

Práticas de linguagem na atividade de trabalho: cenografia e ethos em discursos socioprofissionais

ERNANI CESAR DE FREITAS

Universidade de Passo Fundo (UPF)

Universidade Feevale – Novo Hamburgo (RS)

RESUMEN. El objetivo de este estudio es contribuir a la comprensión de las prácticas discursivas en las empresas tal como se manifiesta en el periódico interno de una empresa, y en el lenguaje de los profesionales que trabajan en la comunicación interna de las organizaciones. El lenguaje es entendido en este trabajo como el resultado de la actividad humana, como un acto discursivo en el mundo, que nos sitúa y que tiene una posición principal en relación con los estudios interdisciplinarios que se ocupan del mundo del trabajo, las contribuciones de la ergología (Schwartz, 1994), y del análisis del discurso con base en la enunciación (Maingueneau, 2001, 1997, 2008a, 2008b). Los procedimientos metodológicos se insertan en las técnicas del análisis cualitativo, especialmente el método indiciario (Ginzburg, 1989). La investigación mostró que el ethos discursivo está imbricado en la escenografía que constituye la enunciación, a través de la cual se instaura un sistema particular en los enunciados, los cuales permiten comprender el lenguaje como un hecho socio-histórico que se inserta en las relaciones de poder que permean la vida social.

PALABRAS CLAVE: prácticas discursivas, lenguaje en el trabajo, escenografía enunciativa, ética discursiva.

RESUMO. O objetivo geral deste estudo é contribuir para a compreensão de discursos empresariais manifestados em jornal interno de empresa e por profissionais que atuam na comunicação interna das organizações. A linguagem é aqui entendida como resultado de uma atividade humana, de um agir discursivo no mundo que nos situa, exercendo posição de destaque em relação aos estudos interdisciplinares referentes ao mundo do trabalho e às contribuições advindas da ergologia (Schwartz, 1994, 1997, 2010) e da análise do discurso de base enunciativa (Maingueneau, 2001, 1984/2008a, 2008b). Os procedimentos metodológicos inserem-se nas técnicas de análise qualitativas, em especial o método indiciário como modelo epistemológico (Ginzburg, 1989). A pesquisa evidenciou que o ethos discursivo está imbricado à cenografia constituída na enunciação através da qual se instaura um estatuto particular aos enunciados os quais permitem compreender a linguagem como fato sócio-histórico que se insere nas relações de poder que permeiam a vida social.

PALAVRAS CHAVE: Práticas discursivas, linguagem no trabalho, cenografia enunciativa, }ética discursiva.

ABSTRACT. The aim of this study is to contribute to the understanding of discourse practices in corporations as seen through the internal company newspaper and the language of professionals who work in the internal communication of organizations. Language is understood here as the result of human activity in the world, as a discourse act that situates us and which has a fundamental role with respect to interdisciplinary studies that focus on the world of language from an ergological perspective (Schwartz, 1994, 1997, 2010) and discourse analysis based on enunciation (Maingueneau, 2001, 1984, 2008a, 2008b). The methodological procedures fall into the qualitative analysis techniques, particularly the evidentiary method (Ginzburg, 1989). The study showed that the discursive ethos is embedded in the scene constituted by the enunciation through which a particular status is

established by means of statements that allow us to understand language as a socio-historical fact inserted in the power relations that permeate society.

KEY WORDS: Discourse practices, language at work, enunciative scenography, discursive ethos.

Introdução

Esta pesquisa tem especial interesse, com ênfase ao seu objeto, pela relação entre o discurso empresarial e as práticas de linguagem em contextos específicos – em situação de trabalho. Tal escolha justifica-se pela necessidade de aprofundar o estudo da atividade linguageira nas organizações empresariais, considerando que a linguagem como elemento especificador da complexidade, norteadora do mundo do trabalho, integra o conjunto formado por pesquisas que, nos últimos anos, têm-se voltado para esse campo.

Do ponto de vista da teoria, 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 ergológica (Schwartz, 1994, 1995, 1997, 2010) em interface com a análise do discurso de base enunciativa (Maingueneau, 1997, 2001, 1984/2008a, 2008b).

Este trabalho se propõe a analisar discursos empresariais divulgados no âmbito da empresa ALFA¹ do ramo industrial, de grande porte, localizada na região do Vale do Sinos, importante polo coureiro-calçadista no Rio Grande do Sul, Brasil. Esses discursos empresariais são veiculados bimestralmente no jornal interno Alfaetra².

Diante desse contexto, tem-se como questão norteadora: os discursos empresariais em situações de trabalho possibilitam identificar e descrever o ethos discursivo presente nos textos publicados no jornal Alfaetra da empresa ALFA. Sendo assim, o objetivo geral deste estudo consiste em contribuir para o conhecimento e a compreensão dos discursos socioprofissionais, mais especificamente de natureza empresarial, manifestados em jornal interno de empresa e por profissionais que atuam na comunicação interna das organizações, na instância das pesquisas relativas ao tema linguagem e trabalho.

Os *corpora* de pesquisa foram assim constituídos: a) duas entrevistas semiestruturadas, realizadas com funcionárias assessoras que atuam no âmbito da Comunicação Interna da empresa Alfa; b) três exemplares do jornal interno Alfaetra (fev. 2008, fev. 2009, e jan./fev. 2010), cuja seleção ocorreu aleatoriamente, visto que todos os exemplares publicados, no período compreendido entre os meses de fevereiro de 2008 e fevereiro de 2010, possuem estrutura e organização semelhantes em suas editorias, porém não em relação aos discursos divulgados. A metodologia na qual se ampara este artigo pauta-se na pesquisa qualitativa desenvolvida com base no paradigma indiciário de Ginzburg (1989), modelo epistemológico atualmente utilizado em muitas pesquisas qualitativas no âmbito das ciências humanas.

Este artigo está estruturado da seguinte maneira: inicialmente, apresenta-se a fundamentação teórica que dá sustentação à pesquisa; na sequência, consta a metodologia empregada. Posteriormente, faz-se a análise com base

nos procedimentos metodológicos que orientaram o estudo; por último, são tecidas as considerações finais.

1. *Linguagem e trabalho: ergonomia da atividade e ergologia*

O importante papel da linguística frente à tarefa de se pensar sobre o trabalho e tecer considerações entre linguagem e trabalho são salientados por Souza-e-Silva (2004), pelo fato de estudiosos de diversas áreas (filósofos, sociólogos etc.) estarem divulgando a crescente relevância do escrito nas organizações e estarem também mais atentos ao grande valor das atividades linguageiras que tecem o dia-a-dia do mundo do trabalho.

