguística geral II**. Trad. Campinas, SP: Pontes, 1989.
- BERLO, David K. **O processo de comunicação**. 4.ed. Rio de Janeiro: Fundo de Cultura, 1972.
- BRAIT, Beth. **Introdução: alguns pilares da arquitetura bakhtiniana**. In: BRAIT, Beth (Org.). Bakhtin: conceitos chaves. São Paulo: Contexto, 2006, p.7-10.
- BRAIT, Beth; SOUZA-E-SILVA, Maria Cecília. (orgs.) **Texto ou discurso?** São Paulo: Contexto, 2012. 302 p.
- BRANDÃO, Helena H, Nagamine. **Introdução à análise do discurso**. 3ª ed. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2012a.
- BRANDÃO, Helena. **Enunciação e construção de sentido**. In: FÍGARO, Roseli (Org.). Comunicação e Análise do Discurso. São Paulo: Contexto, 2012b.
- BRITES, Olga. **Infância, trabalho e educação: a Revista Sesinho (1947/1960)**. Bragança Paulista: Editora Universitária São Francisco, 2004.
- BUENO, Eduardo. **Produto Nacional: uma história da indústria no Brasil**. Brasília: CNI, 2008.
- CÂMARA JR., Joaquim Mattoso. **História da Linguística**. 6. ed. Rio de Janeiro: Vozes, 1975.
- CHARAUDEAU, Patrick; MANGUENEAU, Dominique. **Dicionário de Análise do Discurso**. Trad. Fabiana Komesu. São Paulo: Contexto, 2004.
- CHAUÍ, M. **O que é ideologia**. São Paulo: Brasiliense, 1980.

CNI - Confederação Nacional da Indústria. **Mapa estratégico da indústria: 2007-2015**. Brasília: CNI/DIREX, 2005.

CNI - Confederação Nacional da Indústria. **Educação para a nova indústria: uma ação para o desenvolvimento sustentável do Brasil** / Confederação Nacional da Indústria, Serviço Social da Indústria, Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial. – Brasília: CNI, 2007.

CNI - Confederação Nacional da Indústria. **Institucional**. 2013. Disponível em <http://www.portaldaindustria.com.br/cni/institucional/2012/05/1,2512/diretoria-de-comunicacao.html>. Acesso em 10/06/2013.

CNI - Confederação Nacional da Indústria. **Portal da Indústria**. Disponível em www.portaldaindustrial.com.br. Acesso em 16/01/2019

COSTA-HUBES, Terezinha da Conceição. **Os gêneros discursivos como instrumentos para o ensino da língua portuguesa**: perscrutando o método sociológico bakhtiniano como ancoragem para um encaminhamento didático-pedagógico. In: NASCIMENTO, Elvira Lopes. ROJO, Roxane Helena Rodrigues (Orgs.). Gêneros de texto/ discurso e os desafios da contemporaneidade. Campinas, SP: Pontes Editores; 2014, p. 13-33.

COURTINE, Jean Jacques. **Quelques problèmes théoriques et méthodologiques em Analyse du Discours à propôs du Discours communiste adresse aux chrétiens**. Revista Langages, nº 62. Paris: Larousse, jun., 1981.

COURTINE, Jean-Jacques; MARANDIN, Jean Marie. **Quel objet pour l'analyse du Discours?** In: Matériaslités discursives. Lille: Press Universitaires de Lille, 1981

COURTINE, Jean Jacques. **Chroniques de l'oubli ordinaire**, Sédiments, nº1. Montreal: Printemps 86, 1984.

COURTINE, Jean-Jacques. **Metamorfoses do discurso político: as derivas da fala pública**. Trad. Nilton Milanez; Carlos Piovezani Filho. São Carlos/SP: Claraluz, 2006.

COURTINE, Jean-Jacques. **Análise do discurso político: o discurso comunista endereçado aos cristãos**. São Paulo: EdUFSCAR, [1981] 2014.

DEETZ, Stanley A. **Comunicação organizacional**: Fundamentos e desafios. In M. Marchiori (Org.), Comunicação e organização: reflexos, processos e práticas (pp. 83-101). São Caetano do Sul: Difusão, 2010.

DUARTE, Eduardo. **Por uma epistemologia da comunicação**. In: LOPES, Maria Immacolata Vassalo de (Org.). Epistemologia da comunicação. São Paulo: Loyola, 2003. P. 41-54.

