



# Comunicação e trabalho: implicações teórico-metodológicas

Roseli Figaro<sup>1</sup>

<sup>1</sup>- USP  
São Paulo (SP), Brasil

**Resumo:** Neste artigo, discute-se a abordagem teórico-metodológica de comunicação e trabalho. Argumenta-se que a comunicação é uma atividade humana, tal qual a atividade de trabalho na invenção do indivíduo e da subjetividade. Além disso, afirma-se que as relações de comunicação compõem o local de trabalho concreto, atravessam e fazem parte de sua historicidade. O mundo do trabalho é, nesta perspectiva, mais do que local geográfico; abrange a produção de significados, as lógicas socioculturais, históricas e políticas. Este entendimento permite abrangências metodológicas e empíricas que possibilitam compreender o fenômeno comunicacional como objeto da área da comunicação.

**Palavras-chave:** comunicação; mundo do trabalho; produção de sentidos; relações de comunicação.

**Abstract: Communication and work: theoretical-methodological implications.** In this article, we discuss the theoretical-methodological approach to communication and work. We argue that communication is a human activity, such as the activity of work in the invention of the individual and subjectivity. In addition, we discuss that communication relations make up the concrete workplace, cross and form part of its historicity. Under this perspective, the world of work is, more than a geographical location; it covers the production of meanings, sociocultural, historical, and political logic. This understanding opens up methodological and empirical perspectives that enable an understanding of the phenomenon of communication phenomenon as an object of the communication area.

**Keywords:** communication; world of work; meaning production; communication relationships.

## Introdução

Neste artigo, o objetivo é discutir uma proposta teórico-metodológica crítica. Tal proposição lastreia-se no pressuposto de que a comunicação, assim como o trabalho,

é uma atividade fundante do Ser social. Nessa perspectiva, da ontologia do Ser social, o estudo do fenômeno comunicacional aplica-se, em nosso caso, à especificidade do estudo da comunicação no mundo do trabalho.

Com esse propósito, discutem-se os conceitos teóricos e metodológicos que permitem um constructo explicativo das relações de comunicação, no micro do local de trabalho, como aspectos particulares das condições mais gerais dos processos produtivos. Mobiliza-se para isso em abordagem sustentada na ontologia do Ser social (LUKÁCS, 2012), em específica conceituação da linguagem verbal e da atividade linguageira (VYGOTSKY, 2005; LEONTIEV, 2004; VOLÓCHINOV, 2017; BAKHTIN, 1992; BOUTET, 2008), e na apropriação dos conceitos relativos à abordagem ergológica, cujos estudos focam as situações concretas de trabalho (SCHWARTZ, 1992; SCHWARTZ e DURRIVE, 2007).

Esse amálgama teórico tem sido construído graças aos resultados das pesquisas realizadas no mundo do trabalho de diferentes categorias profissionais. É uma perspectiva crítica que questiona a limitação do fenômeno comunicacional ao estudo das mídias, bem como refuta a hipótese da linearidade comunicacional de um emissor ao receptor. A abordagem aqui proposta permite entender por meio do estudo do fenômeno comunicacional a materialidade das transformações sociais.

Desse modo, apresentam-se os aspectos conceituais aqui enunciados para que o leitor possa contribuir com a discussão sobre a produtividade teórico-metodológica desta abordagem bem como avaliar sua aplicabilidade nos estudos da comunicação.

## Comunicação na ontologia do ser social

A comunicação é constitutiva do Ser social, isso significa abandonar as teorias que tratam *a priori* a comunicação como consenso<sup>1</sup>, entendimento ou qualquer outro valor relativo à aceitação, resposta. Ao contrário, estudá-la demanda compreender as relações sociais na materialidade concreta do contexto do desenvolvimento histórico e de produção da vida em sociedade para, desse modo, apreender as contradições e entendê-la – a comunicação – no processo histórico das disputas e das lutas entre as classes sociais. Assim, é atribuição das ciências da comunicação estudar o fenômeno comunicacional para identificar os conflitos, o movimento das interações sociais, as relações de comunicação, a cultura e as linguagens que nesse processo afetam as pessoas e toda a sociedade.