Os trabalhos da ergonomia francesa e de uma corrente dela derivada – análise do trabalho – apontam as diferenças essenciais entre o *trabalho prescrito* e o *trabalho real*. O primeiro se refere aos documentos que instruem, ensinam, aconselham etc o trabalho a ser realizado. Instituições ou empresas os produzem anteriormente à realização efetiva do trabalho para representar o que deve (ou não) e como deve ser feito. Já o segundo se refere ao trabalho em situação concreta e às suas características efetivas, isto é, às tarefas executadas pelos trabalhadores. A ergonomia contemporânea objetiva, além de revelar as diferenças entre o trabalho prescrito e o real, descobrir características do trabalho real que são generalizadamente desconhecidas.

Isso nos leva a pensar na importância da comunicação interna como instrumento para minimizar possíveis falhas neste processo. Muitas vezes a tarefa é prescrita na linguagem do planejador, do administrador, e o operador ao realizá-la procede a sua decodificação, usando o seu próprio banco de dados (crenças, valores, conhecimento, cultura, experiências de outras tarefas etc). Segundo Souza-e-Silva (2004), a análise do trabalho implica na condição de que o pesquisador se interesse pelos diálogos estabelecidos não só como objeto, mas como método de pesquisa.

Uma das perspectivas teóricas relacionadas ao estudo sobre o trabalho que traz contribuições relevantes à dimensão da singularidade é a Ergologia. O filósofo francês Yves Schwartz destaca que o exercício profissional, independente de qual seja ele, não é o campo por excelência do mecânico e do repetitivo, pois mobiliza escolhas e dramas particulares (Schwartz, 2010). Nesse sentido, “a atividade de trabalho é lugar de investimento subjetivo; uma enigmática alquimia humana aí se dá” (Teixeira, 2010: 46).

É em torno dessas ideias que Schwartz (1997, 2010) desenvolve, há mais de 20 anos, a perspectiva ergológica de estudos sobre a atividade de trabalho, prioritariamente voltada para a inevitável implicação da subjetividade no exercício profissional. Para o autor, a realização de qualquer tarefa passa por uma dialética de *uso de si, uso de si por si e uso de si pelo(s) outro(s)*.

O trabalho é *uso de si por si*, uma vez 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 parte 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.

De acordo com essa perspectiva teórica, a tarefa corresponde às normas e regras que são prescritas ao trabalhador (normas antecedentes) e a

atividade seria a realização (renormalizações) dessas tarefas. Porém, não há uma relação direta entre essas duas dimensões, ou seja, existem muitas lacunas entre o que é prescrito e o real. Portanto, observa-se o constante embate entre as “normas antecedentes” e as “renormalizações” (Schwartz, 2010).

2. *Semântica global e práticas de linguagem*

Ao assumir que o discurso é regulado por uma semântica global, Maingueneau (1984/2008a) 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. “Maingueneau assume a perspectiva de que discurso e instituições se articulam através de um sistema de restrições semânticas comum, postulando, portanto, a existência de uma mesma rede que rege semanticamente diversas instâncias da prática discursiva – instituição, enunciadores, ritos genéticos, enunciação, difusão e consumo” (Mussalim, 2008: 70).

Trabalhar com base na hipótese da Semântica Global (Maingueneau, 1984/2008a) pressupõe uma compreensão acurada em relação à constituição do *corpus*. “Pois, ao selecionar diferentes planos do discurso (vocabulário, arranjos argumentativos, ethos, dêixis discursiva), o analista não pode deixar de considerar as especificidades e restrições dos gêneros discursivos e também a relação entre enunciado e enunciação” (Silva, 2006: 28). Diz respeito, portanto, a uma atenta articulação entre diferentes formas de entrada no *corpus*, pois todos os campos dos discursos são considerados passíveis de análise, não existindo mais lugar para uma oposição entre *superfície* e *profundez*a (Maingueneau, 1984/2008a: 22).

Com atenção ao nosso objetivo e pautado na hipótese da Semântica Global (Maingueneau, 1984/2008a), selecionamos as dimensões que privilegiam a heterogeneidade enunciativa, o estatuto dos parceiros, a dêixis enunciativa, e o modo de enunciação, discutidos em nossa análise a partir dos conceitos e pressupostos de cenografia e de ethos (Maingueneau, 1997, 2001, 1984/2008a). Desse modo, a semântica global que rege os discursos que circulam no interior do jornal interno Alfa letra determina um conjunto de *práticas* para esse posicionamento.

2.1. CENOGRAFIA, ETHOS E DISCURSO: OS “LUGARES” DE ENUNCIÇÃO

Partimos da hipótese de que todo discurso constrói um quadro enunciativo. De acordo com Maingueneau (1997: 75), “o enunciador não é um ponto de origem estável que se ‘expressaria’ dessa ou daquela maneira”, ele está inserido em uma determinada ‘cena enunciativa’ e é a partir desse ‘lugar’ que o fiador assume um *modo de enunciação*, ou seja, um ethos. Portanto, para Maingueneau, na Análise do Discurso, o ethos é concebido como parte constitutiva da cena de enunciação e não como uma simples estratégia persuasiva.

Na cadeia de comunicação entre a organização e seus interlocutores, as marcas do enunciado constroem a *imagem da organização* (neste texto, entende-

se “imagem” como ethos construído discursivamente nos textos veiculados no jornal interno Alfalettra). Assim, o discurso dos gestores procura incentivar o comprometimento dos empregados com as metas e objetivos organizacionais. O discurso sempre esteve presente nos sistemas administrativos, com mais ênfase no relacionamento da empresa com as pessoas, ou seja, através da interação verbal. Segundo Amossy (2008: 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”.

A cenografia pode ser definida como um correlato da própria enunciação, pois é esta última que “ao se desenvolver esforça-se por constituir progressivamente o seu próprio dispositivo de fala” (Maingueneau, 1997: 87). A enunciação leva o quadro cênico (cena englobante e cena genérica) a se deslocar para um segundo plano, pois quando um texto apresenta uma cenografia, é por meio dela que esse texto se “mostra” ou se “dá a conhecer” a seu coenunciador.

Uma das formas de acesso aos investimentos cenográficos de um texto é por intermédio do que Maingueneau (1997) chama de *dêixis discursiva*, instaurada *na e pela* enunciação. Análoga à *dêixis linguística* (EU ↔ TU – AQUI – AGORA), que define referências espaciotemporais, a *dêixis discursiva* possui a mesma função, porém manifesta-se em um nível do universo de sentido, de uma formação discursiva, construído *na e pela* enunciação. Esse conceito define então referências a três registros interdependentes: uma *locução* (locutor e destinatário), uma *topografia* (espaço) e uma *cronografia discursivas* (tempo). Diante dessa inter-relação, temos que toda enunciação se produz no interior de um já-dito, em relação dialógica com outros discursos.