FAIRCLOUGH, Norman. **Discurso e mudança social**. Brasília: Universidade de Brasília, 2001.

FAIRHURST, Gail T.; PUTNAM, Linda L.. **Organizações como construções discursivas**. In: MARCHIORI, Marlene. R. (Org.). Comunicação e organização: reflexões, processos e práticas. São Caetano do Sul: Difusão, 2010. p. 103-148.

FARACO, Carlos Alberto. **Linguagem & Diálogo**: as ideias linguísticas do círculo de Bakhtin. São Paulo: Parábola Editorial, 2009.

FERRARI, Maria Aparecida.; FRANÇA, Fábio; GRUNIG, James E. **Relações Públicas**: teoria, contexto e relacionamentos. São Paulo: Difusão, 2009.

FERREIRA, Giovandro Marcus. **Teorias da Comunicação, Teorias do Discurso**: em busca do sentido. In FERREIRA, Giovandro Marcus; HOHLFELTD, Antônio; MARTINO, Luiz C.; MORAIS, Osvando J. (Orgs). Teorias da Comunicação: trajetórias investigativas. Porto Alegre: EdiPUCRS, 2010.

FIEP - FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DO PARANÁ. **Centro de Memória**. 2011. Disponível em <http://www.fiepr.org.br/centrodememoria/FreeComponent8131content48462.shtml>. Acesso em 08/07/2019.

FIEP - FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DO PARANÁ. **Centro de Memória**. 2013. Disponível em <http://www.fiepr.org.br/centrodememoria/FreeComponent14926content118563Page2.shtml>. Acesso em 08/07/2019.

FÍGARO, Roseli (Org.). **Comunicação e Análise do Discurso**. São Paulo: Contexto, 2012.

FIGUEIRA, João (Coord.). **A Reputação das Organizações e os Media — Os casos BES e Novo Banco**. Covilhã: Editora LabCom.IFP, 2017.

FIORIN, José Luiz - **Linguagem e Ideologia**. São Paulo, Ática, 1988, 87 p. (Série Princípios, v. 137)

FIORIN, José Luiz. **Elementos de análise do discurso**. 13ª ed. São Paulo: Contexto, 2005.

FIORIN, José Luiz. **Enunciação e Comunicação**. In FÍGARO, Roseli (Org.). Comunicação e Análise do Discurso. São Paulo: Contexto, 2012.

FOUCAULT, Michel. **L'ordre du Discours**. PRIS: Gallimard, 1971.

FOUCAULT, Michel. **Arqueologia do saber**. Tradução L. F. Baeta Neves.5ª ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1997. (título original: L'archeologie du savoir, 1969).

FRANÇA, Vera R. Veiga. **O objeto da comunicação, a comunicação como objeto**. In HOHLFELDT, A. et. Al (Orgs). Teorias da comunicação: conceitos, escolas, tendências. Petrópolis: Vozes, 2001.

FRANÇA, Vera R. Veiga. **Paradigmas da comunicação: conhecer o quê?** In: MOTTA, Luiz Gonzaga et.al (Org.). Estratégias e culturas da comunicação. Brasília: Editora UNB, 2002. P.13-29.

FRANÇA, Vera R. Veiga. **Sujeitos da comunicação, sujeitos em comunicação.** In: GUIMARÃES, C; FRANÇA, V. (Orgs). Na mídia, na rua: narrativas do cotidiano. Belo Horizonte: Autêntica, 2006. P.61-88.

FRANÇA, Vera. R. Veiga **Interações comunicativas: a matriz conceitual de G.H. MEAD.** In PRIMO, Alex et al. (Orgs). Comunicação e interações. Livro da COMPÓS 2008. Porto Alegre: Sulina, 2008.

GARCIA, Maria José Guerra de Figueiredo. **A formação dos gestores em cultura e comunicação organizacional: o ponto de vista da semiótica discursiva.** In: KUNSCH, Margarida M. Krohling (Org.). Comunicação organizacional: linguagem, gestão e perspectiva. São Paulo: Saraiva, 2009. V.2. p.105-122.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social.** São Paulo: Atlas, 2008.

GIRIN, Jaques. **A linguagem nas organizações: signos e símbolos.** In: CHANLAT, Jean-François (Coord.). O indivíduo nas organizações: dimensões esquecidas. São Paulo: Atlas, 1996. P. 23-66.