Dar conta dessa complexidade demanda compreender a comunicação como aspecto fundante do Ser social. Ela é uma atividade ontológica que constitui o Ser humano no seu percurso histórico. Três aspectos compreendem essa abordagem: a comunicação como ontologia do ser social, assim como o trabalho; a atividade linguageira como inerente ao percurso do desenvolvimento comunicacional humano; e a ergologia – abordagem do trabalho em seu ineditismo criativo e coletivo.

<sup>1</sup> Refere-se aqui sobretudo à proposta habermasiana de razão comunicativa. Sobre a crítica ao autor ler: Antunes (2001) e Aragão (1997).

## Ontologia do ser social

A comunicação se institui, a partir da atividade de trabalho, como necessidade do Ser que trabalha e para a realização do trabalho. Essa compreensão remonta à ontologia do Ser social como filosofia que reconhece o ser humano em sua totalidade objetivada nas relações sociais (LUKÁCS, 2012), isto é, a práxis humana como autoprodução do Ser social. Essa totalidade humana constituída na autoprodução das relações sociais pode ser compreendida aos moldes em que Marx e Engels salientam na *Ideologia Alemã* (2007), ao afirmarem: “a linguagem nasce, tal como a consciência, do carecimento, da necessidade de intercâmbio com outros homens” (MARX; ENGELS, 2007, p. 34-35). Ou ainda, podemos ressaltar a passagem de Alexis Leontiev (2004, p. 92), em que se lê: “No trabalho os homens entram forçosamente em relação, em comunicação uns com os outros. Originariamente, as suas ações, o trabalho propriamente, e a sua comunicação formam um processo único [...]”. Os autores tratam a atividade de trabalho e a atividade de comunicação – binômio comunicação e trabalho – como simultâneas e formadoras de um psiquismo único que é o do Ser humano.

Nessa perspectiva, há consequências para as pesquisas no campo da comunicação ao se entender comunicação e trabalho como um processo fundamental da evolução da espécie e do desenvolvimento das forças produtivas. Exige dos pesquisadores investimentos que vão para além da compreensão da relevância econômica dos meios de comunicação e que possam abranger – na perspectiva da totalidade histórica – as formas organizativas da sociedade e suas implicações políticas, éticas, culturais e associativas. Ou seja, abre-se para as pesquisas do campo da comunicação uma miríade de problemáticas e objetos a serem estudados.

A observação das relações de comunicação no trabalho, na dimensão de fenômeno comunicacional, coloca para nós pesquisadores o desafio de investigar a densidade do *mundo do trabalho* que se constitui como *território* físico e simbólico no qual uma multiplicidade de relações, saberes, ações, poderes e disputas se materializam. No espaço micro do trabalho, ou seja, nas situações concretas de trabalho, as relações de comunicação expressam-se nos gestos, movimentos, discursos normativos denotadores da hierarquia e das metas a serem cumpridas/produzidas e também por gestos, movimentos e discursos de contraposição em diferentes escalas e níveis de intervenção e consequência para as lógicas do trabalho, para a vida das pessoas, para a formação das subjetividades e para as relações de poder.

Assim, a comunicação está presente em todas as técnicas que precisam ser transmitidas para orientar o trabalho. A comunicação está no planejamento do trabalho, na divisão de tarefas, nas ordens disciplinares e na forma de manifestação de chefias e hierarquias. Sobretudo, a comunicação é o elo que permite ao sujeito trabalhar e expressar-se como ser social. A palavra é o signo genuíno da comunicação no mundo do trabalho. A palavra

é aquela que mais se aproxima da atividade de trabalho (SCHWARTZ; DURRIVE, 2007), lhe dá sentido, tem valor, é uma ação permeada pela ideologia. Daí a importância dos discursos que circulam no mundo do trabalho. No mundo do trabalho do jornalista, por exemplo, o produto do trabalho também é discurso e é no discurso e pelo discurso que se identificam as contradições das situações vivenciadas no trabalho.

### Atividade linguageira

Os discursos são formados por inúmeras linguagens, todas aquelas possíveis aos seres humanos. Dentre elas, destaca-se a linguagem verbal que, no dizer de Vygotsky (2005), tem no significado da palavra a unidade sintetizadora da relação linguagem/pensamento e, dessa forma, pertence tanto ao domínio da linguagem quanto ao domínio do pensamento. Para Vygotsky (2005, p. 7-8),

a verdadeira comunicação humana pressupõe uma atitude generalizante, que constitui um estágio avançado do desenvolvimento do significado da palavra. As formas mais elevadas da comunicação humana somente são possíveis porque o pensamento do homem reflete uma realidade conceitualizada.

