

O campo da comunicação e a atividade linguageira no mundo do trabalho

ROSELI FIGARO

figaro@uol.com.br
Universidade de São Paulo

Resumo

No campo da comunicação poucos têm se dedicado a estudar os processos comunicacionais no mundo do trabalho. Essa abordagem tem como objeto de estudo a comunicação real que se dá no espaço de sociabilidade do que denominamos mundo do trabalho (Figaro, 2010). Estuda, sobretudo, a atividade linguageira, ou, como prefere Lacoste (1995), a vida verbal no e sobre o trabalho. Neste artigo, discutimos as pesquisas do Centro de Pesquisas em Comunicação e Trabalho, CPCT, da Universidade de São Paulo, Brasil, realizadas com diferentes categorias profissionais, na perspectiva do que revelam sobre a atividade linguageira impar no mundo do trabalho. Do ponto de vista teórico, os conceitos a serem mobilizados dizem respeito à centralidade da categoria trabalho, principalmente, no que tange a entendê-la como adensada dos processos de comunicação. Visto que, nos modelos pós-fordistas de racionalização da produção, as estratégias comunicacionais são imprescindíveis para o trabalho (Figaro, 2008a). Nesse contexto, no âmbito do trabalho concreto, a atividade linguageira enlaça a atividade prescrita e a atividade real (Schwartz, 2007), num jogo nada transparente das relações que se dão entre os trabalhadores, entre eles e os meios e os recursos técnicos materiais para o trabalho e de cada um consigo próprio no uso de si no trabalho (Schwartz, 2007). A função de comunicação da atividade linguageira (Boutet, 1995) orienta o homem em atividade de trabalho. Do ponto de vista metodológico, essas pesquisas têm sido realizadas com a triangulação de métodos quantitativos e qualitativos, conforme explicam Denzin e Lincoln (2006), para explorar visões concorrentes dos contextos de pesquisa. Os resultados têm revelado as contradições entre a comunicação oficial das organizações e a comunicação do mundo do trabalho. Os dados mostram o cenário de pressões entre os discursos da reestruturação produtiva e seu vocabulário persuasivo (inovação, colaborador, equipe, qualidade, cliente, criatividade, entre outros) e as formas alternativas de comunicação (gambiarra, passarelho, radio peão, radiopress, pioria, paletizar) daqueles que vivem o mundo do trabalho. Essas contradições revelam as disputas pelos sentidos das palavras na arena dos signos ideológicos. Revelam a importância da comunicação para a realização dos processos de organização do trabalho e a luta pela expressão do saber-fazer no trabalho.

Palavras-Chave: Comunicação; mundo de trabalho; atividade linguageira; triangulação metodológica

INTRODUÇÃO

Bourdieu ao tratar do conceito de campo científico define-o como: “sistema de relações objetivas entre posições adquiridas (...)”; é o lugar de “uma luta concorrencial” (1983: 122). Para ele “o próprio funcionamento do campo científico produz e supõe uma forma específica de interesse (...)” (1983: 123). De certa forma, Bourdieu remete a discussão da ciência e da produção científica e acadêmica para o âmbito das relações sociais, construídas no jogo de forças da sociedade.

Iniciamos este artigo pela definição de Bourdieu para situarmos nosso tema – comunicação e atividade linguageira no mundo do trabalho – nesse campo de

forças em disputa. Sobretudo, porque o Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho (CPCT) trata como seu foco de pesquisas a centralidade da categoria trabalho, entendendo-a em relação à comunicação.

Esse ponto de vista amplia a compreensão do conceito de comunicação, tomando-o para além das problemáticas relativas aos produtos culturais veiculados pelas mídias. Traz outras abordagens pertinentes às ciências da comunicação. Muitas vezes as disputas por prestígio, recursos e autoridade prejudicam temas inovadores que podem trazer ganhos pertinentes ao campo científico.

