

# Linguagem na atividade de trabalho: *éthos* discursivo em editoriais de jornal interno de empresa

Ernani Cesar de Freitas\*

## Resumo

Este estudo tem como eixo central de análise a relação entre o discurso empresarial e as práticas de linguagem em contextos de situação de trabalho, em especial no que diz respeito ao objetivo de descrever e analisar o *éthos* discursivo que se depreende em editoriais de jornal interno de empresa. A opção por essa abordagem deve-se à crescente importância de estudos interdisciplinares que envolvem a linguística aplicada e a ergologia. Teoricamente, a linguagem é entendida, neste artigo, como resultado de uma atividade humana, de um agir discursivo no mundo que nos situa, exercendo posição de destaque quanto à relevância que detém nas abordagens interdisciplinares referentes ao mundo do trabalho e, mais especificamente, às contribuições advindas da ergologia (SCHWARTZ, 1997, 2000; SCHWARTZ, 2010; SCHWARTZ; DURRIVE, 2010) e da análise do discurso de base enunciativa – semântica global (MAINGUENEAU, 2001, 1984/2008a, 2008b). Os procedimentos metodológicos utilizados inserem-se dentre as técnicas de análise qualitativas, mais propriamente no modelo epistemológico denominado método indiciário (GINZBURG, 1986).

A pesquisa evidenciou que o *éthos* discursivo, a partir de cenografias construídas, confere um *status* particular aos enunciados que situam os discursos empresariais na esfera de comunicação em que transitam. Os indícios textuais engendram nos editoriais analisados discursos que projetam imagens de si da empresa, as quais se constituem por enunciados singulares na comunicação interna. Depreendeu-se que as cenas de enunciação – englobante, genérica e cenografia – são notadamente reveladoras do *éthos* discursivo, que se apresenta nesse gênero muitas vezes como asseverador e normatizador mediante um tom didático a partir de saberes constituídos e instituídos na organização, com um fiador que prescreve normas e atividades.

*Palavras-chave:* Linguagem. Trabalho. *Éthos* discursivo. Editorial. Jornal interno.

\* Pós-Doutorando em Linguística Aplicada (PUC-SP/LAEL); Doutor em Letras (PUCRS); pesquisador nas áreas Linguagem e Trabalho, Semântica Argumentativa, Semiologia; professor do mestrado em Letras – Universidade de Passo Fundo; professor do mestrado em Processos e Manifestações Culturais – Universidade Feevale (Novo Hamburgo - RS).

Data de submissão: nov. 2010. Data de aceite: dez. 2010

## Introdução

O presente artigo insere-se na linha de pesquisa denominada “Linguagem e Trabalho”. A concepção de trabalho aqui, ao mesmo tempo em que mantém relação com a definição clássica, ou seja, voltada para os meios de produção de bens materiais, contempla as dimensões que a sociedade moderna lhe conferiu, isto é, as relações dialógicas e interdiscursivas entre os atores/sujeitos que participam das estruturas organizacionais nas empresas.

O entrelaçamento da linguística aplicada com áreas que estudam o mundo do trabalho exige, contudo, um novo comportamento do linguista, no sentido de recorrer a outros campos de estudo para tentar elucidar o seu objeto de pesquisa, bem como a utilização de alguns conhecimentos específicos desenvolvidos pela própria linguística, de forma a resguardar as particularidades necessárias a uma investigação dessa natureza.

Mesmo não analisando diretamente as interações no trabalho, mas o discurso organizacional de um grupo empresarial que atua no mundo do trabalho, uma pesquisa como a proposta aqui pressupõe, para vir a ter êxito, o necessário diálogo da linguística com outras áreas do conhecimento (gestão e comunicação empresarial). Para isso, é fundamental que o analista do discurso, utilizando-se das especificidades da linguística, depreenda os elementos de várias naturezas que se encontram implicados no processo de

enunciação. Isso confere uma natureza multidisciplinar a trabalhos como este, reconhecendo o caráter multifacetado do conhecimento como totalidade, ao invés de disperso por domínios estanques.

O setor industrial de produção de calçados, bolsas e acessórios foi constitutivo do universo do trabalho em seu deslocamento na complexidade da sociedade contemporânea globalizada. Perceber essa mudança de paradigma no mundo do trabalho é essencial, pois a produção e a competitividade estão cada vez mais baseadas no conhecimento e na informação, e menos no setor primário e na produção de bens básicos, como ocorria há cerca de trinta anos, pois é imprescindível para entendermos a dimensão da função de um jornal interno como o do Grupo Alfa,<sup>1</sup> Unidade Varejo, diante de seu complexo entorno produtivo e social.

A empresa Alfa, de grande porte, atua no segmento varejista de calçados, bolsas e acessórios, localizada na região do Vale do Sinos, importante polo coureiro-calçadista no Rio Grande do Sul. Os discursos empresariais analisados, inscritos no gênero discursivo editorial, são veiculados bimestralmente no jornal interno de empresa *Alfaetra*.<sup>2</sup>

A linguagem é aqui compreendida como resultado de uma atividade humana, de um agir discursivo no mundo que nos situa sócio-historicamente, numa posição que confere especial destaque a contribuições interdisciplinares referentes ao mundo do trabalho, quais sejam, a ergonomia situada e a abordagem er-

gológica (SCHWARTZ, 1997, 2000, 2010; SCHWARTZ; DURRIVE, 2010) em interface com dialogismo e gêneros do discurso (BAKHTIN, 2003, 2010), bem como no que diz respeito à semântica global, de base enunciativo-discursiva (MAINGUENEAU, 2001, 1984/2008a, 2008b).

A questão norteadora foi assim estabelecida: os discursos empresariais em situações de trabalho possibilitam identificar e descrever o *éthos* discursivo presente em editoriais publicados no jornal *Alfalettra* da empresa Alfa?

O objetivo geral, neste trabalho, teve como propósito descrever e analisar o *éthos* discursivo, construído através de cenografias enunciativas, que se depreende nos editoriais do jornal de comunicação interna *Alfalettra*, da empresa Alfa.

A metodologia que norteou este estudo pautou-se pelos seguintes procedimentos metodológicos: a) paradigma indiciário de Ginzburg (1986), como modelo epistemológico; b): pressupostos da semântica global, mais especificamente aspectos referentes ao *éthos* discursivo inscrito em uma cenografia enunciativa (MAINGUENEAU, 1984/2008a, 2008b).

Este trabalho está assim estruturado: primeiramente, apresenta-se a fundamentação teórica pelo destaque a algumas categorias centrais que dão suporte à pesquisa; na sequência, consta a metodologia empregada; posteriormente, detalha-se a análise com base nos procedimentos metodológicos delineados; por último, são tecidas as considerações finais.

## Atividade de trabalho e construção da discursividade: ergonomia da atividade e ergologia

Para abarcar a temática deste estudo é imprescindível valer-se de diferentes enfoques, ou seja, de diferentes áreas do saber científico para que tal tarefa obtenha algum êxito. Nas palavras de Souza-e-Silva (2002, p. 63), “há múltiplas ciências do trabalho e não se pode pretender abordar uma realidade tão complexa a partir do ponto de vista de uma só área do saber”.

O conceito de trabalho em ergonomia parece estar isento de ortodoxia teórica, no sentido de que não existe uma definição canônica. As definições a seguir, buscadas no interior da ergonomia ou na interface com outras disciplinas, respondem satisfatoriamente aos objetivos deste estudo pelas reflexões que ensejam e servem de matéria-prima para a caracterização da noção de trabalho. Teiger (1992, p. 113) comenta que

[...] é uma atividade finalística, realizada de modo individual ou coletiva, numa temporalidade dada, por um homem ou uma mulher singular, situada num contexto particular que estabelece as exigências imediatas da situação. Esta atividade não é neutra, ela engaja e transforma, em contrapartida, aquele ou aquela que a executa.

Por sua vez, Schwartz (1992, p. 108) ressalta que

[...] o trabalho humano é lugar onde se opera uma dialética, portanto, um uso problemático de si mesmo e pode se definir talvez do seguinte modo: num primeiro registro, ele diz respeito aos antecedentes normatizando e antecipando a atividade [...] num segundo registro, ele comporta a insubstituível gestão das dimensões singulares da situação que marca na atividade cotidiana de trabalho os elementos variáveis, históricos de toda situação, sua não repetição integral.

Todavia, se, de um lado, as definições reforçam o caráter do trabalho como um objeto multidimensional e polissêmico, de outro, permitem identificar um fio condutor que parece costurar as diferentes abordagens.

Nesse sentido, a “atividade real” do(s) sujeito(s) aparece como categoria central, tendo um papel estruturador dos conceitos. Em torno do fator atividade real gravitam os elementos constitutivos das formulações dos autores mencionados. Tais elementos fazem da atividade um “lugar de múltiplas entradas”, que permitem o acesso ao seu interior por meio das “portas” da linguagem, da operação, da competência etc. Assim, a atividade é o *locus* privilegiado para uma caracterização da abordagem ergonômica de trabalho, na medida em que esta se constitui como a principal fonte produtora de conhecimento em ergonomia.

Essa perspectiva se articula com o duplo caráter da ergonomia: a) produzir conhecimento da inter-relação homem-trabalho; b) agir racionalmente no processo de transformação do trabalho (DEJOURS, 1996). Nessa ótica, o trabalho é, para a ergonomia, ao mesmo tempo objeto e objetivo.

Na sequência, passamos a focar a ergonomia da atividade como propedêutica às questões da disciplina ergologia, no sentido de estabelecer estudo interdisciplinar entre os campos da linguística, da ergonomia e da ergologia.

A ergonomia da atividade sinaliza para a distância entre a prescrição do trabalho e a forma como é efetivamente realizado – a atividade. Esta se constitui como um conjunto de fenômenos que caracterizam o ser vivo no cumprimento de suas ações. A atividade de trabalho, portanto, envolve a tentativa de dar conta do trabalho prescrito, considerando-se as vantagens e restrições dispostas pelas variabilidades (GUÉRIN et al., 2001).