Relacionado à noção de cenografia, há o conceito de ethos entendido por Maingueneau (1997, 2001) como uma das formas de investimento discursivo produzido *na e pela* enunciação. Segundo Maingueneau, o ethos constitui-se como um dos planos da cenografia. Para o autor, “todo enunciado, oral ou escrito, procede de um enunciador encarnado, uma voz que dá sustentação ao texto – a voz de um sujeito situado para além do texto” (Maingueneau, 2001: 95).

A noção de ethos, conforme proposta por Maingueneau (1997, 2001, 2008b), possibilita um estudo da(s) instância(s) subjetiva(s) envolvida(s) na enunciação. É pelo próprio ato de enunciar que o enunciador constrói a legitimidade de sua enunciação, revelando por intermédio mesmo da enunciação um *caráter* e uma *corporalidade*, isto é, pode-se afirmar que a *maneira de dizer* revela uma *maneira de ser* do enunciador. É necessário esclarecer que Maingueneau ao se referir à figura do enunciador o faz dissociando-o da pessoa empírica que enuncia, isto é, o autor se refere a um ser de discurso que se institui por intermédio do próprio discurso. A noção de ethos então permite identificar esse ser de discurso pelas características que demonstra. O “caráter” corresponde a uma gama de traços psicológicos, já a “corporalidade” corresponde a uma compleição corporal e a uma maneira de se vestir e de se movimentar no espaço social (Maingueneau, 1997).

3. Procedimentos metodológicos e corpora

Constituímos, neste estudo, uma proposta interdisciplinar de análise que se ampara no modelo epistemológico discutido por Ginzburg (1989), denominado paradigma indiciário, em interface com os pressupostos teóricos que estão consubstanciados na Ergologia (Schwartz, 1997, 2000, 2010) e na análise do discurso de base enunciativa – cenografia e ethos (Maingueneau, 1984/2008a, 2008b).

O paradigma indiciário é um modelo epistemológico atualmente utilizado em muitas pesquisas qualitativas, que, segundo Ginzburg (1989), emergiu no âmbito das ciências humanas no final do século XIX. O paradigma indiciário remete “[...] a um modelo epistemológico comum, articulado em disciplinas diferentes, muitas vezes ligadas entre si pelo empréstimo de métodos ou termos-chave” (Ginzburg, 1989: 170).

O ponto essencial desse paradigma pode ser resumido na seguinte frase: “se a realidade é opaca, existem zonas privilegiadas – sinais, indícios – que permitem decifrá-la” (Ginzburg, 1989: 177). Conforme esse autor (1989: 152), o paradigma indiciário se traduz em “um saber de tipo venatório”, caracterizado pela capacidade de, a partir de dados aparentemente irrelevantes, descrever uma realidade complexa que não seria cientificamente experimentável. Pode-se acrescentar que esses dados são sempre dispostos pelo observador [um caçador, p.ex.] de modo tal que possa se traduzir numa sequência narrativa, cuja formulação mais simples poderia ser “alguém passou por aqui”.

Na análise deste estudo, o paradigma indiciário constitui-se no conjunto de pistas/marcas linguístico-discursivas que são visíveis na superfície dos *corpora de pesquisa* - entrevistas e exemplares do jornal interno Alfalettra - bem como nos sentidos construídos na cenografia enunciativa e no ethos presentes nos discursos analisados, tendo como marco teórico principal os estudos de Schwartz (1997, 2010) e os de Maingueneau (1984/2008a, 2008b).

No estudo dos discursos empresariais divulgados no jornal interno Alfalettra, e também através do conteúdo das entrevistas, buscamos analisar as pistas que conduzem à elaboração da cenografia enunciativa e do ethos manifestados nesses posicionamentos discursivos. Nesse tipo de análise, os dados constituem o principal aspecto da pesquisa. Previamente ao delineamento dos *corpora de pesquisa* utilizados, para fins deste artigo, apresentamos breve caracterização da empresa Alfa, na qual desenvolvemos o estudo sobre o jornal interno Alfalettra.

3.1. CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA E DO JORNAL INTERNO

As informações sobre a empresa objeto deste estudo foram obtidas no *site* do Grupo Beta (2010), no entanto sem revelar nominalmente a fonte em seu detalhamento, em virtude de nos referir de maneira fictícia ao nome e à razão social, conforme acordado com os interlocutores na Organização.

O grupo empresarial Beta, de natureza familiar, atua na indústria coureiro-calçadista, que, em 2010, completou 65 anos de existência. Hoje é formado por várias empresas e negócios: indústria de calçados, fazendas, empreendimentos imobiliários, administradora de cartões de crédito, além de administrar várias marcas de produtos, vinculadas ao Grupo. Esse Grupo possui sede no Rio Grande do Sul, na cidade Sapiranga, localizado na região

do Vale do Sinos, importante polo coureiro-calçadista nacional. Possui unidades em mais de 13 estados do Brasil e na Argentina. O Grupo mantém aproximadamente 18.000 funcionários e cerca de 5.000 colaboradores indiretos.

A empresa Alfa, Unidade Calçados-Varejo, integrante do Grupo Beta, situa-se em Porto Alegre (RS), tem a maior rede de lojas no RS (Rede Alfa³) e em expansão pelo Brasil. Essa empresa conta com 2.217 profissionais na região Sul do Brasil, dos quais 450 são lotados na administração, Logística e Operação do Cartão de Crédito Alfa, em Porto Alegre (RS). Nas regiões Sudeste e Nordeste, existem 2.159 profissionais. Há, portanto, 4.376 profissionais no Varejo, são 138 lojas no Brasil que detêm as bandeiras Alfa, Gasalfa, Alfa Esportes e Espoalfa⁴.

O jornal interno Alfaetra completou 13 anos de existência, no mês de outubro de 2010. Esse veículo de comunicação interna da empresa Alfa é editado bimestralmente com tiragem de 2.600 exemplares, cuja distribuição é direcionada para os funcionários das áreas administrativas e das lojas que compõem a Empresa. Na empresa Alfa existe uma equipe específica que se ocupa da Comunicação Interna, responsável pela organização do jornal interno Alfaetra, que é vinculada hierarquicamente à Gerência de Recursos Humanos (RH). Essa equipe recebe assessoria de empresa de Endomarketing, para fins de projeto e execução do referido jornal interno.