É com esse pressuposto que iniciamos a discussão do nosso tema: *O campo da comunicação e a atividade linguageira no mundo do trabalho*, com o objetivo de discutir como as expressões de comunicação próprias do mundo do trabalho, revelam as disputas que se dão com relação à comunicação organizacional, prescrita pela empresa. Na primeira parte do artigo, apresentamos de maneira sintética a relação que estabelecemos entre comunicação e trabalho, definimos atividade linguageira para, em seguida, conceituarmos mundo do trabalho e atividade real de trabalho. Na parte final, discutimos, a partir de resultados de pesquisas realizadas pelo CPCT, os deslocamentos de sentidos provocados pela atividade linguageira, pois a função de comunicação que ela exerce orienta o homem em atividade de trabalho. Do ponto de vista metodológico, as pesquisas são realizadas com a triangulação de métodos quantitativos e qualitativos, conforme explicam Denzin e Lincoln (2006), o que nos permite explorar visões concorrentes dos contextos de pesquisa. Os resultados mostram as contradições entre a comunicação oficial das organizações e a comunicação do mundo do trabalho. Também apontam para as limitações da abordagem da 'comunicação interna' à organização, tão bem assimilada pelo campo da comunicação.

CENTRALIDADE DA CATEGORIA TRABALHO E ATIVIDADE DE COMUNICAÇÃO E DE TRABALHO

Os meios de produção alcançaram elevado nível de desenvolvimento tecnológico e científico, transformando as relações sociais e a cultura de tal forma que, para uma parcela importante dos intelectuais, a categoria trabalho teria deixado de ser relevante para se compreender as relações sociais, bem como não seria mais uma categoria científica central para as ciências sociais e humanas. Esse equívoco tem gerado uma literatura que decreta a cada página a morte de Marx e de todos os pensadores que, como ele, explicam as relações sociais a partir do desenvolvimento das forças produtivas e das relações de produção, ou seja, a partir da atividade de trabalho. O descarte da categoria sociológica trabalho tem respaldo em autores como Habermas, por exemplo, que em sua obra *Ação e Razão comunicativas* (2012) afirma a comunicação como eixo do desenvolvimento humano e, portanto, categoria central para a compreensão da sociedade.

Mas, como bem apontou Emir Sader, em seu prefácio à *Ideologia Alemã*, de Marx e Engels (2007), o grande problema dos que decretam o fim do trabalho é de

enfoque filosófico, pois explicam o mundo separando o ser do objeto. Ou seja, um tipo de pensamento filosófico e, como consequência, vertentes das ciências sociais e humanas, que ainda tratam esses elementos como dicotômicos. Sader destaca a dialética materialista como o método capaz de entender ser e objeto em relação intrínseca e necessária, um não podendo ser separado do outro. Essa é a configuração da cultura e da civilização humanas.

Voltamos ao que salienta Sader, porque essa é a base da explicação da centralidade da categoria trabalho e de como a partir do trabalho, simultânea e paralelamente, desenvolve-se a comunicação humana. Rossi-Landi, no clássico, *A linguagem como trabalho e como mercado* (1985), nos faz compreender a relação dialética que articula ser/objeto, tal qual salienta Sader. Rossi-Landi diz que “O homem é caracterizado por seu próprio trabalho. Mesmo sua linguagem é trabalho humano, uma vez que seus produtos não existem na natureza” (1985: 226). A linguagem é trabalho humano à medida que ela é produzida do material humano renovado, surgido na e da relação dos homens com a natureza na produção de uma natureza humana. Nas palavras do autor:

Comparando a produção linguística com a produção material, descobrimos que são homólogas, ou seja, que se desenvolvem segundo modalidades e graus de complexidade paralelos, suscetíveis de explicações unitárias (...) essas articulações internas do trabalho valem para ambas as ordens de produção, tanto a material quanto a linguística (1985: 226/227).

A linguagem é ela mesma uma atividade. Uma atividade simbólica oriunda da necessidade de comunicação. Como nascida da necessidade da relação entre os seres, a comunicação humana eleva o trabalho a um patamar mais sofisticado, incrementa a colaboração e desenvolve a capacidade humana de produção material e simbólica.

Esse, podemos dizer, é o exemplo matriz, da relação dialética ser/objeto; do material com o simbólico e vice-versa. Está na relação intrínseca entre comunicação e trabalho nossa crítica ao pensamento habermasiano de ação e razão comunicativas. E está em comunicação e trabalho o eixo para se compreender a produção cultural e simbólica – inclusive a relação com as mídias – como processo e produto de transformação social.

Raymond Williams, em um magnífico ensaio denominado: *Meios de comunicação como meios de produção* (2011: 69), de certa forma, reafirma a compreensão de Rossi-Landi, ao enunciar que os meios de comunicação “das formas mais simples da linguagem às mais avançadas da tecnologia da comunicação são social e materialmente produzidos”. Sobretudo, salienta Williams, eles são “meios de produção, uma vez que a comunicação e os meios materiais são intrínsecos a todas as formas distintamente humanas de trabalho e de organização social”, ou seja, eles são meios indispensáveis para as forças produtivas e para as relações sociais de produção.