O autor afirma ainda que a “função primordial da fala é a comunicação, o intercâmbio social” (*ibidem*, p. 6). Assim, podemos depreender que o significado é o resultado da ação humana, da atividade. A produção simbólica materializada no(s) signo(s) resulta da inter-relação atividade de trabalho e de comunicação presente na ontologia do Ser social (LUKÁCS, 2012). Volóchinov<sup>2</sup> (2017, p.96), por sua vez, enuncia que o signo é um fenômeno do *território interindividual* no qual os indivíduos estão “socialmente organizados, ou seja, componham uma coletividade”. Só nesse âmbito “um meio sógnico pode afirmar-se entre eles” (*ibidem*). Essa concepção materialista entende que a “consciência individual não só é incapaz de explicar algo nesse caso, mas, ao contrário, ela mesma precisa de uma explicação que parta do meio social e ideológico” (VOLÓCHINOV, 2017, p. 96-97). Podemos afirmar que a essa mesma compreensão chegaram Vygotsky (2005) e Leontiev (2004) em seus estudos sobre a *linguagem e o pensamento*, no primeiro caso, e *o desenvolvimento da psique*, no segundo.

Os estudos propostos pela analítica do discurso têm base nessa compreensão da linguagem verbal e dialoga diretamente com a concepção filogenética e ontológica explanada anteriormente. Com isso, afirma-se, parafraseando Volóchinov (2017), que a linguagem verbal como comunicação no trabalho é reveladora das mais sensíveis alterações nos processos produtivos.

Portanto, a linguagem verbal é ela mesma uma atividade, à qual estudiosos denominam de atividade linguageira (BOUTET, 2008). A atividade linguageira compõe os processos

<sup>2</sup> Embora já se tenha no Brasil a obra assinada por Valentin Volóchinov como o verdadeiro autor de *Marxismo e filosofia da linguagem* (Editora 34, 2017), remetemos também à Bakhtin porque assim os leitores conheceram a obra até faz pouco tempo.

de trabalho, tanto aqueles registrados nas normas e manuais técnicos, quanto os saberes científicos e a experiência profissional. A atividade linguageira, ou seja, a comunicação verbal, está presente em todas as trocas para a realização do trabalho: as oficiais e as informais, as restritas ao desempenho da tarefa e aquelas relativas à sociabilidade necessária para a vida saudável e inteligente do Ser que trabalha. São, desse modo, as relações de comunicação que se instituem como o elemento que permite o trabalho.

A linguagem no “mundo do trabalho” manifesta-se como expressão de poder e de contraposição das forças políticas e econômicas. Esse lugar/território passa por disputas, está marcado por contradições. Similar às disputas do território local, da cidade e do país, encontram-se ali as marcas das relações de comunicação, confrontadas com as disputas dos embates globais. Ou seja, no micro do trabalho, a sociedade se manifesta, conforme enuncia o filósofo Yves Schwartz (2007).

No mundo do trabalho do jornalista, essas manifestações estão presentes não só na hierarquização da organização do trabalho, na resistência/constrangimento frente às normas, como também na distribuição do prestígio social dado pela empresa de comunicação. A própria empresa reitera ora seu lugar de empreendimento com finalidades de lucro, ora como empreendimento detentor da missão de reportar “a verdade” dos fatos à sociedade.

## Ergologia

Ao situarmos as pesquisas no *território* do mundo do trabalho para a observação das relações de comunicação, nos apropriamos da perspectiva ergológica<sup>3</sup> no que ela pode nos ajudar a compreender as situações particulares de trabalho. Ou seja, as situações de trabalho são complexas e sempre requerem atenção, pois o trabalho é repleto de ineditismos. Em qualquer condição de trabalho, o homem em atividade debate com as normas, sempre renormalizando-as, pois no trabalho empreendemos o movimento pela vida, pela expressão dos coletivos e do Ser social. Observar as relações de comunicação que garantem a existência do trabalho é considerar que os sujeitos produzem, além de um produto ou de um serviço, a comunicação em sociedade, ou seja, produzem a própria sociedade.