Os estudos acerca do trabalho receberam aportes preciosos dos conceitos ergonômicos de trabalho prescrito e trabalho real, possibilitando um novo olhar sobre a atividade humana. A partir desses conceitos, considerando que é impossível imaginar a atividade como um mero ato de cumprimento do prescrito, Schwartz (2000) propõe uma ampliação dessa compreensão para um espaço de debate de normas antecedentes e renormalizações, concebendo, assim, a ergologia.

No que se refere à perspectiva ergológica, é a partir desta que buscamos convocar os saberes que emergem da atividade, compreendendo o trabalho como um lugar permanente de microescolhas, de debate de normas e valores e que possibilita aos trabalhadores formalizar suas experiências (SCHWARTZ; DURRIVE, 2010).

Aqui, cabe destacar, enquanto norte teórico-metodológico da pesquisa, o dispositivo de três polos de Schwartz (2000), que se configura da seguinte maneira: o primeiro polo remete aos saberes acadêmicos, que são objeto de um esforço permanente de estabelecimento de uma ordem teórica, de explicitação metódica e crítica, de retrabalho contínuo (polo 1); no segundo polo situam-se os saberes imanentes às atividades e retrabalhados por estas, os mesmos que a ergonomia da atividade assume como elementos de escolhas e de comprometimentos (polo 2); o terceiro polo (ético e epistêmico), que faz mediação entre os dois polos anteriores, é concebido pelo apelo, da demanda, do sentimento dos limites ou das derivações possíveis das ligações entre atividades e valores, bem como dos saberes imersos no histórico e, por outro lado, da colocação à prova das análises e diagnósticos teóricos.

Trabalhar é, todo o tempo, trabalhar junto (*travailler ensemble*). O outro está presente, seja como parceiro *de/no* trabalho, seja representado pelas normas e prescrições da hierarquia, seja pelo conhecimento técnico e tecnológico acumulado ou pela experiência registrada na linguagem. Trabalhar é gerir *o uso de si por si mesmo e de si pelo outro*, estabelecendo redes de comunicação, formando laços de confiabilidade, construindo valores.

Se trabalhar é sempre trabalhar com o outro e comunicar é relação, troca, reelaboração, podemos entender que ambos, linguagem e trabalho, atuam na construção dos conjuntos de valores

que se renovam ou se cristalizam a cada escolha feita, a cada decisão do uso de si por si mesmo, ou seja, manifesta-se a cultura e, por consequência, a própria identidade. As pessoas, a todo o momento, fazem escolhas a partir das condições e dos valores que construíram ao longo de suas histórias de vida, nas relações com o mundo, com o outro e consigo mesmas. Elas criam suas redes de relações e se apropriam dos discursos que circulam no seu meio de trabalho e na sociedade. Desse modo, o trabalho é criação e fruto da relação do homem com seu meio. É atividade.

A ergologia propõe-se a se aproximar desse mundo complexo que é o homem e sua atividade de trabalho, complexidade essa desconsiderada pelo taylorismo, pela chamada “organização científica do trabalho” e mesmo pelo toyotismo. Para Durauffourg (2010, p. 69), “trabalhar será sempre questão de confrontação da inteligência humana às incertezas do momento presente”. Segundo Souza-e-Silva e Sant’Anna,

a ergologia se propõe a dar maior visibilidade àquilo que se realiza nessa atividade, o que exige que o desenvolvimento incorpore a cultura produzida pelo coletivo humano, de tal maneira que essa produção possa ser reconhecida como parte das normas organizadoras do processo de desenvolvimento previsto pelas políticas locais e globais (2010, p. 61).

A abordagem ergológica na relação linguagem e trabalho destaca a relação dialética existente entre o micro e o macrosocial. Esta perspectiva teórica propicia entender o trabalho em acep-

ção ampla – como atividade humana – e permite ao trabalhador, e, portanto, ao sujeito, ser de comunicação, ocupar lugar de destaque nas pesquisas sob esse “olhar”, não superestimando suas potencialidades nem o relegando à condição de massa de manobra. Assim, valemo-nos das palavras de Schwartz e Durrive (2010, p. 128): “Enfim, acho que nós ilustramos, em nossa conversa, o que denominamos no vocabulário da Ergologia – ‘a dialética micro/macro’.” Dito de outra forma, “encontramos nos mínimos atos de trabalho, questões relativas a valores, questões sociais, escolhas da sociedade”.

A proposta da ergologia é discutir o trabalho e produzir conhecimento sobre ele, considerando o conhecimento e a experiência dos trabalhadores, o geral e o específico da atividade, suas normas e variabilidades e a exigência da conversa entre as várias disciplinas, além do constante questionamento a respeito de seus saberes. Para Schwartz (2000), a ergologia não é, portanto, uma “disciplina” no sentido de “um novo domínio do saber”. É uma disciplina própria para as atividades humanas e distinta da disciplina epistêmica, que, para produzir saber e conceito no campo das ciências “experimentais”, deve, ao contrário, neutralizar os aspectos históricos. A *démarche* ergológica, mesmo tendo como objetivo construir conceitos rigorosos, deve indicar nesses conceitos como e onde se situa o espaço das (re)singularizações parciais inerentes às atividades de trabalho.

A atividade comporta a noção de movimento, de continuidade, de transformação e de relação. Schwartz (2000) comenta que é em Kant que se pode encontrar a aproximação do conceito de atividade tal qual é utilizado na ergologia, ou seja, a “arte escondida no interior da alma humana”. Orientamo-nos nesse sentido à citação de Kant feita por Schwartz. A essência humana é dada pela forma particular de sua atividade. Para a abordagem ergológica, a atividade humana é a manifestação da vida humana.

Schwartz (2000) também afirma que “toda a situação de trabalho é singular”. Dessa forma, o uso que o sujeito faz de si no trabalho é singular. A consciência da singularidade do uso de si próprio permite a objetivação e a desnaturalização das atividades de trabalho. O sujeito no trabalho coloca-se por inteiro em atividade. Ele põe em movimento a energia de seu corpo, seus sentidos, sua experiência física e intelectual – o corpo em relação ao meio, aos instrumentos e técnicas; também aciona suas relações com o meio social, seus parceiros de trabalho, os colegas, os chefes e superiores.

Trabalhar, no sentido ergológico, é gerir um conjunto de fatores presentes em um determinado momento e espaço, em benefício de um objetivo a construir. A perspectiva ergológica de estudos sobre a atividade de trabalho volta-se, prioritariamente, à inevitável implicação da subjetividade no exercício profissional. Para Schwartz (2010), a realização de

qualquer tarefa passa por uma dialética de *usos de si, uso de si por si e uso de si pelo(s) outro(s)*.

O trabalho é *uso de si por si*, visto que, no processo de atividade, o sujeito mobiliza seu saber-fazer, seus valores, seus afetos, enfim, sua singularidade. É isso que faz com que seja impossível uniformizar as situações de experiência.

No entanto, é preciso relativizar essa questão de autonomia, pois o trabalho é também *uso de si por outros*. Os trabalhadores realizam suas atividades a partir de ordens e procedimentos dos quais não são autores. Afirmar que o trabalho é uso de si significa entender que é o lugar de uma tensão problemática, de um espaço de possibilidades a serem negociadas: não há execução, mas uso, e isso supõe um “espectro contínuo de modalidades” (DURRAFOURG, 2010, p. 53). Assim, por um lado, o trabalho é um objeto social, coletivo, pressionado por forças que estão fora do sujeito; por outro, trata-se de um objeto extremamente complexo, que engaja experiências subjetivas e enigmáticas a ele inerentes; é atravessado por microconflitos, rejeições, escolhas, que tendem a redefinir permanentemente os procedimentos.

Schwartz e Durrive (2003, p. 261) chamam de “dramáticas do uso de si por si mesmo e por outro” o uso que fazemos de nós mesmos e o uso que o *outro* faz de nós para a execução do trabalho. Entendemos por “dramática” o movimento entre norma prescrita, infidelidade do meio, renormalização e atividade singu-

lar. Essa contradição inerente a *toda* a atividade de trabalho, própria da vida, é potencializada com o conflito pelas diferenças socioeconômicas, pela apropriação mercantil do trabalho, pela exploração, pela desvalorização do próprio trabalho. A contradição e o conflito são geridos e negociados a todo o momento; isso é a atividade humana, é o corpo em si, expressando-se na dimensão dialética do micro/macrossocial.

A partir dessas reflexões, podemos afirmar que a abordagem ergológica nos permite tratar da linguagem e trabalho como um binômio fundamental da atividade humana e, nessa perspectiva, entendemos que essas abordagens, como numa simbiose, se completam, inclusive, por manifestarem traços culturais de um indivíduo, de um grupo social.

Pensar é operar muitas linguagens, afirma Faïta (2002), e a atividade de linguagem é sempre uma operação *a posteriori*. Ela acompanha, comenta, projeta a atividade de trabalho e, como afirma Bakhtin (2003), é uma arena das lutas sociais; reflete e refrata as menores mudanças sociais. A palavra é arena das lutas sociais porque se forja na dialética entre o estabelecido e o vir a ser. A palavra é sensível à mais ínfima mudança social, porque é como *unha e carne* da atividade de trabalho.

Para Schwartz (1997), a abordagem ergológica implica mudança no modo de encarar o trabalho como objeto de pesquisa, reconhecendo-o não somente “enquanto atividade, mas como atividade

pertencente à história, o que pressupõe a aceitação de que toda mudança para ser eficaz implica uma reinvenção local a partir de um patrimônio antecedente” (SOUZA-E-SILVA, 2002, p. 64). Em razão da importância atribuída à linguagem em sua abordagem, Schwartz (2007) assevera que é indispensável a discussão com linguistas, destacando que é por sua competência disciplinar que eles podem contribuir para que os estudiosos do trabalho acionem conceitos essenciais para pensar a atividade de trabalho.