O fundador dos Estudos Culturais ingleses discute nesse ensaio a comunicação como trabalho e o trabalho de comunicação. Ou seja, ele reconhece a comunicação como uma atividade e como meio de produção que permite a organização social. E,

dá-nos a possibilidade de entender o movimento dialético entre subjetividade do ser social e a objetividade desse ser na produção de sociedade.

Contribuição contemporânea a essa discussão traz a pesquisadora argentina, Dora Riestra, no ensaio *La concepción del lenguaje como actividad y sus derivaciones en la didáctica de las lenguas* (2010). A autora afirma que o estudo da linguagem como atividade apoia-se na tradição dos autores que fundaram a ciências da linguagem: Vigotski, Saussure e Voloshinov¹. Riestra destaca a contribuição de Vigotski como “a base epistemológica da concepção da linguagem como atividade que medeia todas as outras atividades humanas (...)” (2010: 141), isto é, como comunicação necessária à organização da vida. Nessa mesma linha, a sociolinguista francesa Josiane Boutet (1995) propõe a noção de *formação linguageira*, “entendida como um conjunto socialmente e historicamente regrado de práticas linguageiras” (1995: 264). Para Boutet “como um dos elementos de uma formação social, uma formação linguageira organiza as práticas linguageiras em dominantes e dominadas (...)”. Ou seja, a atividade de linguagem é comunicação que se constitui por e no jogo de forças entre dominados e dominantes, e esse jogo se dá desde as práticas linguageiras mais simples “às ligadas ao desenvolvimento das mídias escritas e audiovisuais” (1995: 264).

Sobre como a ideologia é produção de sentido cristalizada no signo, Voloschinov (Bakhtin²) já foi demasiadamente citado, nem sempre compreendido, no seu *Marxismo e filosofia da linguagem* (1988). O sentido se constrói na interação verbal, ou seja, no processo de interlocução contextualizada no embate das forças sociais, por isso a atividade linguageira no mundo do trabalho é expressão maior do embate ideológico.

Dessa forma, quando Boutet se refere à racionalização do trabalho no modelo taylorista/fordista como “a imobilização dos corpos, o assujeitamento deles às máquinas (...) o impedimento à palavra do operário, tomada como fala coletiva” (2008: 69), a autora nos faz ver como se forjam as ferramentas objetivas de controle e interdição da expressão de parcela significativa dos sujeitos no mundo do trabalho. O impedimento à comunicação autônoma entre trabalhadores leva ao cerceamento da circulação dos saberes sobre o trabalho e à censura à organização em prol de direitos.

Mas, como o trabalho pode ser realizado se os processos de racionalização implantados pelo *management* das empresas impedem a palavra e a circulação dos saberes? Os ergonomistas da atividade (Schwartz, 2007) descobriram a existência do trabalho prescrito, sobretudo manifesto em manuais, ordens de produção, regras de operação, normas de como fazer; e do trabalho real, como de fato o trabalho é realizado pelo sujeito. No trabalho real se descortinam questões a serem estudadas que vão mostrando a interdependência entre o prescrito e o real e também todo o esforço de quem trabalha para fazer valer o seu modo de trabalhar.

¹ Dora Riestra pertence ao grupo de colaboradores de Jean Paul Bronckart cuja atuação tem sido intensa no sentido de separar a contribuição de Voloshinov de Bakhtin.

² Prioriza-se a autoria de Valentim Voloshinov a *Marxismo e filosofia da linguagem*, conforme tem ressaltado os principais estudiosos da filosofia da linguagem. Consultar Jean Paul Bronckart, Riestra e Brait.

A comunicação, por meio da linguagem verbal e não verbal, joga papel fundamental nessa relação mais do que necessária. Impedir a comunicação, a palavra, de quem trabalha, no processo taylorista/fordista de organização do trabalho, significa(ou) a clandestinidade da palavra do trabalho real. Boutet evoca

“a prática dos pequenos cadernos ou dos pequenos pedaços de papel guardados nos bolsos dos macacões e das blusas nos quais se registra um conjunto de anotações, observações, cálculos a propósito do funcionamento das máquinas, dos processos de fabricação. Estes escritos representam uma soma de conhecimentos informais, não reconhecidos mas que permitem, entretanto, aos operários dar respostas às panes, aos imprevistos da fabricação” (2008: 71).