GODOI, Elena; RIBEIRO, Anely. **A contribuição das ciências da linguagem para o estudo da comunicação organizacional.** In: KUNSCH, Margarida M. Krohling (Org.). Comunicação organizacional: linguagem, gestão e perspectiva. São Paulo: Saraiva, 2009. p. 159-188.

HALL, Stuart. **A formação de um intelectual diaspórico.** In: SOVIK, L. (Org.) Da diáspora: identidade e mediações culturais. Trad. De Adelaine La Guardia Resende. Belo Horizonte: Editora UFMG; Brasília: Editora Unesco, 2003.

HALLIDAY, Tereza Lúcia. **Discurso organizacional.** In: KUNSCH, Margarida M. Krohling (Org.). Comunicação organizacional: linguagem, gestão e perspectiva. São Paulo: Saraiva, 2009. V.2. p. 31 a 52.

HARRIS, Zellig. **Discourse analysis.** Language, New York, v. 28, n. 1, p. 1-30, 1952.

HAROCHE, Claudine.; HENRY, Paul.; PÊCHEUX, Michel. **La sémantique et la coupure saussurienne: langue, langage, discours.** Langages, Paris, n. 24, p. 93-106, 1971.

HOHLFELDT, Antônio. **Verbetes Comunicação** In: INTERCOM, Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Enciclopédia INTERCOM de Comunicação. São Paulo: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2010. P. 234.

IASBECK, Luiz Carlos Assis. **Identidade Organizacional e a construção dos discursos institucionais**. In: KUNSCH, Margarida M. Krohling (Org.). Comunicação organizacional: linguagem, gestão e perspectiva. São Paulo: Saraiva, 2009. V.2. p.07-30.

INTERCOM, Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. **Enciclopédia INTERCOM de Comunicação**. São Paulo: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2010.

JAKOBSON, Roman. **Linguística e Comunicação**. 19. ed. São Paulo: Editora Cultrix, 2003

KOCH, Ingedore Grunfeld Villaça. **Desvendando os segredos do texto**. 5 ed. São Paulo: Cortez, 2002.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada**. São Paulo: Summus.2003.

KUNSCH, Margarida M. Krohling (Org.). **Comunicação organizacional: linguagem, gestão e perspectiva**. São Paulo: Saraiva, 2009. V.2

LIMA, Fábila. **Possíveis contribuições do paradigma relacional para o estudo da comunicação organizacional**. In: OLIVEIRA, Ivone de Lourdes, SOARES, Ana Thereza N. (Orgs). Interfaces e tendências da comunicação no contexto das organizações. São Caetano do Sul, SP. Difusão Editora, 2008, p. 109-127.

LIMA, Fábila Pereira; OLIVEIRA, Ivone de Lourdes. **O discurso e a construção de sentido no contexto organizacional midiaticizado**. In: MARCHIORI, Marlene (Org.). Faces da cultura e da comunicação organizacional. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2010. (Série comunicação organizacional; v.2.

MAIA, Vanessa. **Verbete Comunicação (Busca de sentido da)**. In: INTERCOM, Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Enciclopédia INTERCOM de Comunicação. São Paulo: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2010. p. 235.

MAINGUENEAU, Dominique. **Novas tendências em análise do discurso**. 3.ed. Trad. Freda Indusky. Campinas, SP: Pontes: Editora da Universidade Estadual de Campinas, 3ª ed., 1997.

MAINGUENEAU, Dominique. **Termos chave da análise do discurso**. Tradução Márcio Venício Barbosa, Maria Emilia Amarante Torres Lima. Belo Horizonte:Ed. UFMG,1998.

MAINGUENEAU, Dominique. **Ethos, cenografia, incorporação**. In: AMOSSY, Ruth (Org.). Imagens de si no discurso: a construção do ethos. São Paulo: Contexto, 2005, p. 69-92

MAINGUENEAU, Dominique. **Cenas da enunciação**. Trad. Sírio Possenti; Nelson B. da Costa; Maria Cecília de Souza e Silva. Curitiba: Criar, 2006.

MAINGUENEAU, Dominique. **Análise de textos de comunicação**. Tradução. Maria Cecília.P. de Souza e Silva, Décio Rocha. 6 ed. ampl. -São Paulo: Cortez, 2013.