## Semântica global: cenografia e *éthos*

Este estudo destaca o *éthos* como constructo discursivo inserido no jornal interno *Alfa* do Grupo Alfa, na qualidade de enunciatador, visto que, diante de uma mesma situação sócio-histórica, estabelecem-se dois referentes: o discurso organizacional em situação de trabalho, que se desdobra através do *éthos* do jornal interno da empresa e, por consequência, do próprio discurso empresarial. É o papel da empresa como um enunciatador coletivo institucional e as questões relacionadas à linguagem no universo do trabalho que serão tratados neste estudo. Entendemos a empresa como enunciatador coletivo institucional constituído por um conjunto de trabalhadores; o papel do ser humano será de grande importância neste estudo, pois, como afirma Faïta:

Pode-se observar nesse novo objeto de atenção [a linguagem para as ciências do trabalho], datado do último quarto do século vinte, o efeito das mudanças que sobreviveram ao universo da organização do trabalho, em que, de modo diversificado, mas contínuo, o lugar e o papel do “fator humano” se impuseram de forma incontornável (2002, p. 45).

Na atividade de linguagem, os co-enunciadores são levados a recorrer, além dos procedimentos linguísticos, a procedimentos pragmáticos. O recurso a estes últimos significa ultrapassar uma mera interpretação semântica, pois exige do destinatário uma análise do contexto; exige que ele (o destinatário) tenha diante do enunciado uma atitude diferente de um mero receptor de mensagem; exige que aja responsivamente, “provocado” pela enunciação, e recorra aos meios de que dispõe para participar, na qualidade de coenunciador, do processo linguístico-discursivo. Conforme palavras de Maingueneau:

[...] o destinatário não é passivo: ele próprio deve definir o contexto do qual vai tirar as informações necessárias para interpretar o enunciado. *A priori* (grifo do autor) nunca há uma única interpretação possível para um enunciado e é preciso explicar quais os procedimentos do destinatário para chegar à mais provável, que será aquela que se deve preferir em tal ou qual contexto (2001, p. 29).

Essa percepção exige do linguista aplicado que a contribuição que lhe cabe como estudioso, que tem a linguagem como seu principal objeto de investigação, se dê em diálogo com o entrelaçamento determinante da constituição de sentido dos processos linguístico-discursivos.



Por que à linguística aplicada interessa o estudo do *éthos* manifestado em jornal interno de empresa a partir da comunicação periódica com seus funcionários? Buscando responder a essa pergunta, recorre-se a duas possibilidades distintas: uma, de natureza mais genérica, envolvendo o papel da linguística aplicada, de forma ampla; a outra, de caráter mais pragmático, levando-se em conta os limites deste trabalho.

No primeiro caso, é possível afirmar que duas são as razões fundamentais para justificar o interesse da LA pelo estudo do *éthos* presente no jornal interno de empresa: uma de natureza propriamente linguístico-discursiva e outra de natureza organizacional: a gestão. Isto é, por duas razões que se inserem perfeitamente no quadro das preocupações humanistas.

Para ratificar essa justificativa, pode-se basear nas palavras de Bakhtin (2003, p. 279) no início do capítulo sobre gêneros do discurso: “Todas as esferas da atividade humana, por mais variadas que sejam, estão sempre relacionadas com a utilização da língua.”

A partir da delimitação da atuação do linguista aplicado, conforme feita anteriormente, e entendendo o *éthos*, resumidamente, como a imagem discursiva constituída pelo enunciador no momento mesmo da enunciação, cabe aos linguistas aplicados a tarefa de investigar os artifícios linguístico-discursivos utilizados por esse enunciador na construção das diferentes imagens resultantes

dos processos enunciativos. No caso do *éthos* construído em editoriais do jornal interno objeto deste estudo, tem-se o entrelaçamento de uma atividade de linguagem na sua especificidade e um processo de gestão organizacional, da comunicação interna, que não deixa de ser político, de dimensões globalizantes internas na empresa em questão. Há, portanto, dois problemas de dimensões essencialmente humanas: de linguagem e de gestão organizacional.

Destacamos que, embora haja uma aproximação teórica entre Bakhtin e Maingueneau e seus postulados, é preciso considerar o que diz Maingueneau em *Gênese dos discursos*:

Se, em algum sentido, nosso percurso se inscreve na mesma perspectiva que a de Bakhtin, a de uma “heterogeneidade constitutiva”, operaremos, no entanto, em um quadro restrito, atribuindo a essa orientação geral um quadro metodológico e um domínio de validade muito mais precisos (2008a, p. 33).

O discurso sempre esteve presente nos sistemas administrativos e com mais ênfase no relacionamento da empresa com as pessoas, ou seja, através da interação verbal. Segundo Amossy (2008, p. 124), “[...] a eficácia do discurso é tributária da autoridade de que goza o locutor, isto é, da idéia que seus alocutários fazem de sua pessoa”.

Com atenção ao nosso objetivo e pautado na hipótese da semântica global (MAINGUENEAU, 2008a), selecionamos para análise neste estudo as dimensões que privilegiam a heterogeneidade

enunciativa, o estatuto dos parceiros e o modo de enunciação a partir dos conceitos e pressupostos de *éthos* e *cenografia* (MAINGUENEAU, 1997, 2001, 2008b). Ao assumir que o discurso é regulado por uma semântica global, Maingueneau (2008a) admite que todos os planos da discursividade – desde os processos gramaticais até o modo de enunciação e de organização da comunidade discursiva – estão submetidos ao mesmo sistema de restrições, concebido como um filtro que fixa os critérios de enunciabilidade de um discurso.

A partir da noção de semântica global, esse autor considera que o discurso é apreendido na integração de todos os seus planos, ou seja, não se pode tomar *um* plano como sendo *o* plano privilegiado para a verificação das especificidades de um discurso. Essa perspectiva abarca algumas dimensões, que, tal como aponta Maingueneau, podem ser isoladas ou repartidas diferentemente. Partimos da hipótese de que todo discurso constrói um quadro enunciativo. De acordo com Maingueneau (1997, p. 75), “o enunciadador não é um ponto de origem estável que se ‘expressaria’ dessa ou daquela maneira”; está inserido em uma determinada “cena enunciativa”, e é a partir desse “lugar” que o fiador assume um *modo de enunciação*, ou seja, um *éthos*. Portanto, para a análise de discurso o *éthos* é concebido como parte constitutiva da cena de enunciação, não como uma simples estratégia persuasiva.

A cena de enunciação integra três cenas: a *englobante*, a *genérica* e a

*cenografia*. Juntas, elas compõem um “quadro” dinâmico que torna possível a enunciação de um determinado discurso. Segundo Maingueneau (1997, p. 77), há nesse “diálogo” entre cenas o estabelecimento de uma relação paradoxal, pois, “desde sua emergência, a fala supõe uma certa cena de enunciação que, de fato, se valida progressivamente por essa mesma enunciação”, ou seja, ao enunciar, o fiador institui uma cena, e é essa cena que vai validar sua própria enunciação. A cena englobante corresponde ao tipo de discurso: institucional, empresarial, educacional, filosófico, político, publicitário, científico etc. Ela enquadra o discurso em um determinado campo, conferindo-lhe, segundo Maingueneau, um estatuto pragmático. De acordo com Maingueneau (2008), tipos e gêneros de discurso estão em uma relação de reciprocidade: todo tipo é um grupamento de gêneros, e todo gênero está relacionado a um tipo. A cena genérica diz respeito ao gênero de discurso. Nesse caso, interessa verificar qual o estatuto genérico do enunciado, ou seja, se é um comunicado, um editorial, uma notícia, uma reportagem, uma entrevista etc.

Segundo Maingueneau (1997), o termo “cenografia” não corresponde apenas à ideia de “teatro” ou de “encenação”. À noção teatral de “cena” o autor acrescenta a de – *grafia*, de inscrição. Isso porque, ainda segundo Maingueneau (p. 76-77), “uma enunciação se caracteriza, de fato, por sua maneira específica de inscrever-se, de legitimar-se, prescrevendo um

modo de existência no interdiscurso”. Nesse sentido, a enunciação “instaura” seu próprio dispositivo de fala.

Para discorrer sobre o *éthos*, é imprescindível retomar a tradição antiga, proveniente da Grécia, focalizando principalmente a teoria de Aristóteles, que foi o responsável por sistematizar a retórica como a arte da persuasão. Foi com Aristóteles que o conceito de *éthos* foi realçado como ponto fundamental para o exercício de persuasão. Segundo ele, há três espécies de provas empregadas pelo orador para persuadir seu auditório, quais sejam: o caráter do orador (o que ele chamou de *éthos*), as paixões despertadas nos ouvintes (o *pathos*) e o próprio discurso (o *logos*).

Dentro do arcabouço teórico da análise do discurso, a terminologia *éthos* diz respeito à construção de uma *imagem de si* por meio do discurso. Assim, dizer que os participantes do discurso criam uma autoimagem através dele significa também afirmar que o discurso carrega as marcas do enunciador e do coenunciador, entendidos aqui como aqueles que interagem no processo discursivo. As imagens do enunciador e do coenunciador agem no campo discursivo, de modo a serem parte constituinte do processo enunciativo.

Dessa forma, podemos afirmar que o *éthos* liga-se ao orador, por meio, principalmente, das escolhas linguísticas feitas por ele, as quais revelam pistas acerca da imagem do próprio orador, continuamente construída no âmbito discursivo.

Ao sistematizar o conceito de *éthos* para a análise do discurso, Maingueneau (1997, 2001, 2008b) afirma que este se liga diretamente ao tom que engendra o discurso. Maingueneau (2008b) comenta que reformulou o conceito de *éthos* em um quadro da análise do discurso que, “longe de reservá-lo à eloquência judiciária ou mesmo à oralidade, propõe que qualquer discurso escrito, mesmo que a negue, possui uma vocalidade específica, que permite relacioná-lo a uma fonte enunciativa, por meio de um tom que indica quem o disse”: o termo “tom”, conforme o autor, tem a vantagem de valer tanto para o escrito quanto para o oral.