Se, como ressalta Boutet, no modelo taylorista/fordista havia o esforço de impedir a palavra do trabalhador, hoje nos modelos de polivalência e flexibilização sucede o contrário. O trabalhador é convocado a falar, a dar ideias, mas ele deve se expressar por meio de um vocabulário adequado, previamente estabelecido e que conjuga verbos, dita substantivos e adjetivos que não podem faltar na comunicação prescrita oficial.

No entanto, como mostra Boutet, a atividade linguageira acompanha e comenta o trabalho, extrapola as prescrições oficiais, diferenciando-se da fala autorizada e do vocabulário obrigatório. O mundo do trabalho tem um modo próprio de funcionamento, um circuito de comunicação no qual os saberes do trabalho real circulam e vão disputando o *status* de norma e prescrição. O mundo do trabalho é efetivamente um espaço de sociabilidade, vivenciado por grupos de indivíduos que se organizam em função da profissão e/ou da função profissional, com o objetivo de produzir e fazer circular os bens produzidos. No mundo do trabalho estão em atividades pessoas de diferentes níveis e profissões que se articulam em função da realização do trabalho, muitas vezes, inclusive, extrapolando o organograma criado pela empresa (Figaro, 2008b). O trabalho é o diretor e o motor do conjunto de pessoas que se coloca em relação de comunicação. Tem uma linguagem própria, híbrida, por onde circulam as visões de mundo e os valores éticos. A atividade de linguagem no mundo do trabalho revela esse universo de sociabilidade em disputa.

Em artigo recente publicado na revista *Animus*, Rebechi e Figaro (2013) explicam, a partir de Schwartz, (...) a concepção que se formula de trabalho:

Nessa perspectiva, não se confunde o trabalho com emprego e não se reduz as relações de trabalho à existência de um contrato salarial, ao mercado de trabalho ou às bases legalistas que regulam as obrigações e os direitos da classe trabalhadora e do patronato. De um lado, não se limita o trabalho a um instrumento de exploração dos trabalhadores pelos controladores do capital, de outro lado, porém, nossa abordagem evidencia a existência de uma acirrada luta de classes na sociedade capitalista como um dos elementos fundamentais na constituição das relações de comunicação e trabalho (Rebechi & Figaro, 2013).

Ou seja, somente a ontologia do ser social concebe a relação dialética entre ser/objeto, e pode compreender o trabalho muito além de sua forma de emprego assalariado. Essas dicotomias e limites têm implicações fundamentais na compreensão

da exploração do trabalho e de seu potencial de emancipação. A linguagem é reveladora dessa contradição.

Retomando a atividade real de trabalho, aquela que geralmente não está prescrita e normalizada pela empresa, a atividade linguageira que a acompanha é, ela mesma, fundamental para o trabalho, em seu aspecto funcional e, ao mesmo tempo, social (Lacoste, 1995). A atividade linguageira como materialidade do signo ideológico revela as contradições e as mudanças sociais. Nossa hipótese é de que a comunicação no mundo do trabalho é um microcosmo que pode nos revelar temas e problemas no âmbito mais amplo. É reducionista, portanto, limitar a comunicação à comunicação interna da organização. Sobretudo, porque em comunicação e trabalho quem fala do trabalho é o trabalhador. A empresa não pode falar por ele.

A partir dessa perspectiva, o pesquisador organiza sua estratégia de investigação de modo a cumprir o objetivo de entender a comunicação no mundo do trabalho. Conhecer o perfil de quem trabalha, colher sua fala sobre o trabalho e observar as relações de comunicação nesse ambiente são os desafios do pesquisador.

AS FALAS SOBRE O TRABALHO NAS PESQUISAS DO CPCT

As pesquisas do CPCT têm adotado o recurso da triangulação metodológica (Denzin e Lincoln, 2006), que mobiliza métodos quantitativos e qualitativos, para nos aproximarmos da comunicação no mundo do trabalho. A fase quantitativa dessas pesquisas mobiliza técnicas cuja finalidade é revelar o perfil daquele que trabalha e aspectos contextuais do setor econômico, da organização da empresa entre outros, para que, na fase qualitativa, a recolha de informações possa ser ancorada e contextualizada mais amplamente. A entrevista, a observação participante e o grupo de discussão fazem parte de estratégias qualitativas aplicadas na segunda fase das pesquisas.