A abordagem ergológica também permite polemizar sobre a noção de alienação. Há tratados sobre essa questão, mas de modo simplificado (não simplista) a compreensão do ineditismo da atividade de comunicação e trabalho no âmbito das relações sociais faz ver a historicidade do Ser que trabalha e suas escolhas e valores como manifestação do Ser histórico que é – no dizer de Marx “os homens fazem sua história... embora não a façam de livre e espontânea vontade” (2011b, p. 25). Daí deriva-se que a atividade

<sup>3</sup> A Ergologia é uma abordagem de estudo das situações concretas de trabalho que desenvolve conceitos e métodos os quais sobrelevam o trabalho como atividade humana, daí derivando reflexões filosóficas sobre a produção de conhecimento. Ver: SWCHARTZ, Y.; DURRIVE, L. **Trabalho e ergologia**. Niteroi: Eduff, 2007. Ver ainda nossa apropriação da ergologia para o campo da comunicação em “Atividade de Comunicação e de Trabalho”, na revista *Trabalho, Educação e Saúde*, da Fiocruz, 2008.

de trabalho e de comunicação é a condição objetiva que congrega o particular (Ser histórico) e o geral das circunstâncias sociais em que esse Ser histórico desenvolve suas atividades. A alienação, portanto, é o estranhamento de si e do outro no contexto das relações sociais em que a exploração do trabalho rege o sistema da organização social. No entanto, a atividade de trabalho e de comunicação sempre comporta, contraditoriamente, o inédito, o novo, a transformação que evidencia a historicidade do Ser que trabalha e seu oposto. Isso quer dizer que toda a atividade de trabalho comporta o inédito do Ser que trabalha e a normas antecedentes<sup>4</sup>, as prescrições técnicas do desenvolvimento do conhecimento e os enquadramentos do poder em determinadas condições históricas. Essa contradição é constante e inerente. É preciso entender que a alienação de certa forma e em perspectiva estará presente no processo dialético de apropriação social da atividade do homem que trabalha, pois é a sociedade que regula e desfruta do trabalho. A superação do regime da necessidade, quero dizer, do modo de vida da mercadoria no capitalismo<sup>5</sup>, colocará outros desafios para se entender o trabalho.

## Comunicação e meios de produção

Observar o mundo do trabalho, por meio da comunicação, é, portanto, tratar do conjunto de forças produtivas que sustentam a produção, a circulação e o consumo dos bens em uma sociedade e suas formas culturais. São esses os aspectos para se entender os meios de comunicação na acepção de Raymond Williams: como meios de produção. Ali encontramos nexos teóricos muito relevantes para pensar o trabalho e a comunicação como trabalho.

Para Williams (2011, p. 69),

[...] eles não são apenas formas, mas meios de produção, uma vez que a comunicação e os seus meios materiais são intrínsecos a todas as formas distintamente humanas de trabalho e de organização social, constituindo-se assim em elementos indispensáveis tanto para as forças produtivas quanto para as relações sociais de produção.

Ou seja, se a comunicação é intrínseca a todas as relações de trabalho, o que imaginar quando os meios de produção estão voltados a produzir um produto comunicacional e a impulsionar as relações de comunicação na sociedade? Há, portanto, um quadro específico a ser estudado. Se as formas de organização social foram revolucionadas pelos usos da máquina a vapor, depois pelo telégrafo, hoje os meios de comunicação – do telefone à internet – entram no veio da vida das pessoas como formas de produção e circulação de

<sup>4</sup> Para Yves Schwartz (2006, p. 461), elas “estão na nossa vida, no social e no trabalho”.

<sup>5</sup> Essa discussão nos remete à noção de valor de uso em Marx, visto que a circulação da mercadoria, para sua realização, deve corresponder a um valor de uso. Daí a ideia de que as necessidades são sociais, no âmbito de um determinado sistema social, e histórico, no âmbito do desenvolvimento das forças produtivas (c.f. CARONE, 1992). Ver também: “Para Marx, a mercadoria é identificada por um valor de uso, como tal é uma coisa apta a satisfazer necessidades humanas de qualquer espécie.» (BRAZ, 2013).

sentidos e de representações sociais no cotidiano. Todos esses instrumentos potencializam os meios principais e naturais de comunicação: a linguagem verbal e as linguagens não verbais (gestos, expressões do corpo).