3.2. CORPORA DE PESQUISA

Os *corpora* de pesquisa foram constituídos e analisados conforme a seguinte ordenação: a) reuniões feitas com a assessora responsável pelo jornal Alfaetra, com a finalidade de compreender o contexto em que se situa e se desenvolve a concepção, organização e publicação desse jornal interno de empresa; b) entrevista semiestruturada feita com duas funcionárias assessoras (nomes fictícios Ana e Bia, respectivamente), que atuam no âmbito da Comunicação Interna, da empresa Alfa, responsáveis pela organização e publicação do jornal interno Alfaetra, uma das quais já fora entrevistada inicialmente conforme relatado no item a. As questões que integraram o formulário da entrevista basearam-se no roteiro criado por Arouca, Arouche e Mello (1998). Ressaltamos que essas entrevistas não se constituíram na principal técnica de coleta de dados, mas foram importantes como material empírico de apoio à pesquisa desenvolvida neste estudo, visto que auxiliaram no sentido de desenvolver possíveis respostas à questão norteadora apresentada na introdução deste artigo; c) três exemplares do jornal interno Alfaetra (fev. 2008, fev. 2009, e jan./fev. 2010), cuja seleção ocorreu aleatoriamente, visto que todos os exemplares publicados, no período compreendido entre os meses de fevereiro de 2008 e fevereiro de 2010, possuem estrutura e organização semelhantes em suas editorias, porém não em relação aos discursos divulgados.

Diante da materialidade linguístico-discursiva obtida nas duas entrevistas realizadas, selecionamos as questões respondidas que se revelaram mais significativas em termos de análise, inclusive porque julgamos suficiente esse recorte, que mostrou um conjunto de informações relevantes, no sentido de atender ao objetivo proposto, e também pela necessidade de estabelecer limites de abrangência do texto produzido neste trabalho. As respostas

analisadas na seção 4 (Análise e Resultados) correspondem às seguintes questões formuladas: pergunta 2: Você poderia relatar como tem sido sua experiência na Comunicação Interna - no jornal Alfalettra?; perguntas 5 e 6: Qual a importância do prescrito em um jornal interno de empresa como o Alfalettra? e Você acredita que os prescritos têm a força de modificar comportamentos funcionais dos colaboradores? Em que sentido?

A respeito das entrevistas, destacamos que houve respeito à subjetividade dos depoimentos em cada entrevista, todavia analisamos os enunciados/discursos mediante a manifestação da subjetividade do pesquisador, autor deste trabalho, considerando-se que a própria subjetividade de um *eu* instaura um *tu* subjetivo correspondente na enunciação, que, em uma última instância, provoca a intersubjetividade (Benveniste, 1966/1995).

A partir das entrevistas realizadas, foi possível analisar o debate entre as normas antecedentes e as renormalizações (Schwartz, 1997, 2010). As pistas do real da atividade foram obtidas através das entrevistas, momento em que as assessoras de comunicação interna se posicionaram sobre o trabalho realizado. Já para descrever a cenografia enunciativa e a construção do ethos discursivo, constatados no jornal interno analisado, o percurso procedimental realizou-se através de indícios da superfície discursiva (materialidade linguística) que foram considerados como relevantes para sua caracterização, considerando-se a regularidade desses indícios a partir das instâncias de enunciação (Maingueneau, 1984/2008a): estatuto do enunciador e do coenunciador, dêixis enunciativa e o modo de enunciação. Apresentamos na sequência a análise dos resultados obtidos na pesquisa realizada.

4. *Análise e resultados*

Estabelecemos aqui uma relação entre conteúdos selecionados através de recortes discursivos considerados, por nós, como mais significativos e alguns dos principais pressupostos teóricos, em interface, da Ergologia (*operacionalização de saberes* - normas antecedentes e renormalizações; *o trabalho e o uso de si*) e da Semântica Global (*cenografia enunciativa* e *ethos discursivo*).

Inicialmente, analisamos a pergunta 2: Você poderia relatar como tem sido sua experiência na Comunicação Interna - no jornal Alfalettra? Nessa questão, solicitamos às entrevistadas que relatassem sua experiência na Comunicação Interna na empresa Alfa a partir da atividade de trabalho realizada junto ao jornal.

Destacamos alguns depoimentos que mais se relacionam com os propósitos deste estudo. A assessora Ana comentou:

“minha experiência tem sido ótima. É interessante poder ver os movimentos da empresa expressos neste periódico. A produção do Jornal traz um envolvimento que o leitor não acompanha e neste campo – dos bastidores – é que por vezes a experiência não é tão satisfatória. Conciliar os diferentes *tempos e ritmos*, da [Empresa], das fontes e das empresas envolvidas na produção – agência de endomarketing e gráfica, acaba trazendo algumas *tensões*. Contudo faz parte e são administráveis! (grifo nosso)”.

A partir do que comentou a entrevistada Ana, em relação a *tempos, ritmos e tensões*, recuperamos aqui a noção de que o trabalho é *uso de si*, na Ergologia, o que 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” (Duraffourg e Durrive, 2010: 53). “Toda ‘aplicação’ de princípios técnico-científicos é sempre, em parte, uma reinvenção local, e toda atividade de trabalho é sempre, mais ou menos, uma ‘dramática do uso de si’, situada entre estas normas antecedentes e a necessidade de dar-se a si mesmo normas, aí onde as primeiras são ‘inacabadas’” (Schwartz, 2003: 26). Nesse mesmo sentido, situa-se a fala de Trinquet (2010: 109): “cada indivíduo tem maneiras diferentes de avaliar uma situação. E essas maneiras pessoais remetem, inicialmente, aos objetivos e imperativos que lhe são atribuídos, mais ou menos implicitamente, pelos outros”.

Ainda, ao se referir a “conciliar os diferentes tempos e ritmos”, verificamos que o discurso da assessora Ana situa-se em uma *déixis enunciativa espaciotemporal*⁵, ou seja, enfatizou-se não o tempo cronológico, mas aquele fluido, da mobilidade e da dinâmica organizacionais em que os atores, os sujeitos organizacionais, estão imersos. A *déixis enunciativa* é instaurada em cada ato de enunciação e refere-se à representação espaciotemporal que cada discurso constrói em função de seu universo discursivo (Maingueneau, 1984/2008a).

Por sua vez, Bia, outra assessora entrevistada, ressaltou:

“o fato de *ele* (o jornal) ser resultante de um desdobramento estratégico de um Plano de Comunicação maior - buscando gerar *alinhamento* entre a empresa e o público - é algo que tem sido muito gratificante de estar realizando profissionalmente” (grifo nosso).