MAINGUENEAU, Dominique. **Discurso e análise do discurso**; tradução Sírio Possenti. 1ª ed. – São Paulo: Parábola Editorial, 2015.

MARCHIORI, Marlene R. **Comunicação Organizacional e Perspectivas metateóricas: interfaces e possibilidades de diálogo no contexto das organizações**. In OLIVEIRA, Ivone de Lourdes, SOARES, Ana Thereza N. (Orgs). Interfaces e tendências da comunicação no contexto das organizações. São Caetano do sul, SP. Difusão Editora, 2008, p. 179-200.

MARCHIORI, Marlene (Org.). **Comunicação e organização: reflexões, processos e práticas**. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2010.

MARCHIORI, Marlene R. (Org.). **Faces da cultura e da comunicação organizacional**. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2010. (Série comunicação organizacional; v.2).

MARCHIORI, Marlene R.; RIBEIRO, Regiane Regina; SOARES, Rodrigo; SIMÕES, Fabiana. **Comunicação e discurso nas organizações**: construtos que se relacionam e se distinguem. Comunicação & Sociedade, Ano 32, n. 54, p. 211-238, jul./dez. 2010

MARIANI, Bethania. **Discurso e instituição: a imprensa**. RUA, Campinas, SP, v. 5, n. 1, p. 47–62, 2015.

MARK, Karl; ENGELS, Friedrich. **A ideologia alemã**. Trad. W. Dutra e F. Fernandes. Rio de Janeiro: Zahar, 1965.

MATTOS, Maria Ângela. **Interfaces do saber comunicacional e da comunicação organizacional com outras áreas de conhecimento**. In: OLIVEIRA, Ivone de Lourdes; SOARES, Ana Thereza Nogueira (Orgs.). Interfaces e tendências da comunicação. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2008.

MAZIÉRE, Francine. **A análise do discurso: histórias e práticas**; tradução Marcos Marcionilo. São Paulo: Parábola Editorial, 2007.

MINAYO, Cecília de Souza. **O desafio da pesquisa social**. In: MINAYO, Cecília de Souza (Org.). Pesquisa social: teoria, método e criatividade. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008, p. 9-29.

MUMBY, Dennis K. **A Comunicação Organizacional em uma Perspectiva Crítica**. Revista Organicom, São Paulo, Ed. Especial, ano 6, número 10/11,2009. Entrevista. p.191-207.

MUSSALIN, Fernanda. **História das Ideias Linguísticas**. Curitiba: IESDE Brasil S.A., 2008. 152 p.

NARDI, Henrique. TITTONI, Jaqueline; BERNARDES, Jefferson. **Subjetividade e Trabalho**. In: CATTANI, Antonio (org). Dicionário crítico sobre trabalho e tecnologia. 4.ed.rev.ampl. Petrópolis: Vozes, Porto Alegre: Ed. Da UFRGS, 2002. pp. 302-308

NASCIMENTO, Elvira Lopes. ROJO, Roxane Helena Rodrigues (Orgs.). **Gêneros de texto/ discurso e os desafios da contemporaneidade**. Campinas, SP: Pontes Editores; 2014.

OBBERG, Lurdes Peres. **O conceito de comunidade: problematizações a partir da psicologia comunitária**. Estud. pesqui. psicol., Rio de Janeiro, v. 18, n. 2, p. 709-728, 2018.

OLIVEIRA, Ivone de Lourdes.; PAULA, Carine Fonseca Caetano de. **Comunicação organizacional e relações públicas: caminhos que se cruzam, entrecruzam ou sobrepõem?** In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, XVIII, 2005. Anais.

OLIVEIRA, Ivone de Lourdes, SOARES, Ana Thereza N. (Orgs). **Interfaces e tendências da comunicação no contexto das organizações**. São Caetano do sul, SP. Difusão Editora, 2008.

OLIVEIRA, Ivone de Lourdes; PAULA, Carine F. Caetano. **Comunicação no contexto das organizações: produtora ou ordenadora de sentido?** In: OLIVEIRA, Ivone de Lourdes, SOARES, Ana Thereza N. (Orgs). Interfaces e tendências da comunicação no contexto das organizações. São Caetano do sul, SP. Difusão Editora, 2008. p. 91-108.

OLIVEIRA, Ivone de Lourdes. **Objetos de estudo da comunicação organizacional e das relações públicas: um quadro conceitual**. Revista Organicom, São Paulo, Ed. Especial, 2009, ano 6, número 10/11. p.57-63.