Assim, pode-se dizer que o *éthos* se relaciona com a construção de uma corporalidade do enunciador por intermédio de um tom lançado por ele no âmbito discursivo (MAINGUENEAU, 2008b). O tom permitirá ao leitor construir no texto escrito uma representação subjetiva do corpo do enunciador, corpo este manifestado não fisicamente, mas construído no âmbito da representação subjetiva. A imagem corporal do enunciador faz emergir a figura do fiador, entendida aqui como aquela que deriva da representação do corpo do enunciador efetivo (e não, bem entendido, do corpo do autor efetivo), se construindo no âmbito do discurso.

Da mesma maneira como a cenografia, o *éthos* se configura por um paradoxo constitutivo; é por meio de seu próprio enunciado que o enunciador deve legitimar sua maneira de dizer, não sendo

possível dissociar a organização dos conteúdos e a legitimação da cena de fala. Conforme Maingueneau (2008a, p. 90 - grifo do autor), “mas um discurso não é somente determinado conteúdo associado a uma *dèixis* e a um estatuto de enunciador e de destinatário, é também uma ‘maneira de dizer’ específica, a que nós chamaremos um *modo de enunciação*”.

Maingueneau (2001, p. 55) destaca que o discurso é assumido por um sujeito, ou seja, “o discurso só é discurso enquanto remete a um sujeito, um EU, que se coloca como *fonte de referências* pessoais, temporais, espaciais e, ao mesmo tempo, indica que *atitude* está tomando em relação àquilo que diz e em relação a seu co-enunciador (fenômeno de modalização)”. No entanto, esse sujeito não é uno e homogêneo, mas, sim, heterogêneo, atravessado por diversas vozes, que podem ou não ser identificadas.

## Gêneros discursivos sob a perspectiva bakhtiniana: definição e funcionalidade

Neste trabalho, o *corpus* selecionado para a pesquisa trata-se do gênero discursivo editorial. Inicialmente, registramos que para definir gêneros discursivos deve-se levar em conta, de modo preferencial, a ancoragem social do discurso, ora a sua natureza comunicacional, ora as regularidades composicionais dos textos, ora as características formais dos textos produzidos. 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”.

Marcuschi (2002) refere-se a gêneros textuais como práticas sócio-históricas. Comenta o linguista que

já se tornou trivial a idéia de que os gêneros textuais são fenômenos históricos, profundamente vinculados à vida cultural e social. Fruto de trabalho coletivo, os gêneros contribuem para ordenar e estabilizar as atividades comunicativas do dia-a-dia [...]. Caracterizam-se como eventos textuais altamente maleáveis, dinâmicos e plásticos (2002, p. 19).

Maingueneau (2001, p. 59) comenta que todo texto pertence a uma categoria de discurso, a um gênero de discurso. Os locutores têm a seu dispor uma infinidade de termos para categorizar a grande diversidade de textos produzidos em uma sociedade, pois essas categorias variam em função do uso que delas se faz. Segundo Maingueneau (2001, p. 61), “rótulos como ‘epopéia’, ‘vaudeville’, ‘editorial’, ‘talk show’ etc. designam o que habitualmente entendemos por gêneros do discurso, isto é, dispositivos de comunicação que só podem aparecer quando certas condições sócio-históricas estão presentes”.

Optamos neste estudo pela abordagem bakhtiniana para gêneros do discurso ao tratar sobre definição e funcionalidade. Bakhtin (2003) conceitua gêneros

do discurso como formas discursivas reconhecidas de uma coletividade que, em diferentes ocorrências, apresentam uma certa semelhança, permitindo o compartilhamento de conhecimentos nas interações verbais. Gêneros do discurso, segundo Bakhtin (2003), pertencem a esferas de utilização da língua que se diferenciam e vão se multiplicando. Cada uma dessas esferas tende a se desenvolver e a se tornar complexa. Para Bakhtin (2003, p. 279 - grifo do autor), “qualquer enunciado considerado isoladamente é, claro, individual, mas cada esfera de utilização da língua elabora seus *tipos relativamente estáveis* de enunciados, sendo isso que denominamos *gêneros do discurso*”.

Assim, temos que os gêneros do discurso são definidos por Bakhtin como tipos relativamente estáveis de enunciados. A comunicação se dá a partir de gêneros do discurso, uma vez que todos os enunciados possuem formas com relativa estabilidade, as quais se empregam de modo seguro, mesmo quando se desconhece sua existência no plano teórico. São essas observações que permitem afirmar que, se, por um lado, fala-se por gêneros diversos sem suspeitar de sua existência, por outro, partilham-se com os interlocutores formas discursivas comuns que fomentam o processo interacional, não necessitando criar novos gêneros a cada troca verbal, o que praticamente impossibilitaria a comunicação. Os gêneros do discurso são indissociáveis das atividades humanas, que se realizam

em esferas sociais a partir das quais os indivíduos interagem. Logo, os gêneros discursivos são dinâmicos, pois refletem de modo mais imediato, preciso e flexível as mudanças que transcorrem na vida social.

Considerando a inesgotabilidade das possibilidades de atividade humana, Bakhtin (2003) ressalta a riqueza e a diversidade dos gêneros do discurso. Da mesma forma, observa que a extrema heterogeneidade dos gêneros discursivos dificulta a definição da natureza do enunciado, característica fundamental para o estudo dos gêneros. Para tanto, estabelece uma distinção entre gêneros discursivos primários (simples) e gêneros discursivos secundários (complexos), procurando observar em que esfera de atividade (familiar, militar, midiática, acadêmica, jurídica, literária etc.) cada um surge e como se relaciona com outros gêneros. A diversidade dos gêneros, sua transformação contínua, é resultante das relações interpessoais que se estabelecem historicamente.

Ainda que os gêneros discursivos possuam características mais ou menos estáveis, são reelaborados, ressignificados, reacentuados a cada enunciação, pois novos acentos valorativos se inscrevem nas práticas discursivas, como um tom mais ou menos respeitoso, alegre, efetivo, que passam a refletir a individualidade do falante e a movimentar efeitos de sentido. Bakhtin (2003) observa que as palavras que constituem os enunciados são tomadas de outros enunciados,

representantes de gêneros discursivos, não do sistema da língua. Isso se deve ao fato de a palavra possuir expressão típica, uma espécie de eco da totalidade do gênero, que permite uma reacentuação.

O conhecimento de um repertório comum de formas discursivas pode facilitar o relacionamento social em diferentes situações, já que cada esfera da atividade humana produz gêneros do discurso correspondentes. As formas discursivas não são modelos a serem aplicados, mas, sim, formas híbridas que imprimem relações com a realidade e com enunciados alheios. Os gêneros são plurívocos; trazem vozes, posições sociais; retomam e antecipam discursos outros, ou seja, suscitam respostas. São materiais discursivos dinâmicos, que têm como pressuposto a construção do enunciado concreto a partir de uma esfera de atividade, em que o locutor, interlocutor, tempo, lugar e finalidade do dizer são constitutivos. Os gêneros do discurso fazem parte de uma memória coletiva e certa estabilidade que os caracteriza pode ser observada pelos elementos que os constituem organicamente: a construção (forma) composicional, o tema e o estilo. Vejamos como Bakhtin (2003) define esses três aspectos:

- a) *Tema*: é definido com a finalidade de provocar uma reação no leitor. Para isso, os sujeitos falantes que compõem o contexto compartilham informações de acordo com as esferas criativas a que estão vinculados. Tal processo é o objeto

do tema, que ganha acabamento total, garantindo a compreensão e reação;

- b) *Forma composicional*: implica estrutura e organização do enunciado produzido por um falante. A forma composicional relaciona-se às estratégias lexicais, semânticas e pragmáticas, das quais o falante se apropria para que seu enunciado cumpra sua função comunicativa. Apesar disso, a forma composicional não é inventada cada vez que um falante se comunica através de um gênero do discurso. Segundo o autor, “um uso criativo livre não significa ainda a recriação de um gênero: para usá-los livremente, é preciso um bom domínio dos gêneros” (BAKHTIN, 2003, p. 303). Os gêneros, na verdade, organizam nossa fala, mesmo que sua existência teórica seja desconhecida por nós. Para que um enunciado seja entendido, precisamos saber escolher as articulações composicionais necessárias;
- c) *Estilo*: pode ser geral, quando oferecido com formas padronizadas, por exemplo, uma ordem judicial, uma nota fiscal etc., que não dão lugar à característica ou estilo individual do produtor. Por outro lado, o estilo pode ser individual, uma vez que as palavras assumem determinado valor conforme o locutor que delas se apropria e contextualiza. Quando escolhemos

uma palavra, partimos de intenções que direcionam o enunciado que será sempre expressivo. Conforme Bakhtin, o estilo também depende do modo como o locutor compreende e percebe seu destinatário e do modo como ele prevê sua atitude responsiva.

Lê-se também em Bakhtin (2003) que no gênero a palavra comporta certa expressão social, porque os gêneros correspondem a circunstâncias e temas típicos da interação verbal, o que acarreta significações específicas da palavra com relação à realidade concreta. É como se fosse uma superestrutura da palavra, porque essa expressividade típica do gênero não pertence à palavra como unidade da língua e não entra na composição de sua significação, apenas reflete a relação que a palavra e sua significação mantêm com diferentes práticas de interação social. A experiência verbal individual do homem toma forma e evolui sob o efeito da interação contínua com os enunciados individuais do outro. Bakhtin (2003) julga isso um processo de assimilação mais ou menos criativo das palavras do outro (e não das palavras da língua).