Com base nesse depoimento, percebemos que a referência a *alinhamento* entre a empresa e o público remete à prescrição⁶ no trabalho. O trabalho prescrito pressupõe um conjunto de condições e exigências a partir das quais a tarefa deverá ser realizada, e inclui tanto as condições determinantes de uma situação de trabalho (ambiente físico, matéria-prima, equipamentos etc.) quanto as prescrições (normas, ordens, manuais, metas e objetivos, resultados a serem obtidos etc). O enfoque ergológico critica as abordagens que consideram o trabalho como uma mera execução de uma prescrição, dos procedimentos estabelecidos, como se existisse uma divisão transparente entre os que planejam e os que executam dada tarefa (Schwartz, 1997).

Na sequência, indagamos sobre a importância do prescrito em um jornal interno de empresa como o Alfaetra, e se as assessoras entrevistadas acreditavam que esses prescritos têm a força de modificar comportamentos funcionais dos colaboradores. Esse questionamento desdobrou-se em duas perguntas: 5 e 6 do formulário da entrevista: Qual a importância do prescrito em um jornal interno de empresa como o Alfaetra? e Você acredita que os

prescritos têm a força de modificar comportamentos funcionais dos colaboradores? Em que sentido?

Passemos a alguns recortes dos depoimentos das entrevistadas (conforme constam nos boxes seguintes), pois se configuram como essenciais para a análise que realizamos. A entrevistada Ana destacou:

“toda a importância. [...] Estrategicamente, por ser o canal oficial mais antigo, foi escolhido para quase que ser o *porta-voz* de todo um projeto de ampliação e aproximação do ‘novo’ modelo de comunicação da empresa com sua equipe de profissionais”. Disse ainda: “na prática, partimos das notícias, dos fatos que acontecem, e para incluir a matéria no jornal, associamos o conteúdo ‘do aconteceu’ a um *reforço do prescrito*, passando a mensagem a partir de exemplos práticos que os próprios colegas já empregam. Assim, buscamos que esta influência nos leve a um maior *alinhamento de práticas, condutas e comportamentos* dentro da organização” (grifo nosso).

A partir deste comentário da assessora Ana, pode-se dizer que temos aí uma prescrição ao modo de pensar, que é moldado pelos referenciais normativos da empresa Alfa. “Ao conjunto de prescrições, descendentes e ascendentes, e à ausência de prescrições, é importante acrescentar aquelas designadas como prescrições sobre o ‘modo de pensar’” (Sant’Anna e Souza-e-Silva, 2007: 85)⁷.

Esse “modo de pensar”, a nosso ver, está relacionado ao comentário da entrevistada ao enfatizar “alinhamento de práticas, condutas e comportamentos dentro da organização”, pois, “para incluir a matéria no jornal, associamos o conteúdo ‘do Aconteceu’ a um *reforço do prescrito*, passando a mensagem mediante a menção de exemplos práticos que os próprios colegas já empregam”. Vejamos mais detalhadamente esse contexto de exemplo prático (editorial “*De cara nova*”, jan./fev. 2010, n. 104: 6) através do texto que tem como título:

“*Alfa⁸ Esportes abre as portas no mundo virtual*”, e a seguinte mensagem: “*Em março a Alfa ganhará uma nova loja. Desta vez, o Brasil inteiro vai poder acompanhar a abertura da filial, já que sua sede é o mundo virtual*”. “*Ao investir neste mercado, a Alfa reafirma seu espírito inovador, alinhando-se às grandes empresas estabelecidas na internet*”, avalia o Analista da Web, Antonio Rubens⁹.

Dessa maneira, ao se considerarem “exemplos práticos”, relaciona-se, no campo do trabalho, à polaridade *uso de si* (Schwartz, 1997), mais especificamente ao *uso de si por outros*, pois esses saberes práticos e da experiência dos trabalhadores são referenciais que legitimariam o discurso do enunciador no jornal Alfa. “O destinatário não é somente um consumidor de ‘ideias’. Ele acede a uma ‘maneira de ser’ através de uma ‘maneira de dizer’” (Maingueneau, 1984/2008a: 94). Nesse sentido, verificamos a construção de uma cenografia enunciativa que emoldura um ethos discursivo: inter-relaciona-se no discurso que a empresa Alfa detém conhecimentos e tecnologia, aspectos esses que constituem uma cenografia

que caracterizam essa empresa como organização ativa e dinâmica, cujo ethos decorrente é de empresa inovadora, atenta e ágil diante do que acontece no seu ambiente competitivo.

A entrevistada Bia, por sua vez, manifestou-se da seguinte maneira ao ser questionada sobre a importância do prescrito em um jornal interno de empresa e sobre a crença que teriam os prescritos para modificar comportamentos funcionais dos colaboradores:

“*não exatamente modificar, mas sim inspirar, provocar e com isto promover adesão, aproximação ou mesmo rejeição e distanciamento.*”

O prescrito funciona como um catalisador, como um agente cujo resultado depende dos outros elementos e componentes. Considera-se salutar que haja clareza e que se criem espaços e mecânicas de expressão do prescrito. Com isto atendido, entendemos que necessariamente se passe por um *processo dialético* e este sim gera modificações (Schwartz, 1997). De forma complementar ao depoimento da entrevistada Bia, a assessora Ana ainda posicionou-se do seguinte modo:

“como entendemos e formatamos [o Jornal] a partir de um desdobramento do Plano de Comunicação, ele está completamente *orientado em função do prescrito*. Ou seja, no nosso caso ele é fundamental e de onde “tudo” parte. Por exemplo, os elementos da cultura e da estratégia que precisam ser trabalhados é que determinaram o tipo de editorias fixas que temos, seu conteúdo e orientação de discurso. Assim, *o prescrito* não é só aplicado literalmente, mas *está presente de forma indireta e implícita* em todas as mensagens.

Com base nesse depoimento da entrevistada Ana, identificamos que a cenografia constituída nesse enunciado busca legitimar o discurso da assessora Bia, legitimando-o como pertinente ao que é prescrito pelo Plano de Comunicação da empresa Alfa. A cenografia “[...] legitima um enunciado, que por sua vez, deve legitimá-la, estabelecendo que essa cenografia onde nasce a fala é precisamente a cenografia exigida para enunciar como convém” (Maingueneau, 2001: 87-88).

Ainda com base nos posicionamentos das duas entrevistadas quanto ao trabalho prescrito que normatiza (normas antecedentes) a elaboração do jornal interno Alfalettra, constatamos existir analogia entre o teor dos depoimentos feitos pelas assessoras com a releitura de Schwartz (1997, 2000) sobre a Ergonomia da Atividade, em especial ao que se entende por trabalho prescrito e trabalho real. Nesse sentido, Schwartz¹⁰ (1997, 2000) propõe a atividade de trabalho como “uma dramática que envolve negociação entre normas antecedentes e heterodeterminadas e renormalizações, que decorrem de investimentos singulares inerentes a microescolhas dos profissionais de não importa qual ofício”. Desse modo, Schwartz (1997) reafirma e aprofunda a compreensão da defasagem entre a instância que organiza (dimensão do *dizer*) e que atua (dimensão do *fazer*), que faz com que algo sempre escape à predeterminação, à antecipação daqueles que planejam.