Passemos, então, a comentar alguns dados colhidos nas diferentes investigações realizadas pelo CPCT no mundo do trabalho.

O livro *Comunicação e trabalho. Estudo de recepção: o mundo do trabalho como mediação da comunicação* (2001) inaugura nossa abordagem de pesquisa. A fala que destacamos para discussão é a do metalúrgico Antônio Olário, à época com 30 anos, empregado da Mercedes Bens. Ele fala sobre a comunicação da empresa:

“Eu acho que quando a Empresa está indo bem, traz notícia do que é bom *pra Empresa*, pra nós também é bom, se não está bom *pra ela*, pra nós também não vai ficar (...)” (2001: 284).

Essa fala do operário Antônio Olário é uma síntese das falas sobre a empresa e a crise econômica colhidas de outros trabalhadores. É também um exemplo de como eles se referem à empresa em terceira pessoa e aos trabalhadores em segunda pessoa (*nós*). Esse distanciamento marca posições e jogos de interesses diferentes. As diferentes posições de enunciação que o trabalhador simula em sua fala é marca unânime em todos os entrevistados dessas pesquisas. Eles vão mostrando como têm

de se comportar em relação à chefia, à hierarquia da empresa e inclusive com relação à marca da empresa, visto que essa marca também tem peso nas representações sociais na família, no bairro entre os amigos. Os jogos enunciativos vão marcando posições ideológicas a partir dos quais as mediações do mundo do trabalho atuam como filtro, como baliza no processo de recepção das mídias e das práticas culturais.

Em outra pesquisa, publicada em *Relações de comunicação no mundo do trabalho* (2008a), a fala da engenheira metalúrgica da Siemens do Brasil é um bom exemplo de como as funções se mesclam e confundem com as posições ideológicas. Afirma a engenheira responsável pela implantação do toyotismo na empresa:

“(...) eu passei de *dois grupos de trabalho*, chamados grupos kaizen, uma filosofia que faz com que o trabalho seja reorganizado de maneira que você ganhe tempo e agilidade nessa produção. No *primeiro grupo*, nós fizemos isso na *fábrica*, que é muito mais plausível de se ver (...)” (2008^a: 119).

Fica clara a posição desse profissional em identificar-se com a empresa ao enunciar *nós*, e dar à *fábrica* o pronome de terceira pessoa, distanciando-se dos trabalhadores da produção. Mais adiante, esse mesmo profissional explica o processo de trabalho:

“O meu *cliente* é uma pessoa que depende de mim, ou que está *solicitando o meu serviço* (...) então eles me *contratam*, eu sou a funcionária deles, *eles são os meus clientes*, assim como a *fábrica me tem como cliente*” (2008: 123).

Ou seja, na implantação do método de polivalência e flexibilização da produção uma das normas é instituir entre os trabalhadores a visão de concorrência entre eles; e a colaboração é um atributo contratual efetivado pela venda de serviços entre departamentos, setores, células de trabalho. Nesse caso, quando em um setor, um empregado fornece serviços para o outro, a relação que o método prescreve é a noção contratual de mercado. As relações de companheirismo e camaradagem entre colegas de trabalho devem ser suplantadas. Essa fala revela como o método toyotista precisa dos recursos persuasivos para implantar-se; palavras-chave tais como clientes, qualidade, inovação, autocontrole, grupo, equipe, programa de metas são instrumentos ideológicos poderosos que além de reestruturar as entradas e saídas da produção, regulam as formas de relacionamentos e os parâmetros ideológicos que os orientam. Para executar esse projeto, as empresas mobilizam o setor de ‘comunicação interna’ da organização para normatizar as mudanças na linguagem e instituir a novílingua³ de gestão do trabalho.

Na dissertação de mestrado *Estudo de recepção em comunicação: as representações do feminino no mundo do trabalho das teleoperadoras*, de Edilma Rodrigues dos Santos, pesquisadora do CPCT, encontramos as falas das operadoras de telemarketing como um dos objetos de estudo. Há reclamações de fadiga, excesso de trabalho, ritmo estressante e repetitivo. As teleoperadoras elegem o estresse e o tédio como características negativas desse tipo de trabalho. A fala da teleoperadora identificada pelo número Seis diz:

³ Novílingua aqui é usada na acepção de Orwell, no romance *1984*.