## Metodologia e procedimentos

O *corpus* selecionado para pesquisa constituiu-se de editoriais publicados no jornal *Alfalettra*, uma publicação para comunicação interna da empresa Alfa –

Unidade Calçados-Varejo, de periodicidade bimestral. Em razão das limitações de extensão previstas para este tipo de trabalho, analisamos três editoriais (alguns segmentos discursivos), divulgados no período compreendido entre fevereiro de 2009 e fevereiro de 2010. Esses gêneros discursivos apresentam um conjunto de indícios (pistas linguístico-discursivas) representativos para o alcance do objetivo proposto neste estudo.

O jornal interno *Alfalettra* nasceu em 1997 com uma tiragem de mil exemplares. Atualmente, a tiragem é de 2.600 exemplares, distribuídos nas 84 lojas e áreas administrativas da empresa Alfa.

As perspectivas teórico-metodológicas adotadas neste trabalho basearam-se nos seguintes pressupostos e categorias por meio da interface feita entre as respectivas áreas do conhecimento:

- na *ergonomia da atividade e na ergologia* (SCHWARTZ; DURRIVE, 2010): trabalho prescrito e trabalho real; normas antecedentes e renormalizações; o debate de valores ligado ao debate de normas (as impostas e as instituídas na atividade); os saberes (constituídos e investidos) e o agir em competência; trabalho e uso de si;
- na *abordagem enunciativa da semântica global* (MAINGUENEAU, 1984/2008a): estatuto do enunciatador e do coenunciador, *dêixis* enunciativa e modo de enunciação para descrever, a cenografia enunciativa e o *êthos* discursivo construídos nos editoriais analisados.

Detalhamos o percurso metodológico essencial adotado nessa abordagem enunciativa: realizamos a análise das *marcas de pessoa*, com o intuito de explicitar as marcas de subjetividade que o sujeito enunciador explicitou nos discursos do jornal interno para construir a si e ao *outro*. Os diferentes papéis atribuídos aos interlocutores (enunciador/coenunciador) são verificados por meio da categoria *locução discursiva*. O destaque para *Modalidades* diz respeito a entender como o enunciador se posiciona nos enunciados em relação ao conteúdo semântico neles contido. Quanto à *dêixis* enunciativa em sua dupla modalidade, temporal e espacial, categoria de análise que abriga os enunciadores/coenunciadores do discurso, está representada pela *cronografia* (coordenadas temporais) e pela *topografia* (coordenadas espaciais).

Desse modo, com base nas perspectivas teórico-metodológicas informadas, este estudo propôs-se descrever e analisar especificidades da atividade de trabalho a partir da análise de práticas linguageiras verificadas em editoriais do jornal interno objeto de pesquisa.

Utilizamos o paradigma indiciário como suporte epistemológico neste estudo. Trata-se de modelo empregado em muitas pesquisas qualitativas que, segundo Ginzburg (1986), emergiu no âmbito das ciências humanas no final do século XIX.

Tem-se, então, a partir desse novo modelo de análise, a valorização de dados supostamente sem importância ou cuja importância se se limitaria, aparente-

mente, a aspectos mais visíveis e factuais, e não à descoberta ou à decifração de uma grande mudança social. Assim, o paradigma indiciário é inovador como método investigativo não apenas pelo fato de enfatizar dados pouco visíveis, mas, principalmente, por identificar nesses dados sinais de grandes descobertas.

O trabalho de quem analisa indícios é encontrar, por meio da observação atenta de pequenos detalhes, sinais das consequências menos visíveis de um determinado “acontecimento”. Para Ginzburg (1986), o paradigma indiciário consiste na apreciação dos detalhes, daquilo que está próximo, no entanto é deixado de lado em prol da observação do geral, ou seja, preconiza-se, também nesse caso, partir do particular para só depois chegar a possíveis generalizações.

Neste estudo, o paradigma indiciário constitui-se no conjunto de pistas/marcas linguístico-discursivas visíveis na superfície dos textos dos editoriais, bem como dos sentidos ali construídos discursivamente, que constam no jornal interno *Alfalettra*, a partir do entrelaçamento dos planos discursivos que constituem a semântica global em interface com a ergologia. Possíveis alusões feitas à teoria bakhtiniana revestem-se como complementares, visto que representam elos na cadeia dialógica própria dos discursos objeto de análise, de acordo com a concepção de língua como um enunciado concreto e dialógico (BAKHTIN, 2003). Dessa forma, sua historicidade é constitutiva, está situada no espaço dialógico intencionalmente recortado por esta



investigação. Portanto, adicionalmente, a opção metodológica desta pesquisa se sustenta na concepção teórica do enunciado dialógico, que vê em todo discurso a presença de outros discursos, tecendo, em conjunto, novos enunciados.

## Análise

Realizamos a análise do *corpus* mediante a transcrição de segmentos discursivos extraídos de três editoriais que constam nos exemplares do jornal interno *Alfalettra* – fev. 2009; set./out. 2009; jan./fev. 2010 –, os quais são apresentados na sequência:

- *Editorial 1* (fev. 2009 - grifo nosso): [parte 1] : Diariamente temos a oportunidade de estar em contato com muitas e diferentes pessoas; fazer com que elas se interessem em dar continuidade ao *relacionamento* que mantêm conosco é o desafio de cada um de nós. [parte 2]: Sabemos que a *estratégia* de fidelização não pode estar calcada apenas em “programas de fidelidade” isolados. Antes de tudo, *acreditamos* que as lojas [...] *devem* estar preparadas para garantir, além de produtos e serviços, um *atendimento de excelência* em todos os pontos de contato com o cliente. Para que isso aconteça é fundamental que *tenhamos* um *time unido*, disposto a *superar resultados, conquistar e manter clientes* ao longo do tempo.

- *Editorial 2* (set./out. 2010 - grifo nosso): [parte 1] : Nossa empresa está há mais de meio século no mercado, sendo referência de *tradição, solidez e qualidade*. Agora queremos mais. Queremos ser *modernos, ágeis, inovadores!* Ser uma empresa *ainda mais competitiva*, que com *profissionalismo* antecipa as tendências do mercado! [parte 2]: Todos buscamos atingir estes objetivos. *Necessitamos* falar, *sugerir, ouvir. Compreender o cliente e procurar as melhores alternativas*, sempre com um *jeito único*. O jeito [Alfa] de Ser e Atender. *Precisamos* trabalhar em um mesmo ritmo, alinhados e orientados para o mesmo foco.

- *Editorial 3* (jan./fev. 2010 - grifo nosso): [parte 1]: Todos os dias, quando *nossas lojas* abrem suas portas é como se *uma seleção* estivesse dando início a uma *grande partida*, onde cada um ocupa uma *posição estratégica* [...]. [parte 2]: É com *essa energia* que *mistura técnica, garra e união* que *devemos* viver 2010, um ano que promete muitas *oportunidades!* E para saber aproveitá-las *é preciso ser um profissional atento, qualificado*, que vai além e *busca ser sempre o melhor*.

Pela análise das instâncias de enunciador e de coenunciador (MAINGUE-NEAU, 1984/2008a) nesses segmentos discursivos, constatamos a construção de

uma imagem recorrente: a do *time*, a da *equipe*. Nessa imagem de time unido e de equipe projeta-se que os colaboradores cultivam ambiente de trabalho produtivo e agradável, ocupam posição estratégica no “jogo”, além de que propiciam relacionamento duradouro com clientes. Verificamos que a cenografia é moldada/ prescrita como se essa equipe fosse uma seleção, talvez a melhor, que a partir de uma “grande partida” tem êxito no que faz, que se relaciona bem com clientes por conta do atendimento de excelência prestado. Assim, a empresa supera resultados e destaca-se nacionalmente no segmento econômico em que atua.

É possível constatar que o vocabulário utilizado pelo locutor na enunciação remete-nos à utilização de semas que se integram em um mesmo campo semântico para construir uma cena englobante: a da equipe/time/empresa competitiva, moderna, profissional, que valoriza o relacionamento com o cliente para fidelizá-lo. Vejamos alguns desses semas: *desafio, relacionamento, atendimento de excelência, time unido, superação, tradição, solidez, qualidade, modernos, ágeis, inovadores, profissionalismo, seleção, grande partida, posição estratégica, energia, técnica, garra, união, profissional atento, qualificado*.

A cenografia enunciativa revela uma imagem de empresa que possui atributos como *excelência e qualidade, tradição e segurança nos negócios, moderna, ágil e inovadora*. Paralelamente, constrói-se na interação verbal a imagem de perfil

de funcionário “ideal” para trabalhar na organização: *destemido, qualificado, profissional, inovador, exímio “jogador”, um estrategista*. Mediante a cenografia enunciativa instituída, entendemos que a língua está associada à sua utilização e acontece em forma de enunciados, orais e/ou escritos, concretos e únicos. Os enunciados partem de pessoas pertencentes a diversas esferas da atividade humana, refletindo “as condições e finalidades de cada uma dessas esferas” (BAKHTIN, 2003, p. 279).

Portanto, constata-se que a empresa, além de time, equipe, seleção, constrói outras imagens de si, tais como: bem conceituada/reconhecida pelo seu público, interno e externo; zela pelo ambiente de trabalho e proporciona qualidade de vida aos colaboradores; valoriza seus clientes; é lucrativa e preocupada com a excelência do atendimento. Esse *éthos* discursivo é intrínseco à cenografia enunciativa, na qual também se destaca a imagem de poder e liderança da empresa mediante discursos que enfatizam a gestão organizacional.

De acordo com Schwartz, a ergogestão começa com a idéia de se levar a normatização das atividades coletivas dos outros apenas até certo grau, pois ela conduz a limites, sendo a sua rigidez impossível e mesmo patogênica, no próprio sentido do termo, por se tratar de algo desumano e contra a natureza (TRINQUET, 2010, p. 110).

Parafraseando Trinquet, enfim, não é possível manipular, por muito tempo, a realidade das coisas e dos seres.