Partindo para o segundo momento desta análise, realizamos a análise de três exemplares do jornal interno Alfalettra (fev. 2008, fev. 2009, e jan./fev. 2010) mediante a transcrição de segmentos discursivos, em boxes específicos, conforme dispostos na sequência:

- | |
|--|
| (1) Depois da experiência de sucesso na indústria, o Programa (OLA) agora dá seus primeiros passos no Varejo. A proposta básica é tornar o ambiente mais produtivo e socialmente agradável, proporcionando assim uma maior qualidade de vida e de trabalho para todos (fev., 2008, p. 3, grifo nosso). |
| (2) 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 (fev. 2009, p. 2, grifo nosso). |
| (3) [...] 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 (fev., 2009, p. 2, grifo nosso). |
| (4) 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 [...] (jan./fev., 2010, p. 2, grifo nosso). |

Através da análise das instâncias de enunciador e de coenunciador (Maingueneau, 1984/2008a) nesses excertos discursivos, verifica-se a construção de uma imagem recorrente que é construída: a do *time*, a da *equipe*. Nessa imagem de time unido e de equipe, os colaboradores cultivam ambiente de trabalho produtivo e agradável e, assim, ocupam posição estratégica no “jogo”, através do que se propicia relacionamento duradouro com clientes. Verificamos que essa cenografia é moldada/prescrita como se tal 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 através de atendimento de excelência. Sendo assim, supera resultados e se destaca nacionalmente no segmento econômico em que atua. Os itens lexicais *sucesso*, *qualidade de vida*, *atendimento de excelência*, *time unido*, *seleção*, *posição estratégica*, *resultados*, no contexto discursivo, possibilitam estabelecer relações de sentido que constroem o ethos que se depreende mediante a cenografia enunciativa que é levada a efeito: ethos de empresa “cuidadora, zelosa, socialmente responsável, competitiva”.

Diante de tal cenário, 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 ethos 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 eficaz.

As marcas das relações entre as pessoas¹¹ do discurso (NÓS= eu + você) mostram uma ideia de que *interesses comuns, harmonia, satisfação, sintonia total e entrosamento* são características marcantes do empírico na empresa. Assim, estar comprometido é estar satisfeito, logo, *responsabilidade, organização, qualificação e competência, superação* são padrões que podem ser facilmente atingidos. Esses atributos 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 empresa. A “situação de enunciação’ [...] constitui um sistema de *posições abstratas* sob os quais repousa a atividade enunciativa, cujos enunciados trazem múltiplos traços, em particular os elementos dêiticos” (Maingueneau, 2010: 202, grifo do autor).

Assim, “ao inventariar as marcas que identificariam o ethos 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” (Sant’Anna, 1998: 284). Desse modo, mediante esse tom, essa vocalidade, o caráter e a corporalidade que se constroem discursivamente afetam tanto a imagem do enunciador e do coenunciador, 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, orgulho, desempenho, relacionamento etc.*” (Sant’Anna, 1998: 284).

Percebemos, portanto, que a autoridade relativa do enunciador provém de projeções do ethos que são apresentadas no discurso, a do *time/equipe* eficaz, *da seleção que ganha o jogo*, pois se constata imagens de si construídas pelo dizer que revelam uma maneira de ser da empresa. Tais imagens significam e ressignificam, a todo instante, valores como *união, competição, qualidade e excelência* dos serviços. Verificamos, então, que o *status* institucional do autor/locutor do texto, como ser no mundo, e a construção verbal do locutor/enunciador, 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 (Maingueneau, 2008b, 2008c).

Consideramos, desse modo, que o ethos discursivo e a eficácia da palavra não se caracterizam nem puramente exterior (institucional) nem puramente interna (linguagreira). Ela acontece simultaneamente em diferentes níveis. Não se pode separar ethos discursivo da posição institucional do locutor, nem dissociar totalmente interlocução da interação social como troca simbólica. Esse ethos discursivo é intrínseco à cenografia enunciativa, porque está ancorado em (1) e (5) numa perspectiva de “cena validada”, por exemplo:

(1) “Depois da experiência de sucesso na indústria, o Programa (OLA) agora dá seus primeiros passos no Varejo », e ainda, (5) “nossa empresa está há mais de meio século no mercado, sendo referência de tradição, solidez e qualidade” .

As cenas validadas nesses discursos são “experiência de sucesso do Programa (OLA) na indústria” e “presença da empresa no mercado há mais de meio século”. Essas expressões mencionadas podem ser entendidas como ethos dito, “por que vai além da referência direta do enunciador a sua própria pessoa ou a sua própria maneira de enunciar” (Maingueneau, 2008b: 80), pois essa cena marcada na enunciação é uma *cena validada*, em que “‘validada’ significa ‘já instalada na memória coletiva¹², seja como antimodelo, seja como modelo valorizado. A ‘cena validada’ fixa-se facilmente em representações estereotipadas popularizadas pelo iconografia” (Maingueneau, 2008b: 81).

Nos segmentos discursivos acima destacados (1 e 5), constatamos que a excelência no trabalho, que representa o alcance do padrão de qualidade, é resultado da repetição da regra/procedimento daquilo que foi apresentado em eventos como treinamentos, palestras, pronunciamentos da diretoria, depoimentos de supervisores e de funcionários. Nas relações de trabalho, Sant’Anna e Souza-e-Silva (2007: 80) criticam que “as normas passam a receber uma formalização específica” com a finalidade 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, podemos compreender 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 humana, em tempo real. Trabalhar é gerir, sustenta Schwartz” (Trinquet, 2010: 107).

Verificamos que os discursos empresariais divulgados no jornal interno Alfalettra, na atividade de trabalho, inter-relacionam-se com os saberes acadêmicos ou instituídos e com os saberes práticos ou investidos (Schwartz, 1997). “O polo dos saberes constituídos refere-se a todo conjunto de prescrições e normas que se encontram antes da realização do trabalho, a tudo aquilo que é formalizado, ensinado e consultado, sob diversos suportes: livros, manuais, organogramas e, ainda, softwares, computadores, novas instalações etc” (Souza-e-Silva¹³, *no prelo*: 13). Esse conjunto, que constitui o que se denomina normas antecedentes, contempla todas as prescrições a que estão sujeitos os trabalhadores, no caso os funcionários da empresa Alfa, público-alvo do jornal interno Alfalettra.