“Eu fazia mais de 209 ligações, muita ligação porque, no caso do Call Center Osasco era... ativo e a gente não discava, era um discador, então a gente desligava, nem respirava direito já tinha outra ligação em seguida (...).”

Outra fala diz respeito à compaixão ao cliente ou ao ódio ao cliente. O cliente não entende, ele quer pagar, quer negociar, mas elas não têm autorização para sair do *script*, não podem fazer propostas que não estejam previamente no roteiro de fala. Por outro lado, o cliente se exalta e tem de ser vencido pelo cansaço.

“Ele xinga, xinga, xinga, quando ele se cansou, ele pegou desligou o telefone. A gente: “Óbra! Acabou” (Teleoperadora Um).

Quando a produtividade cai, “eles brigam com a gente”. É dessa forma que essa teleoperadora explica o que acontece por meio de jogo de linguagem que simula a voz do gerente e a sua própria:

“Aí a gente tem que dar uma satisfação. Por que deu 95 ligações? Porque tem de logar na hora certinha (...) Porque senão é atraso, aí desconta.(...) Se der muita linha muda.... se der muita secretária eletrônica...eles brigam com a gente”. (teleoperadora UM)

A teleoperadora Sete diz:

“oficialmente num pode conversar, né?Mas a gente conversa...”;

e a teleoperadora Dois explica o que é zerar:

“Zerar é assim, quando começa a ligação, ela tá valendo 100. Aí, cada erro tem um tanto de pontos que você perde. Que nem é quebra de sigilo bancário, quando num confirma os números do contrato aí você é zerado...Aí você tem que assinar um papel que você foi zerado.....o que você vai fazer para melhorar...” (teleoperadora Dois)

Elas falam uma outra língua: *logar*, *linha muda*, *zerar*; têm um vocabulário próprio, muitas vezes subvertendo os sentidos da fala prescrita e obrigatória.

Sobre o que é um bom atendimento as opiniões delas variam: “*é você conseguir se colocar no lugar da pessoa que você tá atendendo...*”; “*é você conseguir o que o cliente quer, né?, é só cordialidade, acho que o tom de voz acaba...*”; “*bom atendimento para mim é sempre manter a classe com o cliente, nunca você chegar ao nível dele...*”

A fala livre e autônoma é interdita. A norma é seguir a prescrição do *script*. Entretanto, atender a necessidade do cliente exige romper o *script*, exige a negociação, a fala livre e contextualizada. Elas têm clareza desse embate, manifesto no controle que lhes é imposto pelo ininterrupto monitoramento das ligações. A norma proíbe conversar com a colega. Mas para o trabalho se realizar e ser suportado elas precisam se relacionar.

Nessa dissertação de Rodrigues dos Santos, a análise das falas se entrelaça à análise dos produtos culturais preferidos das teleoperadoras o que vai revelando como elas próprias se veem como mulheres e como trabalhadoras. Revela a escala de valores que elas constroem para si, o lugar da família, dos estudos e do amor. O sentimento de conformismo também se constrói a partir da imagem que elas têm de si no trabalho e das possibilidades de conquista de que se veem capazes.

As falas dos operários gráficos, da pesquisa de Sérgio Picciarelli Jr., objeto de análise na dissertação “*As relações de comunicação no processo de produção da gráfica Abril: Inovações, criatividade e reconhecimento do uso de si na atividade de comunicação e trabalho*” (2009), revelam como o trabalho prescrito se alimenta da experiência e do trabalho real, quando as soluções inovadoras são apropriadas pela empresa e subsumidas pelo capital. O trabalhador posiciona-se entre a satisfação de ser reconhecido pelos colegas e a incerteza da valorização salarial e da carreira.

Sobre o conhecimento e a experiência solucionando problemas concretos, a fala de Gustavo ressalta a preocupação entre a prescrição e o trabalho real:

“Na produção eu acho que ele já trabalha pensando em criar, criar formas de melhorar, eu acho que não é só lá (agência/redação). Porque lá às vezes ele cria uma determinada revista e na máquina é diferente...então entra aquela experiência que você já viu, põe uma fitinha ali, um arame ali...” (Gustavo)

Os *macetes* da produção é que permitem que o produto saia no tempo e na qualidade exigidos. Outra fala nesse mesmo sentido é a de Willian:

“Esse rolo é furado, tem um caminho dentro dele para vazão de ar e ele cria um colchão de ar entre o papel e o rolo e não deixa o papel encostar, teoricamente. Mas com as variáveis do processo, eu preciso esticar um pouquinho mais, aí já encosta, a longo prazo vai sujando, risca, joga um pouquinho limpa, sujou de novo joga mais um pouquinho” (Willian).