OLIVEIRA, Ivone de Lourdes, MARCHIORI, Marlene R. **Comunicação, discursos, organização**. São Caetano do Sul/SP: Difusão Editora, 2013.

ORLANDI, Eni P. **A análise do discurso: algumas observações**. Delta – vol.2, nº1. São Paulo: Educ, 1986.

ORLANDI, Eni P.; GUIMARÃES, Eduardo. **Unidade e Dispersão: uma questão do texto do sujeito**. In: ORLANDI, Eni. Discurso e Leitura. 7. ed. São Paulo: Cortez, 2006. p. 53-73.

ORLANDI, Eni P. **Discurso e Texto: formulação e circulação dos sentidos**. 4 ed. Campinas/SP: Pontes Editores, 2012.

ORLANDI, Eni P. **Análise de Discurso: princípios e procedimentos**. 11 ed. Campinas/SP: Pontes Editores, 2013.

ORLANDI, Eni P. **Discurso em Análise: Sujeito, Sentido e Ideologia**. 3ª ed. Campinas, SP: Pontes Editores, 2016.

PÊCHEUX, Michel. **Analyse Automatique du Discours**, Dunod, Paris, 1969.

PÊCHEUX, Michel (1975). **Les Vérités de La Palice**. Maspero, Paris. Trad. Bras. Semântica e Discurso, Ed. Unicamp, 1988.

PÊCHEUX, Michel; FUCHS, Catherine (1975). **A propósito da Análise Automática do Discurso**. In: GADET & HAK (org). Por uma análise automática do discurso. Campinas: Ed. Unicamp, 1990, p.163-252.

PÊCHEUX, Michel. **Semântica e discurso. Uma crítica à afirmação do óbvio**. Trad. de Eni P. Orlandi (et al.). 3. ed. Campinas: Editora da Unicamp, 1995.

PÊCHEUX, Michel. **Semântica e discurso: uma crítica à afirmação do óbvio**. Trad. Eni Orlandi et. Al. Campinas: Editora da Unicamp, 1997. 3ª ed.

PINHEIRO, Lidiane Santos de Lima. **Contribuições da análise do discurso para o estudo da comunicação organizacional**. In: MARCHIORI, Marlene R.; OLIVEIRA, Ivone de Lourdes. Comunicação, discursos, organização. São Caetano do Sul/SP: Difusão Editora, 2013. P. 161-177.

POSSENTI, Sírio. **Teoria do discurso: um caso de múltiplas rupturas**. In: MUSSALIM, Fernanda.; BENTES, Ana Christina (Orgs.). Introdução à Linguística: fundamentos epistemológicos. São Paulo: Cortez, 2004. v. 3.

POSSENTI, Sírio. **Os limites do discurso: ensaios sobre discurso e sujeito**. São Paulo: Parábola Editorial, 2009.

POTTER, Jonathan; WETHERELL, Margaret. **Discourse and Social Psychology: Beyond Attitudes and Behaviour**. London: Sage, 1987.

PRIMO, Alex et al. (Orgs). **Comunicação e interações**. Livro da COMPÓS 2008. Porto Alegre: Sulina, 2008.

PUTNAM, Linda L. **The interpretive perspective: an alternative to functionalism**. In: PUTNAM, Linda L.; PACANOWSKY, M. E. (Eds.). Communication and organizations: an interpretive approach Beverly Hills, CA: Sage, 1983. p. 31 – 54.

RICOEUR, Paul. **Interpretação e Ideologia**. Trad. H. Japiassu. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1977.

RICOEUR, Paul. **Du texte à l'action. Essai d'herméneutique II**. Paris: Éditions du Seuil, 1986.

ROCHA, Jorge Luís. **O Discurso no Virtual: conceito de comunidades discursivas relacionado às comunidades e redes virtuais**. Revista Desenvolvimento Pessoal. Volume 4, Número 2, Agosto/Dezembro de 2014. Disponível em <http://www.latec.ufrj.br/revistas/index.php?journal=desenvolvimentopessoal&page=article&op=view&path%5B%5D=580&path%5B%5D=617>. Acesso em 25/09/2019.

ROMAN, Artur Roberto. **Organizações: um universo de discursos bem-ditos, malditos e não-ditos**. In: KUNSCH, Margarida M. Krohling (Org.). Comunicação organizacional: linguagem, gestão e perspectiva. São Paulo: Saraiva, 2009. V.2. p.125-157.