As marcas das relações entre as pessoas do discurso (NÓS = eu + você)

mostram uma ideia de que *interesses comuns, harmonia, satisfação, técnica, garra e união* são características marcantes do empírico na empresa. Assim, estar comprometido é estar satisfeito; logo, *responsabilidade, organização, profissionalismo, qualificação e competência, superação, agilidade e inovação* são atributos de desempenho que podem ser facilmente atingidos. Esses “valores” são constitutivos da imagem construída, empresa de sucesso nacional, enfim uma “seleção” exitosa; por isso, requer de seus colaboradores aprimoramento contínuo para superar resultados, todos recompensados por integrar o NÓS da organização.

Ao inventariar as marcas que identificariam o *éthos* (MAINGUENEAU, 1997, 2001, 2008b) desse sujeito que constrói o universo sobre o qual se fala, verificamos que a ideia do time/da equipe/da seleção estabelece uma relação com um NÓS = EMPRESA. Desse modo, mediante esse tom, essa vocalidade, o caráter e a corporalidade que se constroem discursivamente afetam tanto a imagem do enunciador e a do coenunciador (MAINGUENEAU, 1997, 2001, 2008b) quanto a da própria empresa. Cria-se, dessa maneira, uma complexidade de identificação: EU só me identifico com o NÓS e com ELA (a empresa) se for capaz de me enquadrar na imagem construída, que se baseia em valores de *dinamismo, espírito de equipe, competitividade, qualificação, eficiência, responsabilidade, organização, garra e união, desempenho, relacionamento etc.*

Diante desses atributos marcados discursivamente, observamos que se instaura um ingrediente de competência, que é o “debate de valores ligado ao debate de normas, as impostas e as instituídas” (SCHWARTZ; DURRIVE, 2010, p. 213), pois o locutor e o destinatário, de alguma maneira, estabelecem um debate/diálogo sobre posicionamentos de ambos – o que a empresa acredita e deseja e aquilo com que o funcionário compactua, que deseja e realiza. A palavra, portanto, ao ser considerada como signo ideológico e dialógico por natureza, ancora um confronto de vozes (posições) que nela se projetam. É uma espécie de “ponte” lançada entre o locutor e os outros, é “território comum do locutor e do interlocutor” (BAKHTIN/VOLOCHINOV, 2010, p. 117).

Nos discursos presentes nos editoriais sob análise elabora-se, então, uma imagem verbal que o leitor (funcionário) pode recompor ao reunir um conjunto de elementos frequentemente esparsos e lacunares em uma representação familiar (a empresa), como, por exemplo: o time/a equipe unida, a tradição, solidez e qualidade. Esse estereótipo se deixa apreender tanto no nível da enunciação (um modo de dizer) quanto no do enunciado (conteúdos, temas). “[...] A fórmula estereotipada adapta-se, em qualquer lugar, ao canal de interação social que lhe é reservado, refletindo ideologicamente o tipo, a estrutura, os objetivos e a composição social do grupo. As fórmulas da vida corrente fazem parte do meio social [...]” (BAKHTIN, 2010, p. 130).

A imagem de si construída no discurso é constitutiva da interação verbal e determina, em grande parte, a capacidade do locutor de agir sobre seus alocutários. Instauram-se estratégias discursivas que constroem uma imagem particular do locutor, numa espécie de amálgama com a imagem da empresa, que é construída através dos discursos mobilizados no jornal *Alfalettra*.

No editorial 2, parte 2, transparece a imagem de uma fiador confiante, que incorpora discursos da empresa através de um tom, de uma vocalidade própria do locutor, preocupado com o ambiente produtivo (de trabalho) e com o consequente alcance dos objetivos. Esse tom revela um propósito, o sucesso da empresa e, por conseguinte, de *todos* os que nela estão inseridos profissionalmente. *Todos*, como pista linguística (paradigma indiciário) embreante de pessoa, mostra um “nós” e um “você” indissociáveis da cena enunciativa implicada no discurso. Estabelece-se uma relação entre a empresa, que se coloca como enunciador, e um destinatário (coenunciador), no caso empírico o leitor (funcionário) do jornal interno.

As marcas linguísticas que instituem o tempo e o espaço discursivos (MAIN-GUENEAU, 2001, 1984/2008a) remetem o destinatário (funcionários) a um lugar seguro, estável, que proporciona condições para que os indivíduos funcionem na empresa como um conjunto coeso num universo aparentemente sem conflitos.

Esse espaço competitivo observado na contemporaneidade, programado e

hierarquizado, desafiador e mutante, entrelaça-se com as marcas do tempo discursivo (*aqui e agora*) da modernidade, da inovação, da proatividade, do profissionalismo, que impulsionam o presente, baseando-se nas conquistas do passado, para os desafios do futuro. Esse tempo, o atual/presente, é o do aprimoramento e do *progresso contínuos, marcados pelo profissionalismo, pelo espírito inovador e proativo, que são conquistados* por meio de ações cotidianas que sugerem perspectivas de sucesso, de valor, cada vez maior. O tempo e o espaço discursivos construídos dessa forma caracterizam uma empresa que atua como seu próprio “vetor de mudanças”, de transformação e de adaptação à realidade competitiva que está ao seu entorno.

A imagem de empresa confiante e interessada pelos seus clientes e pelo seu time ainda é revelada nos segmentos discursivos dos editoriais 1 e 3. Observamos que ao estabelecer uma cronografia, como em *diariamente (nós) temos a oportunidade [...], em antes de tudo, (nós) acreditamos que as lojas [...]* e em *todos os dias, quando nossas lojas abrem suas portas [...]*, o enunciador enfatiza não só o tempo físico, cronológico, mas também o momento presente (dêitico: “diariamente”, “antes de tudo” e “todos os dias”), aquele da oportunidade de se manterem e se fidelizarem clientes pelo relacionamento contínuo, oferecendo um atendimento de excelência. Para isso, é fundamental que se tenha *um time unido e disposto a superar resultado, conquistar e manter clientes ao longo do*

*tempo. Esse desafio é para todos, pois “é com essa energia [...] que devemos viver 2010, um ano que promete muitas oportunidades!”*

Na análise dos editoriais objeto desta pesquisa, observamos que os discursos estão notadamente marcados pelo uso de modalidades, o que representa uma forma peculiar de o enunciador apresentar sua enunciação; é uma característica discursiva existente no jornal *Alfaetra*. Segundo Maingueneau (2001, p. 107 - grifo do autor),

todo enunciado possui marcas de *modalidade*; tais marcas podem se restringir ao modo verbal (o indicativo, o subjuntivo especialmente), o qual indica a atitude do enunciador face ao que diz, ou a relação que o enunciador estabelece com o coenunciador por meio de seu ato de enunciação.

Desse modo, mediante marcas linguísticas verbais predominantemente, identificamos as seguintes modalidades discursivas: *deônticas* (*dever, obrigação*) – *fazer, não pode, devem estar, queremos, necessitamos falar, precisamos trabalhar, devemos viver, é preciso ser*; *epistêmicas* (*saber /conhecer*) – *temos, sabemos, acreditamos, é fundamental que tenhamos*. Como podemos perceber, há predominância da modalidade deôntica nos discursos expressos nos editoriais objeto deste estudo. Isso nos permite estabelecer, com base nessa ênfase discursiva sobre o dever e a obrigatoriedade, relação com o trabalho prescrito, que é normatizado, previsto com antecedência, ou seja, normas “impostas e instituídas na atividade” (SCHWARTZ ; DURRIVE, 2010, p. 213).

No que diz respeito à utilização, pelo locutor, da modalidade epistêmica (*saber, conhecer*) – *temos, sabemos, acreditamos* –, podemos interpretar *nós* como um sujeito coletivo compacto, pois o enunciador ao empregar *nós* está designando “não uma soma de indivíduos, mas um sujeito coletivo”, o que não tem nada de surpreendente (MAINGUENEAU, 2001, p. 127). Nesse sentido, esse autor recorre a Benveniste (1996) para ilustrar seu posicionamento quando se refere a sujeito coletivo: “De uma forma geral, a pessoa verbal no plural exprime uma pessoa amplificada e difusa.” O *nós* não é efetivamente uma coleção de *eu*, “é um *eu* expandido para além da pessoa estrita, ao mesmo tempo aumentado e com contorno vagos” (MAINGUENEAU, 2001, p. 127).

Conforme é possível depreender com base em Cervoni (1989), as modalidades deônticas abrangem toda expressão que implica referência a uma norma ou a qualquer critério de avaliação social, individual, ético ou estético, isto é, pertencente ao registro do *dever*, ou seja, relacionam-se a noções como *necessidade, obrigação, permissão e proibição*. Já as modalidades epistêmicas referem-se a toda expressão que implica uma referência à crença, ao conhecimento que se tem de um estado de coisas, isto é, contemplam toda expressão pertencente ao registro do *saber*, tais como noções como *certo, provável e possível*. Quanto ao tipo predominante de modalidades que parecem ocorrer nas interações

discursivas analisadas neste estudo, predomina a modalidade deôntica, a qual traz consigo, em graus diferentes, uma certa dimensão epistêmica, podendo expressar quatro coisas distintas se forem afirmativas: necessidade, obrigatoriedade, possibilidade e permissão (NEVES, 2000, p. 62).

Diante de tais constatações, do emprego de modalidades deônticas e epistêmicas, o enunciador normaliza a ação ao expressar um saber que leva o interlocutor a aderir a esse discurso, aceitando-o como verdadeiro. O uso das modalidades deônticas e epistêmicas produz um tom do dizer e também do fazer; não é reversível, surge daquele que se encontra em posição de aconselhar/sugerir/ordenar; ao que recebe o conselho, a sugestão/ordem resta concordar (dizer) e necessariamente executar (fazer). Tem-se, portanto, uma competência adquirida por meio do treinamento, da repetição, supondo “uma racionalidade inerente ao processo de produção, como se este fosse dotado de leis naturais a que os homens e sua ciência deversem subordinar-se e obedecer” (SENNET, 2006), desvalorizando-se e apagando a experiência.