Willian debate-se com a impressora, o papel e as variáveis de tempo e calor para garantir a qualidade da impressão e os prazos de entrega. O seu trabalho real é fazer a gestão desses indeterminados das condições objetivas e garantir o bom produto. Ele e outros colegas, inclusive, inventaram um modo de imprimir um catálogo e ao mesmo tempo adensar à impressão os aromas das fragrâncias publicizadas. Outra criação formulada dos desafios do trabalho real foi a aplicação de uma placa de metal corrugada à bandeja de saída da máquina de acabamento de revistas, elevando a produção e diminuindo as perdas de material. Antônio explica a ideia:

“Por que não usar uma chapa como essa (corrugada) na máquina? (...) É igual essas chapas de segurança de escada com um monte de bolinhas. Em vez de o papel ficar 100% encostado na chapa, ele encosta só na sobressalência e cria um colchão de ar” (Antônio).

Esses processos de trabalho ao serem verbalizados como *macetes*, gambiarras, revelam o lugar de fala e o não reconhecimento do que foi inventado, criado. Somente quando a empresa homologa a criação é que a denominação também sofre transformação e passa a inovação.

A atividade linguageira dos trabalhadores entra em concorrência com os enunciados oficiais produzidos pela comunicação interna. É o que revela a comunidade do Orkut a que pertencem os trabalhadores. Uma fala anônima enuncia: “*Acho que não é mais impressão, mas COM PRESSÃO...*”; uma outra registra: “*Pião tem suááá! Vamo bate recordi. Ele ganha aumento nós ganha boné.!*” São alusões bem humoradas, muito críticas às políticas internas da empresa. Expressão dos embates que a comunicação viabiliza.

Vale destacar mais um exemplo de pesquisa realizada no CPCT, a dissertação de Rafael Grohmann, *“Os discursos dos jornalistas freelancers sobre o trabalho: comunicação, mediações e recepção”* (2012). No grupo de discussão com jornalistas *freelancers* a conversa pautou vários temas, um deles foi a condição de ser *freelancer*. Destacamos a fala de Lorena:

“Então ai tem outras modalidades de frila, que é o frila fixo, um frila quando você faz de casa e um frila quando é um trabalho, é um livro... O projeto especial é aquela equipe de jornalistas que já trabalhou lá...” (Lorena)

A jornalista comenta a condição de trabalho de *freelancer* fixo para uma mesma empresa e os tipos de trabalho que se desenvolve. Jornalistas, muitas vezes antigos empregados pelo sistema regular de carteira assinada, saem (ou são demitidos) e retornam na condição precarizada de “*freelancer* fixo”, uma invenção paradoxal que revela/encobre como a empresa burla a legislação trabalhista. Sobre o excesso de trabalho a discussão realizada no grupo foi muito rica, destacamos as seguintes falas:

(Bianca) – “Mas você está sempre trabalhando, você trabalha muito, ou trabalha muito e muitíssimo, você nunca trabalha pouco, e quando é muito, quando tem tudo de uma vez, você não pode recusar...”

(Eloísa) – “Exatamente, você não pode recusar não...”

(Bianca) – “E quando não tem trabalho, você trabalha para conseguir, então você não para. Assim, não tem férias.... Mas a parte financeira...”

(Eloísa) – “A financeira é complicada...”

Essas falas dão ideia da instabilidade da situação de trabalho e financeira desses profissionais. Muito e muitíssimo é o que se trabalha; quando não há trabalho, é preciso trabalhar para conseguir-lo, ou seja, investir numa rede de contatos, oferecer serviços, visitar clientes etc. Não há férias, tempo programado para a família. Tudo isso e finalmente não se tem certeza sobre a situação financeira. A precariedade é a marca desse tipo de vínculo, o que leva o trabalho a instabilidade, afetando a condição física e emocional do jornalista.

As falas aqui destacadas representam um pequeno universo do conjunto de pesquisas do CPCT, mobilizando o binômio comunicação e trabalho como eixo teórico. A atividade linguageira no mundo do trabalho revela as contradições de interesses, os processos e disputas entre os saberes e experiências no trabalho; revela ainda os pontos de vista e a luta pela expressão própria dos sujeitos no trabalho.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

As falas dos trabalhadores, recolhidas pelos pesquisadores do CPCT, mostram como a atividade linguageira, nas relações de comunicação no mundo do trabalho, acompanham, comentam e produzem o trabalho real. Mostram também como são diferentes os lugares de enunciação da empresa (oficial) e do mundo do trabalho.