A circulação de notícias, propiciada pelo jornal impresso, por exemplo, alterou as formas de relacionamento, das rotinas diárias da vida das localidades. O modo de produzir tanto a notícia quanto o entretenimento adquire aspectos específicos e demanda conhecimentos especializados das forças produtivas. Eles implicam em técnicas de como fazer, normas e prescrições as quais se tornam *rotinas* produtivas que se institucionalizam atendendo à lógica do modo de produção capitalista. Considerando que todo processo social comporta conflito e contradições, essas são ainda mais intensas no circuito da produção cultural/comunicacional, fazendo com que o controle seja uma arte arquitetada por estratégias persuasivas sofisticadas na elaboração dos discursos. Esse é um indicador do por que os jornalistas, trabalhadores vinculados aos conglomerados de mídia, em sua maioria, reiteram o *modus operandi* instituído nas linhas editoriais.

A aquisição de habilidades para a criação e manejo das linguagens (escrita, leitura, audiovisual) no contexto de convergência de plataformas, coloca novos problemas para os grupos e comunidades sem alterar os dilemas sociais anteriores: de controle dos meios de produção e de acesso a esses meios. Para Williams (2011, p. 77), “é muito mais fácil estabelecer um monopólio capitalista ou de capitalismo de Estado com a radiodifusão do que com o uso de megafones.” E o que dizer da internet e das mídias digitais? Os algoritmos, por exemplo, são desenhados<sup>6</sup> para operar em uma lógica em que a concentração das informações possa ser promovida de forma a aumentar o capital daqueles que o controlam. A distribuição de renda e de poder não estão inscritos nessas *engrenagens produtivas*<sup>7</sup> que denominamos de algoritmos.

Essa discussão tem amplo desenvolvimento na atualidade. Desde as vertentes que veem o trabalho na comunicação como trabalho imaterial<sup>8</sup>, aos que entendem o trabalho nessa área como trabalho do conhecimento. Nós preferimos tratá-lo de trabalho, pois entendemos que todo trabalho comporta conhecimento; até o mais rude dos trabalhos têm em si uma tradição de saberes e técnicas que os possibilitam<sup>9</sup>. O resultado do trabalho humano – um produto material ou imaterial – é sempre fruto do trabalho e o trabalho é sempre a atividade humana em determinado espaço de tempo. Portanto, essa discussão da materialidade ou imaterialidade do trabalho é limitada. A materialidade do trabalho

6 Fabio Maline, professor da UFE, afirma que nos algoritmos há mesmo um modo de pensar, uma filosofia.

7 Nós encaramos os algoritmos como uma « escrita » que reorganiza os meios de produção e as forças produtivas. Eles são novas engranagens produtivas. Esses códigos são desenhados com a lógica própria de reafirmação e fortalecimento do poder econômico e político.

8 A tese do trabalho imaterial tem provocado grandes discussões. Há autores como Lazzarato e Negri (1991) que defendem a mudança do paradigma de compreensão do trabalho na contemporaneidade por meio da observância da imaterialidade do trabalho e, daí, do fim das classes sociais, e a assumpção das multidões. Há também autores com os quais dialogamos mais proximamente como Ursula Huws (2013) que trata do trabalho do conhecimento.

9 Essa é uma perspectiva ergológica, a qual se somam a criatividade e o ineditismo da atividade; os valores que norteiam as escolhas no processo de trabalho; os valores tangíveis e intangíveis. Ver Schwartz (1992).

está em tudo o que produz e permite reproduzir, ou seja, o próprio sistema social. E o trabalho sempre foi imaterial, pois está no Ser social.

Dessa forma, os meios de comunicação na atualidade têm um papel ainda mais complexo a desempenhar na cultura como meios de produção. Eles são imprescindíveis na organização dos processos de racionalização do trabalho. O telefone celular conectado à internet é um meio de produção em diferentes setores econômicos, incorporado à rotina de diferentes profissionais de diferentes níveis de formação.