A gestão da atividade pelo trabalhador, o polo do trabalho, é considerada como *uso de si*, porque “não existe execução, mas uso (Schwartz e Durrive, 2010: 194). Esse terceiro polo é considerado o mais complexo, de mais difícil entendimento, pois implica estabelecer articulação entre os saberes constituídos e os saberes investidos, o que se caracteriza como uma “dramática do uso de si”, ou seja, “como gestão dos valores subjacente às escolhas, decisões a serem tomadas no cotidiano a partir de imperativos diferentes, gestão de imprevistos, gestão de relações sociais, gestão de crises também e, finalmente, gestão de si – dessa entidade em parte opaca ao

próprio ser humano que faz a experiência de si mesmo por meio da atividade laboriosa¹⁴⁹.

Além disso, por meio de processo injuntivo, que neste jornal interno se concretiza tanto pela modalidade deôntica – *fazer [...] é o desafio (2); deve(m) estar (3); é fundamental que tenhamos [...] (3)* - quanto pela epistêmica - *a proposta básica é tornar o ambiente (1); acreditamos que as lojas (3); é fundamental que tenhamos (3)*; - o enunciador normaliza a ação ao expressar um saber que leva o interlocutor a aderir a esse discurso, aceitando-o como verdadeiro. A injunção suscita o dizer e, também, o fazer; não é reversível, emana daquele que se encontra em posição de aconselhar/ordenar; ao que recebe a dica/conselho/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 devessem subordinar-se e obedecer” (Sennet, 2006), desvalorizando-se e apagando a experiência.

Reiteramos, por fim, o resultado dos comentários precedentes: a posição institucional do locutor e o grau de legitimidade que ela lhe confere contribuem para suscitar imagem prévia, a partir da inter-relação entre os saberes instituídos na atividade de trabalho na qual se estabelecem cenografias e consequentes imagens prévias do locutor (a empresa Alfa). Pois, “o ethos discursivo mantém relação estreita com a *imagem prévia* que o auditório pode ter do orador ou, pelo menos, com a idéia que este faz do modo como seus alocutários o percebem” (Charaudeau e Maingueneau, 2008: 221). A representação da pessoa do locutor anterior a sua tomada de turno – às vezes denominada de *ethos prévio* ou *pré-discursivo* – “está frequentemente no fundamento da imagem que ele constrói em seu discurso: com efeito, ele tenta consolidá-la, retificá-la, retrabalhá-la ou atenuá-la” (2008: 221). Todavia, esses autores comentam que essa noção permanece problemática, porque extradiscursiva, sendo assim, precisa ser adotada com diversas precauções.

Considerações finais

O jornal interno Alfaetra, 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 fomentadores de crenças, culturas e valores: valoriza-se a ação do indivíduo, portanto prescrevem-se comportamentos e, por meio da busca da concordância e da adesão das pessoas, busca-se dar sentido de participação à sua subordinação.

As dicas, as explicações, nesses casos, não se caracterizam apenas como uma injunção a fazer, que é emitida pela hierarquia responsável pelo trabalho, mas adquire caráter de autoridade a partir do momento em que o leitor do jornal interno se coloca na posição de um profissional que busca receber aqueles conselhos, aquelas sugestões. Percebe-se, portanto, que as prescrições formais, descendentes ou ascendentes não são suficientes para se compreenderem os sentidos de trabalho. O jornal interno de empresa atribui-se também esse espaço gerador de normas, procedimentos, a serem seguidos em busca do sucesso.

Nos discursos analisados, elaborase, 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 imagem de si construída no discurso é constitutiva da interação verbal e determina, em grande parte, a capacidade de o locutor 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* e *sobre* o jornal Alfalettra.

São várias as marcas linguísticas (paradigma indiciário) que identificam traços de didaticidade, dentre elas a exemplificação, a explicação, a enumeração, a citação de especialista, as perguntas retóricas, as situações didáticas em forma de entrevista, o uso de generalizações, as formas pessoais e impessoais para expor conhecimento. Trata-se, então, de uma interpenetração de conhecimentos: como se dá a passagem entre “quem sabe”, o enunciador instituído pelo jornal interno, e o interlocutor-leitor presumível. Indaga-se, então, o que se quer fazer compreender para além da informação?

NOTAS

- 1 Conforme solicitação da empresa, atribuímos nome fictício.
- 2 Nome fictício para denominar o jornal interno da empresa.
- 3 Nome fictício atribuído à Rede.
- 4 Todos esses nomes foram atribuídos especificamente para fins deste estudo.
- 5 Em linguística, entende-se por isso o conjunto de localizações no espaço e no tempo que um ato de enunciação apresenta, graças aos “embreadores” (ou “shifters”) (Maingueneau, 1984/2008a: 88, nota n. 26). Em “A linguagem e a experiência humana”, Benveniste (1974/1989: 68) refere-se a duas categorias fundamentais do discurso, necessariamente ligadas: a de pessoa e a de tempo. Nesse sentido, ver Freitas (2011) em seu artigo “A enunciação em texto jornalístico: o uso das categorias de tempo, espaço e pessoa”.
- 6 Refere-se ao Plano de Comunicação Interna da empresa Alfa.
- 7 Afirmção com base em Schwartz (1997).
- 8 Relembremos que se trata de nome fictício para fins deste artigo.
- 9 Nome fictício utilizado neste trabalho.
- 10 Citado por Teixeira (2010: 46).
- 11 Embreantes, para Maingueneau (2001); categorias de pessoa, de tempo e de espaço, conforme Benveniste (1974/1989).
- 12 Memória coletiva da empresa Alfa e dos seus funcionários.
- 13 A autora refere a Schwartz (1997), que postula um princípio teórico-metodológico intitulado Dispositivo Dinâmico de Três Polos (DD3P), no qual o termo polo indica um lugar virtual onde se articulam os saberes constituídos, os saberes investidos e a gestão valores.
- 14 Nesse comentário, Souza-e-Silva (no prelo, p. 14) refere Schwartz (1997).