Conforme salientamos com base em Boutet (1995; 2007) existe vida verbal no trabalho e ela não pode ser confundida ou suplantada pela comunicação interna da organização. A palavra cerceada nos processos taylorizados de trabalho ou o

vocabulário da novilíngua do modelo toyotista não dão conta do trabalho real e da atividade linguageira.

O binômio comunicação e trabalho norteia-se pela relação dialética entre sujeito/objeto, constituidora da ontologia do ser social. Propõe-se como conceito capaz de operar teórica e metodologicamente pesquisas cujo objetivo é o de conhecer a comunicação no mundo do trabalho. Com isso, amplia-se o alcance de pesquisas do campo da comunicação.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bourdieu, P. (1983). Le champ scientifique. *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, 2/3, 88-104.
- Boutet, J. (Dir.) (1995). *Parole au travail*. Paris: L'Harttman.
- Boutet, J. (2008). *La vie verbal au travail. Des manufactures aux centres d'appels*. Toulouse : Octares.
- Denzin, N, K. & Lincoln, Y. S. (2006). *O planejamento da pesquisa qualitativa*. Porto Alegre: Penso.
- Figaro, R. (2010). Relações de comunicação no mundo do trabalho e a comunicação das organizações. In M. M. K. Kunsch (org), *A comunicação como fator de humanização das organizações*. São Caetano do Sul: Difusão.
- Figaro, R. (2008a). *Relações de comunicação no mundo do trabalho*. São Paulo: AnnaBlume.
- Figaro, R. (2008b). Atividade de comunicação e de trabalho. *Revista Trabalho, Educação, Saúde*. 6 (1), 107-145.
- Figaro, R. (2001). *Comunicação e trabalho. Estudo de recepção: o mundo do trabalho como mediação da comunicação*. São Paulo: Fapesp/Anita.
- Grohmann, R. (2009). *Os discursos dos jornalistas freelancers sobre o trabalho: comunicação, mediações e recepção*. Dissertação de Mestrado, Universidade de São Paulo, São Paulo, Brasil.
- Habermas, J. (2012). *Teoria do agir comunicativo. Vol. I e II*. São Paulo: Martins Fontes.
- Kunsch, M. M. K. (2010). *A comunicação como fator de humanização das organizações*. São Caetano do Sul: Difusão.
- Marx, K. & Engels, F. (2007). *A Ideologia alemã*. São Paulo: Boitempo.
- Ortiz, R. (1983). *Pierre Bourdieu. Coletânea de textos de Pierre Bourdieu*. São Paulo: Ática.
- Picciarelli JR., S. (2009). *As relações de comunicação no processo de produção na Gráfica Abril: inovações, criatividade e reconhecimento do uso de si na atividade de comunicação e trabalho*. Dissertação de Mestrado, Universidade de São Paulo, São Paulo, Brasil.
- Rebechi, C. & Figaro, R. (2013). A comunicação no mundo do trabalho e a comunicação da organização: duas dimensões distintas. *Animus. Revista Interamericana de Comunicação midiática*, 12 (24).
- Rodrigues dos Santos, E. (2009). *Estudo de recepção em comunicação: as representações do feminino no mundo do trabalho das teleoperadoras*. Dissertação de Mestrado, Universidade de São Paulo, São Paulo, Brasil.
- Rossi-Landi, F. (1985). *A linguagem como trabalho e como mercado. Uma teoria da produção e da alienação linguísticas*. São Paulo: Difel.

Riestra, D. (2010). *Saussure, Voloshinov y Bajtin revistiados. Estudios históricos y epistemológicos*. Buenos Aires: Miño y Dávila.

Sader, E. (2007). Apresentação. In K. Marx & F. Engels, *A Ideologia alemã*. São Paulo: Boitempo.

Williams, R. (2011). *Cultura e materialismo*. São Paulo: EdUnesp.

Schwartz, Y. (2007). Uso de si e competência. In Y Schwartz & L. Durrive, *Trabalho e ergologia*. Rio de Janeiro: EdUFF.

Schwartz, Y. & Durrive, L. (2007). *Trabalho e ergologia*. Rio de Janeiro: EdUFF.