O sistema econômico, com os novos meios de produção – do qual a internet e os meios digitais são parte fundamental – organiza-se sistemicamente em empresas globais, cujos proprietários dominam os dados e o conhecimento da escrita dos algoritmos, que hoje regulam o trabalho e a circulação de bens em todo o mundo.

### **Mundo do trabalho como *território* dos embates das relações de comunicação**

Para adensar a problematização desse espaço em disputa, o qual denominamos *mundo do trabalho*, cabe refletir sobre a questão do território local e/ou global, e como ele(s) se reflete(m). Para Visibeli (2017, p. 61) o território é o *lugar* de disputa e de controle de poder pelos grandes conglomerados mundiais e regionais de mídia; para nós, a essa noção, acrescenta-se o mundo do trabalho como lugar/território em que essas disputas mais gerais se apresentam densificadas e se mostram nas relações de comunicação. Para Saquet (2007, p. 158-159, *apud* VISIBELI, 2017, p. 62), “no território, existe uma pluralidade de sujeitos, em relação recíproca, contraditória e de unidade entre si, *no* e *com* o lugar e *com outros* lugares e pessoas, identidades”.

Saquet traduz para nosso estudo o que entendemos da complexidade do *mundo do trabalho* como *lugar* particular das “redes de circulação e comunicação”, capaz de revelar o território nacional e global nas tramas por meio das quais se manifestam os debates em todas as esferas da sociedade. O comunicacional é tensionado na circulação de um discurso falseado por efeito de sentidos que têm no dicionário neoliberal, há mais de uma década, palavras/expressões que promovem a aparência de *liberdade* do trabalhador. Esse dicionário neoliberal ganhou vida própria fora do local de trabalho e inunda os discursos em todas as esferas da vida.

Esse deslocamento que fazemos do conceito geográfico de território ajuda a problematizar o mundo do trabalho e permite destacar a comunicação e as relações de comunicação como objeto observável. No caso aqui em estudo, possibilita-nos pensar os territórios como domínios dos conglomerados de empresas de comunicação em nível mundial e local. Esses conglomerados que se estabelecem globalmente objetivam além do lucro, o poder que o controle sobre as relações de comunicação oferece. Assim, o local/território de trabalho do comunicador/jornalista desloca-se, por exemplo, das formas organizativas da empresa tradicional de comunicação, para se colocar em novas configurações, disputas e lógicas produtivas em que o *bem* jornalismo está em questão.



O território da empresa, que disputa o mundo do trabalho também foi analisado por Pierre Dardot e Christian Laval (2016). Para eles esse território é o novo modelo de *empresa neoliberal*, cujo objetivo é a “maior autonomia das equipes, a polivalência, a mobilidade entre os grupos de projetos”... o que se traduz em “enfraquecimento e em instabilidade dos coletivos de trabalho” (*ibidem*, p. 227). A gestão por metas, o autocontrole e a filosofia da liberdade asseguram o desempenho, “transformando necessidades objetivas em objetivos pessoais” (*ibidem*, p. 229), “manipulando as instâncias psíquicas de desejo e de culpa” do trabalhador. O mundo do trabalho confronta-se, então, com a lógica da *empresa neoliberal* e seu arsenal linguístico persuasivo e as contradições reais da atividade de trabalho e de comunicação. Esse confronto se dá na e pela comunicação, ao se perceber que a *novilíngua*<sup>10</sup>, instituída pela empresa, prejudica o trabalho de qualidade e a vida do trabalhador. Exemplos dessas contradições estão expressas em estudos sobre o perfil do jornalista (FIGARO; NONATO; GROHMANN, 2013).

## Dispositivos comunicacionais para operar o estudo de comunicação e trabalho

Esse arcabouço teórico propõe a observação do micro do trabalho a partir da perspectiva do trabalhador. Para tanto, as análises macrossociais são tensionadas e compreendidas nas relações de comunicação enunciadas pelos trabalhadores a partir de suas condições de trabalho. Para fazer operar esse movimento entre as situações de trabalho e as condições mais gerais do jornalista e do jornalismo, observa-se o discurso *no* trabalho, *sobre* o trabalho e *como* trabalho (NOURODINE, 2002). Conquanto a observação, a entrevista e o grupo de discussão tenham sido reiteradamente utilizados, as situações de comunicação no mundo do trabalho requerem conceituação mais adequada para serem observadas e analisadas na sua expressão discursiva. O ferramental capaz de operar dialeticamente esse movimento do local/territorial/geopolítico global e a comunicação no mundo do trabalho foi encontrado no conceito de dispositivo, conforme nos apropriamos dele a partir de Dominique Maingueneau (2001).