ROYER, Marlene Ferreira. **Revista Sesinho e o discurso do SESI para a infância: a apropriação da linguagem dos quadrinhos no âmbito da comunicação institucional**. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Estadual de Londrina. Londrina, p. 168. 2014.

RUÃO, Teresa. **A organização comunicativa – teoria e prática em comunicação organizacional**. Braga/Portugal:CECS - Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade Universidade do Minho, 2016.

SACRAMENTO, Igor. **Verbetes Autor**. In: INTERCOM, Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Enciclopédia INTERCOM de Comunicação. São Paulo: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2010.p.117.

SANTAELLA, Lúcia. **Comunicação & Pesquisa**. São Paulo: Hacker Editores, 2001.

SAUSSURE, Ferdinand. **Curso de Linguística Geral**. Trad. 27. ed. São Paulo: Cultrix, 2006. (Data do original: 1916).

SERVIÇO SOCIAL DA INDÚSTRIA - SESI. **A política do serviço social no SESI: subsídios pra operacionalização**. Rio de Janeiro, 1995.

SERVIÇO SOCIAL DA INDÚSTRIA - SESI. Departamento Nacional. **O SESI, o trabalhador e a indústria: um resgate histórico**. Brasília: SESI/DN, 2008. v.1.

SERVIÇO SOCIAL DA INDÚSTRIA - SESI. Departamento Nacional. **Relatório de atividades: 2011 / Serviço Social da Indústria**. Departamento Nacional. – Brasília: SESI/DN, 2012.

SOUSA, Jorge Pedro. **Elementos de teoria e pesquisa da comunicação e dos media**. Porto: Editora Letras Contemporâneas, 2006.

SPINK, Mary Jane P.; MEDRADO, Benedito. **Produção de sentido no cotidiano: uma abordagem teórico-metodológica para análise das práticas discursivas**. In: SPINK, Mary Jane P. (Org.). Práticas discursivas e produção de sentido no cotidiano: aproximações teóricas e metodológicas. São Paulo: Cortez, 2004.

SUCHMAN, Mark C. **Managing legitimacy: strategic and institucionais approaches**. The Academy of Management Review, v. 20, n.3, p. 571-586, 1995.

SWALES, John. M. **Genre Analyzis**: english in academic and research settings. Cambridge: Cambride University Press, 1990.

TAYLOR, James R.; CASALI, Adriana Machado. **Comunicação**: o olhar da “Escola de Montreal” sobre o fenômeno organizacional. In: MARCHIORI, Marlene (Org.). Comunicação e organização: reflexões, processos e práticas. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2010.

THAYER, Lee. **Comunicação: fundamentos e sistemas na organização, na administração, nas relações interpessoais**. Trad. Esdras do Nascimento e Sônia Coutinho. São Paulo: Atlas, 1976.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade**: Uma teoria social da mídia. Petrópolis: Vozes, 2005.

THIRY-CHERQUES, Hermano Roberto. **O Primeiro Estruturalismo**: Método de Pesquisa para as Ciências da Gestão. RAC, v. 10, n. 2, Abr./Jun. 2006: 137-156

TORQUATO, Gaudêncio. **Tratado de comunicação organizacional e política** – São Paulo: Cengage Learning, 2010.

VAN DIJK, Teun A. **Discurso e produção de conhecimento**. In: BRAIT, Beth; SOUZA-E-SILVA, Maria Cecília. (orgs.) Texto ou discurso? São Paulo: Contexto, 2012. 302 p.

VAN DIJK, Teun. **Handbook of Discourse Analysis**. vol. 1. London: Academic Press, 1985.

VERON, Eliseo. **Fragmentos de um tecido**. Trad. Vanise Dresch. São Leopoldo/RS: Unisinos, 2004.

ANEXOS

ANEXO A: CAPAS REVISTA SESINHO – 2001 A 2011

















Fonte: Guia dos Quadrinhos - <http://www.guiadosquadrinhos.com/edicao/sesinho-2-serie-n-31/se191200/53266>

Anexo B: Capas Revista Sesinho – 2011 a 2013





Fonte: Guia dos Quadrinhos - <http://www.guiadosquadrinhos.com/edicao/sesinho-2-serie-n-31/se191200/53266>