Para Schwartz (2010), trabalhar envolve sempre uma *dramática do uso de si*. Trabalhar é sempre um drama, no sentido de que envolve o trabalhador por inteiro; é o espaço de tensões problemáticas, de negociações de normas e de valores. A expressão *uso de si* remete ao fato de que não há somente execução

nessa dramática, mas um uso. É a pessoa sendo convocada em toda a sua subjetividade, com toda a mobilização que qualquer abordagem taylorista jamais pode alcançar. O conceito de *uso de si* chama a atenção para a complexidade do humano. E quem faz esse uso? Existe um *uso de si pelo outro*, isto é, as condições históricas que são dadas e que são produtoras de subjetividade. Mas existe um outro uso, que é o *uso de si por si mesmo*, aquele uso que cada um faz de si próprio, a renormalização singular realizada pela atividade humana. Não estabelecer essa tensão contraditória entre esses dois usos é acreditar que o trabalhador é um ser humano passivo, reprodutor, que apenas sofre os impactos dos determinismos históricos, econômicos e sociais.

Nos fragmentos dos discursos destacados no início desta análise, constatamos que a excelência no trabalho, que representa o alcance do padrão de qualidade, é resultado da repetição da regra/procedimento daquilo que faz parte do conhecimento comum – da empresa e dos funcionários. Nas relações de trabalho, conforme Sant’Anna e Souza-e-Silva (2007, p. 80), “as normas passam a receber uma formalização específica a fim de organizar a produção”. Conforme referendado pelas autoras, embasadas em Schwartz (2002), “essa formalização é parte da exigência universal de organização social e se caracteriza por um movimento progressivo de codificação da prescrição operatória do trabalho”.

Desse modo, pode-se entender que as normas têm o objetivo de organizar o trabalho, surgem para prescrever de modo antecipado e enquadrar de forma explícita aquilo que o trabalhador deveria executar. “Trabalhar jamais é, simplesmente, aplicar, mas se adaptar sempre às variabilidades organizacionais, materiais, ambientais e humanas, em tempo real. Trabalhar é gerir, sustenta Schwartz” (TRINQUET, 2010, p. 107).

Esse reforço de experiências anteriores também é acrescido da ênfase no contexto econômico que dissipa constantemente o já vivido, o já experienciado, estabelecendo o que vem a ser competência, que comporia a ideia de padrão de qualidade, de dinamismo, de trabalho em equipe, de grupo que trabalha e atinge metas. Também se destaca a necessidade do bom atendimento e do bom atendente, da participação nas atividades da empresa visando ao alcance de objetivos e metas etc. Desse modo, verificamos que os discursos manifestados nos editoriais sob análise na atividade de trabalho inter-relacionam-se com os saberes acadêmicos ou instituídos e com os saberes práticos ou investidos (SCHWARTZ, 1997, 2010).

Vê-se, então, que a autoridade relativa do enunciador provém de projeções do *éthos* que são apresentadas no discurso – a do *time/equipe* eficaz, da atuação estratégica, da *seleção que ganha o jogo* –, pois se constatarem imagens de si construídas pelo dizer do locutor as quais desvelam uma “maneira de ser”, um jeito único da empresa Alfa. Tais imagens sig-

nificam e ressignificam, a todo instante, valores como união, profissionalismo, competição, qualidade e excelência dos serviços. Percebe-se, então, que o *status* institucional do autor do texto, como ser no mundo, e a construção verbal do locutor, como ser do discurso, se recobrem e se reforçam mutuamente, existindo, dessa maneira, incorporação do discurso da empresa pelo fiador/enunciador, que através da cenografia construída instiga e “chama” o coenunciador a aderir ao que é dito, para saber, para fazer. Dito de outra forma, trata-se do “primeiro ingrediente de uma competência: o relativo domínio dos protocolos numa situação de trabalho” (SCHWARTZ; DURRIVE, 2010, p. 207).

De acordo com Bakhtin (2003), os enunciados refletem as condições específicas e as finalidades de cada esfera da atividade humana por seu *conteúdo temático* (que remete aos assuntos das diferentes atividades humanas), por seu *estilo* (seleção operada nos recursos lexicais, fraseológicos e gramaticais da língua) e por sua *construção composicional* (que corresponde, *grosso modo*, à estrutura textual e às relações que se instituem entre os parceiros da comunicação).

Considera-se, assim, no *éthos* discursivo (*éthos* institucional) que a eficácia da palavra não é puramente exterior (institucional) nem puramente interna (linguagreira). Ela acontece simultaneamente em diferentes níveis. Não se pode separar *éthos* discursivo da posição institucional do locutor, nem dissociar

totalmente interlocução da interação social como troca simbólica. Esse *éthos* discursivo é intrínseco à cenografia enunciativa, porque está ancorado em numa perspectiva de “cena validada”, em que “validada” significa “já instalada na memória coletiva” (MAINGUENEAU, 2008b, p. 81), seja como antimodelo, seja como modelo valorizado.

Nesse caso, temos a cena validada de um modelo valorizado: o de empresa tradicional e sólida, de sucesso, moderna, ágil e inovadora, preocupada com seus clientes e funcionários, pois “nossa empresa está há mais de meio século no mercado, sendo referência de tradição, solidez e qualidade” (Editorial 2, set./out. 2010). A cena validada “fixa-se facilmente em representações estereotipadas popularizadas pelo iconografia” (MAINGUENEAU, 2008b, p. 81).

A partir do que foi comentado a respeito do *éthos* discursivo empresarial manifestado nos editoriais analisados do jornal *Alfalettra*, torna-se possível relacionar a Maingueneau (2008b), para quem o *éthos* discursivo caracteriza-se de acordo com uma corporalidade dada a partir do momento em que o fiador, que é uma figura construída pelo leitor, tem como base indícios textuais de diversas ordens, as quais podem apresentar determinações físicas e psíquicas atribuídas pelas representações coletivas à figura do enunciador, no caso o jornal interno, que transparece como a própria empresa, numa amálgama de identidade, ou seja, apresenta-se como

metaenunciador numa representação simbólica e imagética da organização empresarial. Há, portanto, uma polaridade discursiva centrada na personagem do enunciador, que ao fazer a enunciação invoca, de alguma maneira, o seu *outro*, coenunciador, para a interação verbal, inserida, sempre, num contexto sócio-histórico mediado.

Dessa forma, tem-se que, ao mesmo tempo, o *éthos* está estreitamente relacionado ao estatuto do locutor e à questão de sua legitimidade, isto é, ao processo de sua legitimação pela fala. Conforme Amossy (2008, p. 17), “a noção de *ethos* estabelecida pela análise do discurso encontra, assim, a sociologia dos campos, mas privilegia o ‘imbrincamento’ de um discurso e de uma instituição”, ou seja, recusando a concepção de uma sociologia externa. É o que se observa nos discursos divulgados no jornal interno *Alfalettra*, pois não se separa, não se distingue o enunciador, ser da palavra, do ser empírico, a empresa. Linguagem, discurso, situação de enunciação e de comunicação estão intimamente imbricados e interdependentes.

## Considerações finais

A concepção de *éthos* para a análise do discurso de base enunciativa, conforme postulados da semântica global (MAINGUENEAU, 1984/2008a, 2008b), mais especificamente quanto ao *éthos* e à cenografia, está relacionada a diversos planos discursivos, tais como estatuto



do enunciador e do coenunciador, *dêixis* enunciativa, modo de enunciação (modalidade; tom: caráter e corporalidade). Esses planos discursivos constituíram referenciais para desenvolver o objetivo geral deste estudo, que teve como propósito descrever e analisar o *éthos* discursivo construído através de cenografias enunciativas que se depreendem nos editoriais do jornal de comunicação interna *Alfalettra*, da empresa Alfa.

O trabalho como atividade também foi objeto deste estudo a partir da disciplina ergologia (SCHWARTZ, 1997, 2007, 2010; TRINQUET, 2010), que articula estudos interdisciplinares entre linguagem e trabalho em diferentes áreas do conhecimento. Buscamos nesta pesquisa promover a interface entre a ergologia e a semântica global.

Verificamos que o *éthos*, a cenografia enunciativa e também os estereótipos, que circundam socialmente o discurso empresarial divulgado no jornal interno analisado, caracterizam-se como categorias que influenciam na construção da imagem do enunciador, neste caso, a imagem da empresa Alfa. Dessa forma, a categoria *éthos* não está ligada apenas ao enunciador, à imagem que este reivindica para si próprio, mas se apresenta como uma categoria interativa, uma vez que a imagem do enunciador (da empresa) adequa-se às expectativas de um auditório particular (os funcionários), que direciona e dirige o discurso do primeiro.

Durante a trajetória da análise, houve necessidade de se recorrer a pistas linguísticas, os indícios, conforme pre-

visto no paradigma indiciário (modelo epistemológico), que comprovassem a presença do enunciador nos textos, nos discursos empresariais divulgados no jornal interno *Alfalettra*. A análise desses discursos revelou a importância do modo de enunciação, da *dêixis* enunciativa, por meio das escolhas lexicais/linguísticas, mostrando o que são e como constroem a cenografia e permitem identificar o *éthos discursivo* do enunciador. Comprova-se, assim, que a utilização de recursos lexicais e de modalidades é decisiva para a definição do *éthos* discursivo do enunciador, no caso a empresa Alfa, e, por que não dizer, também do coenunciador.

Analisar a construção do *éthos* discursivo tomando por base os discursos empresariais analisados permitiu verificar que o autor/locutor, na condição de enunciador, representa mais que uma imagem de si no discurso que formaliza, pois, ao se representar, não se representa pelo que é como indivíduo, mas pela soma do que é na constituição da entidade social que manifesta. Nessa acepção, trata-se de compreendê-lo como a representação de um locutor que se depreende não somente pelo que enuncia, mas também pelas modalidades de sua enunciação, pelas posturas que adota e por seu estilo.