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AMOSSY, R. (2008). 'O ethos na interseção das disciplinas: retórica, pragmática, sociologia dos campos', in R. Amossy (org.). *Imagens de si no discurso: a construção do ethos*. 1. ed., 1ª reimpressão, pp. 119-144. São Paulo: Contexto.
- AROUCA, M. A. & AROUCHE, I. M. P. & MELLO, E. E. (1998). 'As imagens da empresa nas entrevistas', *The ESPecialist*, São Paulo, PUC-SP/LAEL, 19, num. especial: 305-316.
- BENVENISTE, É. (1966/1995). 'Estrutura das relações de pessoa no verbo', in É. Benveniste. *Problemas de lingüística geral I*, pp. 247-259, 4. ed. Campinas, SP: Pontes, Editora da Universidade Estadual de Campinas.
- BENVENISTE, É. (1974/1989). 'A linguagem e a experiência humana', in É. Benveniste. *Problemas de lingüística geral II*, pp. 68-80. Campinas, SP: Pontes, 1989.
- CHARAUDEAU, P. & MAINGUENEAU, D. (2008). *Dicionário de análise do discurso*. Coordenação da tradução Fabiana Komesu. 2. ed., 2ª reimpressão. São Paulo: Contexto.
- DURAFFOURG, J. (2010). 'O trabalho e o ponto de vista da atividade', in Y. Schwartz & L. Durrive (orgs.). *Trabalho & Ergologia: conversas sobre a atividade de trabalho*, pp. 47-82. Niterói: EDUFF.
- DURAFFOURG, J.; DURRIVE, L. (2003/2010). 'O trabalho e o ponto de vista da atividade', in Y. Schwartz & L. Durrive (orgs.). *Trabalho e Ergologia: conversas sobre a atividade de trabalho*, pp. 47-82. Niterói: EDUFF.
- FREITAS, E. C. (2011). 'A enunciação em texto jornalístico: o uso das categorias de tempo, espaço e pessoa', *ReVEL*, 9 (16): 1-25.
- GINZBURG, C. (1989). *Mitos, emblemas, sinais: morfologia e história*. São Paulo: Cia. das Letras.
- MAINGUENEAU, D. (1997). *Novas tendências em análise do discurso*. Tradução Freda Indursky. 3. ed. Campinas, SP: Pontes: Editora da Universidade Estadual de Campinas.
- MAINGUENEAU, D. (2001). *Análise de textos de comunicação*. Tradução de Cecília P. de Souza-e-Silva, Décio Rocha. São Paulo: Cortez.
- MAINGUENEAU, D. (1984/2008a). *Gênese dos discursos*. Tradução Sírio Possenti. São Paulo: Parábola Editorial.
- MAINGUENEAU, D. (2008b). 'Ethos, cenografia, incorporação', in R. Amossy (org.). *Imagens de si no discurso: a construção do ethos*. 1. ed., 1ª reimpressão, pp. 69-92. São Paulo: Contexto.
- MAINGUENEAU, D. (2008c). 'A propósito do ethos', in A. R. Motta, & L. Salgado (orgs.). *Ethos discursivo*, pp. 11-29. São Paulo: Contexto.
- MUSSALIM, F. (2008). 'Uma abordagem discursiva sobre as relações entre ethos e estilo', in A. R. Motta & L. Salgado (Orgs.). *Ethos discursivo*, pp. 70-81. São Paulo: Contexto.
- SANT'ANNA, V. L. A. (1998). 'O jornal de empresa e a construção de imagens', *The ESPecialist*, PUC-SP/LAEL, 19 (n. Especial): 277-286.
- SANT'ANNA, V. & SOUZA-E-SILVA, M. C. P. (2007). 'Trabalho e prescrição: aproximação ao problema a partir dos estudos da linguagem', *Revista Matraca*, 14 (20): 77-99.
- SCHWARTZ, Y. (1994). *Travail et philosophie: convocations mutuelles*. Toulouse: Octares.

- SCHWARTZ, Y. (1995). *De l'inconfort intellectuel, ou: comment penser les activités humaines?* Collection Le Présent Avenir: Paris.
- SCHWARTZ, Y. (org.) (1997). *Reconnaissances du travail. Pour une approche ergologique.* Paris: PUF.
- SCHWARTZ, Y. (2002). 'A abordagem do trabalho reconfigura nossa relação com os saberes acadêmicos: as antecipações do trabalho', in M. C. P. Souza-e-Silva & D. Faïta (Orgs.). *Linguagem e trabalho: construção de objetos de análise no Brasil e na França*, pp. 109-126. São Paulo: Cortez.
- SCHWARTZ, Y. (2003). 'Trabalho e saber', *Trabalho & Educação*, Revista do NETE, Belo Horizonte, 12 (1): 21-34. jan./jun.
- SCHWARTZ, Y. (2010). 'Trabalho e uso de si', in Y. Schwartz & L. Durrive (orgs.). *Trabalho & ergologia: conversas sobre a atividade humana*, pp. 189-206. Niterói: EdUFF.
- SCHWARTZ, Y. & DURRIVE, L. (Orgs.). (2003/2010). 'Trabalho e uso de si', in Y. Schwartz & L. Durrive (orgs.). *Trabalho e Ergologia: conversas sobre a atividade humana*, pp. 189-204. 2. ed. Niterói: EdUFF.
- SENNET, R. (2006). 'Les failles culturelles du nouveau capitalisme', *Sciences Humaines*, 176: 38-39.
- SILVA, E. G. (2006). 293 f. *Os (des)encontros da fé – análise interdiscursiva de dois movimentos da Igreja Católica. Tese doutorado – Instituto de Estudos da Linguagem da Universidade Estadual de Campinas (SP).*
- SOUZA-E-SILVA, M. C. P. (2004). 'Quais as contribuições da lingüística aplicada para a análise do trabalho?', in M. Figueiredo & M. Athayde & J. Brito & D. Alvarez (orgs.). *Labirintos do trabalho: interrogações e olhares sobre o trabalho vivo*, pp. 188-213. Rio de Janeiro: Editora DP & A.
- SOUZA-E-SILVA, M. C. P. (no prelo). 'Sistemas de ensino – mudanças na Educação e no trabalho do professor?', *Linguística Aplicada e Sociedade*: 1-18.
- TEIXEIRA, M. (2010). 'Dimensão subjetiva da atividade de trabalho: um olhar multidisciplinar', *Correio APPOA: temática*, Porto Alegre, mar.: 45-53.
- TRINQUET, P. (2010). 'Trabalho e educação: o método ergológico', *Revista HISTEDBR On-line*, Campinas, ago (número especial): 93-112.

ERNANI CESAR DE FREITAS é doutor em Letras, área de concentração Linguística Aplicada pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do SUL (PUCRS), Brasil. Coursou estágio pós-doutoral na Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP/LAEL), na linha de pesquisa Linguagem e Trabalho. Professor permanente do Programa de Pós-Graduação em Letras da Universidade de Passo Fundo (UPF) e do Mestrado em Processos e Manifestações Culturais da Universidade Feevale – Novo Hamburgo (RS). Atua como pesquisador nas seguintes linhas de pesquisa: *Constituição e Interpretação do Texto e do Discurso* e *Linguagens e Processos Comunicacionais*. Integra a Asociación Latinoamericana de Estudios del Discurso (ALED).

Correo electrónico: nanicesar@terra.com.br