Maingueneau é um linguista cuja obra trata dos processos enunciativos e da análise do discurso. Alinha-se à denominada análise do discurso francesa, em que combina criativamente a teoria linguística da enunciação à pragmática e aos aportes da genealogia de Michel Foucault. Essa mescla de tradições teóricas, pode-se dizer, domestica o conceito de dispositivo, tornando-o operacional<sup>11</sup>. Maingueneau retira-o do âmbito mais amplo de conceito teórico-filosófico explicativo da subjetividade/dessubjetivação, para torná-lo um conceito metodológico a partir do qual se pode visualizar e fazer emergir os elos pertinentes a cada situação de enunciação. Vejamos como se manifesta Maingueneau:

<sup>10</sup> Neologismo, traduzido para o português, da obra *1984*, de George Orwell.

<sup>11</sup> Mais detalhes sobre como usar o conceito em “Dispositivos comunicacionais no mundo do trabalho: uma revisão teórica para operacionalizar o conceito”. *Revista Comunicação e Inovação*. v. 18, n. 38 (62-75) set-dez 2017.

Quando tratamos do mídiuim de um gênero de discurso, não basta levar em conta seu suporte material no sentido estrito (oral, escrito, manuscrito, televisivo, etc.). É necessário também considerar o conjunto do circuito que organiza a fala. A comunicação não é, com efeito, um processo linear [...] Na realidade, é necessário partir de um *dispositivo comunicacional* que integre logo de saída o mídiuim. O modo de transporte e de recepção do enunciado condiciona a própria constituição do texto, modela o gênero do discurso. (2001, p. 72, grifos do autor).

Nesse excerto, há algumas pistas do uso conceitual de dispositivo feito pelo autor. Primeiro, o dispositivo é comunicacional, o âmbito do discurso extrapola o texto linguístico para manifestar-se como uma totalidade de linguagens e de coenunciadores dispostos na comunicação. Percebe-se a natureza operativa do conceito e a proposta de que tal operacionalidade se dê como instrumental analítico capaz de revelar os deslocamentos e os efeitos de sentido.

Uma característica importante é a plasticidade do dispositivo comunicacional, para que se compreendam os deslocamentos e efeitos de sentido. Ao alterar um de seus elementos, altera-se todo o dispositivo. Tema, texto, mídiuim, tempo e espaço, coenunciadores formam um dispositivo discursivo-comunicacional que se altera quando um dos seus elementos se alterar.

Para fazer trabalhar a noção de dispositivos comunicacionais nos termos de Maingueneau, pode-se esquematizar as categorias de análise em suportes materiais de produção; situação de difusão; e situação de recepção. Os três elementos que compõem o dispositivo comunicacional remetem às condições de produção dos discursos. Isto quer dizer que o enunciatador deve considerar em seu discurso as condições para produzi-lo, contando com determinada situação de recepção e de difusão, e, ainda, deve ter claro que somente o processo de enunciação do discurso poderá confirmar ou não as estratégias adotadas. A enunciação, portanto, é um momento rico em que a atividade languageira se mostra em todo o seu vigor criativo e inédito, mesmo que conformada pelas condições objetivas do dispositivo comunicacional e das lógicas do sistema produtivo.

As situações de trabalho do jornalista na contemporaneidade passam pela transformação de dispositivo comunicacional, dado pelas alterações dos instrumentos de produção. A redação de um jornal nos anos de 1990 era física, hierarquizada, fragmentada nas especialidades das funções (pauteiro, repórter, redator, revisor, editor etc.) Hoje, as redações são virtuais, as redes são de profissionais multiplataformas e multitarefas, substituindo o *modus operandi* anterior. Observar o trabalho requer compreender como esse novo dispositivo comunicacional se organiza e viabiliza o trabalho.