O jornal interno *Alfalettra*, ao reforçar as atitudes que o mercado espera dos profissionais nas novas relações de trabalho, marca uma característica do veículo de comunicação interna na empresa, de não ser apenas transmissor de informação, mas também fomentador de crenças, culturas e valores: valoriza-se a

ação do indivíduo; portanto, prescrevem-se comportamentos e, por meio da busca da concordância (ou não) das pessoas, busca-se dar sentido de participação à sua subordinação.

Assim, verificamos que todo discurso é perpassado por outros discursos; quando enunciamos, estamos sempre utilizando o *outro* em nossos discursos, seja como representação do interlocutor, seja como retomada de dizeres anteriores. O que devemos ter em mente é que todo discurso proferido terá um caráter heterogêneo, ou seja, nunca será uno; sempre haverá outros discursos fundamentando, reforçando, recebendo este discurso primeiro.

Portanto, o estudo sociodiscursivo realizado permite mostrar que a presença da alteridade é própria e inerente a todos os processos de enunciação, não existindo um enunciado que seja desvinculado da influência do “outro”. Os editoriais analisados, inseridos no jornal interno da empresa Alfa, trazem consigo a dimensão da alteridade, uma vez que suas mensagens se destinam a um “outro” do discurso (o funcionário), derivado do desdobramento do “eu” enunciator.

Com este estudo, pudemos verificar como o sujeito não está, nem se constitui, sozinho no mundo; toda enunciação retoma outros dizeres; o *eu* sempre se constitui em relação ao *não-eu*, o *outro*, e este conceito pode ser visto em vários meios de comunicação interna nas empresas, como o jornal analisado objeto deste estudo. Ao fazer a interface entre a ergologia e a linguística aplicada, entendemos

residir aí uma importante contribuição para novos estudos interdisciplinares, bem como sugerimos outras pesquisas, que incluam abordagens dessas áreas que se inter-relacionam e se posicionam como propulsoras de novos olhares, mais perspicazes, a respeito de como promover o avanço da pesquisa considerando a relação linguagem e trabalho.

*Language in labor activities: the discursive ethos in business internal journal editorials*

Abstract

The central analyzes axis of this study is the relation between business discourse and language practices in labor situation contexts, especially regarding the objective of describing and analyzing the discursive ethos one gathers from business internal journal editorials. This approach was chosen because of the increasing importance of interdisciplinary studies involving Applied Linguistics and Ergology. Theoretically, in this article, language is understood as a result of human activity, of a discursive action in the world that situates us, exercising an attitude of eminence regarding the relevance it withholds in the interdisciplinary approaches related to the world of labor and, more specifically, to the contributions coming from ergology (SCHWARTZ, 1997, 2000, 2010; SCHWARTZ; DURRIVE, 2010) and the enunciative based discourse analysis – Global Semantics (MAINGUENEAU, 2001, 1984/2008a, 2008b). The methodological proceedings employed by us are inserted among qualitative analysis techniques, more specifically in the

epistemological model called indiciary method (GINZBURG, 1986). The research evidenced that the discursive *ethos*, from built scenographies, confers a particular *status* to those enunciates that place business discourses in the communication sphere in which they transit. The textual traces engender in the analyzed editorials discourses that project images of the business itself, which are formed by peculiar enunciates in the internal communication. We concluded that the enunciation scenes – englobing, generic and scenography – are particularly revealing of the discursive *ethos*, which shows itself in this gender, many times, as an asserting and regulating one, by a mediatic tone based on knowledge constituted and instituted in the organization, with a sponsor who prescribes rules and activities.

**Key words:** Language. Labor. Discursive *ethos*. Editorial. Internal journal.

## Notas

- <sup>1</sup> Por solicitação, atribuímos nome fictício à empresa.
- <sup>2</sup> Empresa solicitou anonimato. Atribuímos nome fictício.

## Referências

- AMOSSY, R. O *éthos* na interseção das disciplinas: retórica, pragmática, sociologia dos campos. In: AMOSSY, R. (Org.). *Imagens de si no discurso: a construção do éthos*. 1ª reimp. São Paulo: Contexto, 2008. p. 119-144.
- BAKHTIN, Mikhail. Os gêneros do discurso. In: \_\_\_\_\_. *Estética da criação verbal*. Trad. de Paulo Bezerra. 4. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2003. p. 261-306.
- BAKHTIN, M. (VOLOCHINOV, V. N.). 1929. *Marxismo e filosofia da linguagem*. 14. ed. Trad. de Michel Lahud e Yara Frateschi Vieira. São Paulo: Hucitec, 2010.
- CERVONI, J. *A enunciação*. Trad. de L. Garcia dos Santos. São Paulo: Ática, 1989.
- DEJOURS, C. Uma nova visão do sofrimento humano nas organizações. In: CHANLAT, J. F. (Org.). *O indivíduo na organização: dimensões esquecidas*. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1996. v. 1. p. 149-174.
- DURAFFOURG, J. O trabalho e o ponto de vista da atividade. In: SCHWARTZ, Y.; DURRIVE, L. (Org.). *Trabalho e ergologia: conversas sobre a atividade humana*. Coord., trad. e rev. técnica de Jussara Brito e Milton Athayde. 2. ed. Niterói: Eduff, 2010. p. 47-82.
- FAÏTA, D. Análise das práticas linguageiras e situações de trabalho: uma renovação metodológica imposta pelo objeto. In: SOUZA-E-SILVA, M. C. P.; FAÏTA, D. (Org.). *Linguagem e trabalho: construção de objetos de análise no Brasil e na França*. Trad. de Ines Polegatto e Décio Rocha; rev. técnica Décio Rocha. São Paulo: Cortez, 2002. p. 45-60.
- GINZBURG, C. *Mitos, emblemas, sinais: morfologia e história*. São Paulo: Cia. das Letras, 1986.
- GUÉRIN, F. et al. *Compreender o trabalho para transformá-lo: a prática da ergonomia*. São Paulo: Edgar Blücher, 2001.
- MAINGUENEAU, D. *Novas tendências em análise do discurso*. Trad. de Freda Indursky. 3. ed. Campinas, SP: Pontes; Editora da Universidade Estadual de Campinas, 1997.
- \_\_\_\_\_. *Análise de textos de comunicação*. Trad. de Cecília P. de Souza-e-Silva e Décio Rocha. São Paulo: Cortez, 2001.
- \_\_\_\_\_. (1984). *Gênese dos discursos*. Trad. de Sírio Possenti. São Paulo: Parábola Editorial, 2008a.
- \_\_\_\_\_. *Ethos, cenografia, incorporação*. In: AMOSSY, R. (Org.). *Imagens de si no discurso: a construção do ethos*. 1ª reimp. São Paulo: Contexto, 2008b. p. 69-92.
- MARCUSCHI, Luiz Antônio. Gêneros textuais: definição e funcionalidade. In: DIONÍSIO, Angela Paiva; MACHADO, Anna Ra-

- chel; BEZERRA, Maria Auxiliadora (Org.). *Gêneros textuais & ensino*. Rio de Janeiro: Lucerna, 2002. p. 19-36.
- NEVES, M. H. M. *Gramática de usos do português*. São Paulo: Unesp, 2000.
- SANT'ANNA, V.; SOUZA-E-SILVA, M. C. P. Trabalho e prescrição: aproximação ao problema a partir dos estudos da linguagem. *Matraga*, v. 14, n. 20, p. 77-99, jan./jun. 2007.
- SCHWARTZ, Y. *Travail et philosophie: convocations mutuelles*. 2. ed. Toulouse: Octarès Editions, 1992.
- \_\_\_\_\_. (Org.). *Reconnaissances du travail*. Pour une approche ergologique. Paris: PUF, 1997.
- \_\_\_\_\_. *Le paradigme ergologique ou un métier de philosophe*. Toulouse: Octarès, 2000.
- SCHWARTZ, Y. Uso de si e competência. In: SCHWARTZ, Y.; DURRIVE, L. (Org.). *Trabalho e ergologia: conversas sobre a atividade humana*. Niterói: Eduff, 2010. p. 205-221.
- SCHWARTZ, Y.; DURRIVE, L. *Travail et ergologie*. Entretiens sur l'activité humaine. Toulouse: Octarès, 2003.
- \_\_\_\_\_. Trabalho e uso de si. In: SCHWARTZ, Y.; DURRIVE, L. (Org.). *Trabalho e ergologia: conversas sobre a atividade humana*. Niterói: Eduff, 2010. p. 189-206.
- SENNET, R. Les failles culturelles du nouveau capitalisme. *Sciences Humaines*, n. 176, p. 38-39, nov. 2006.
- SOUZA-E-SILVA, M. C. P. A dimensão linguageira em situações de trabalho. In: SOUZA-E-SILVA, M. C. P.; FAÏTA, D. (Org.). *Linguagem e trabalho: construção de objetos de análise no Brasil e na França*. Trad. de Ines Polegatto e Décio Rocha; rev. técnica Décio Rocha. São Paulo: Cortez, 2002. p. 61-76.
- SOUZA-E-SILVA, C.; SANT'ANNA, V. L. Caminhos para a articulação entre linguagem, ergologia, trabalho e desenvolvimento. *Laboreal* (Porto. On-line), v. VI, n. 2, p. 60-65, 12-2010.
- TEIGER, C. Le travail, cet obscur objet de l'ergonomie. In: *Actes du Colloque Interdisciplinaire "Travail: recherche et prospective"* - Thème Transversal n. 1 - Concept de Travail. CNRS, PIRTEM, ENS de Lyon, 1992. p. 111-126.
- TRINQUET, P. Trabalho e educação: o método ergológico. *Revista HISTEDBR On-line*, Campinas, n. esp., p. 93-112, ago. 2010.