Avançando um pouco mais sobre a produtividade metodológica do conceito de dispositivo comunicacional, incorporamos a ele a noção de gênero do discurso, conforme o trata M. Bakhtin (1992). Para o autor (p. 279),

A riqueza e a variedade dos gêneros do discurso são infinitas, pois a variedade virtual da atividade humana é inesgotável, e cada esfera dessa atividade comporta um repertório de gêneros de discurso que vai diferenciando-se e ampliando-se à medida que a própria esfera se desenvolve e fica mais complexa.

Bakhtin passa dessa forma a conceituar uma abordagem mais ampla e dinâmica do clássico tema gênero. O autor entende a configuração do conceito em relação às lógicas dos discursos no cotidiano e às lógicas do desenvolvimento da língua em sua função maior: a de comunicação. Para o autor, há os gêneros primários (vinculados à oralidade do cotidiano) e os secundários (mais complexos: institucionais, artísticos, científicos, políticos). Identificamos que no mundo do trabalho esses dois tipos de gêneros (primário e secundário) cruzam-se a todos os momentos. Eles estão referidos nas normas técnicas estabelecidas (gênero secundário) e nos enunciados das trocas verbais cotidianas entre os que estão em atividade (gênero primário).

Desse modo, em síntese, a análise do discurso (ou da atividade linguageira) das situações de comunicação no mundo do trabalho pode ter um ganho metodológico ao acionarmos a noção retrabalhada de dispositivo comunicacional em combinação com a de gênero do discurso.

A embreagem territorial/local/contextual amplia o olhar do pesquisador permitindo-lhe compreender o movimento que vai do micro para o macrossocial, do local para o território global, das relações de comunicação locais e das vinculações que se estabelecem com a totalidade do sistema socioeconômico do capital.

Tratar, por exemplo, do trabalho do jornalista na perspectiva de comunicação e trabalho é estudar o que o jornalista está vivendo no exercício de seu ofício no âmbito mesmo do mundo do trabalho, ou seja, confrontando os desafios das situações concretas de trabalho com as condições mais gerais que reestruturam a profissão de jornalista. Tomar o mundo do trabalho do jornalista, compreendendo as relações de comunicação por meio das falas sobre o trabalho e observar os dados que revelam as mudanças na profissão, a partir dos elementos concretos que caracterizam esse trabalho em determinado local/território (físico e simbólico) são nossos desafios.

## **Para concluir**

A síntese dessa proposta tem o seguinte percurso: a comunicação estuda o fenômeno comunicacional como atividade humana intrínseca ao desenvolvimento ontológico do Ser social. Desse modo, o fenômeno comunicacional é o objeto de estudo da área da comunicação. No amplo espectro de possibilidades permitidas pelo fenômeno comunicacional, estudamos o mundo do trabalho como lugar de produção e de confrontos discursivos nos e dos processos comunicacionais. Esse território/local é híbrido e está

em diálogo com outras territorialidades e por elas percorrem as lógicas do poder do micro ao macrosocial. Desse modo, tem-se o seguinte: há centralidade das mediações do mundo do trabalho na comunicação; os meios de comunicação também são meios de produção e são mobilizados tanto no sentido das reformas neoliberais quanto no sentido da resistência e da transformação. A comunicação que propicia o trabalho, que acontece no mundo do trabalho, extrapola esse território/local e abrange toda a sociedade.

Como conceito operativo para a observação das situações de trabalho, utilizamos a proposta de dispositivos comunicacionais. Com esse conceito operador, acionado em conjunto com o conceito de gênero, temos condições de saber o que observar, como descrever e o que e como analisar o material discursivo.

Essa proposta teórico-metodológica tem orientado um conjunto de pesquisas<sup>12</sup> que permitem ver mais de perto como as relações de comunicação no mundo do trabalho são mobilizadas para conformar ou transgredir as normas, as estruturas, as relações de poder, as rotinas produtivas e os produtos do trabalho. É também o referencial da pesquisa atual sobre os “arranjos alternativos” do trabalho do jornalista, com apoio da Fapesp<sup>13</sup>.

Roseli Figaro é professora doutora no Departamento de Comunicações e Artes da ECA-USP e coordenadora do Programa de Pós-graduação em Ciências da Comunicação da USP e do Grupo de Pesquisa Comunicação e Trabalho.

figaro@uol.com.br

## Referências

- ANTUNES, R. **Os sentidos do trabalho**. Ensaio sobre a afirmação e a negação do trabalho. 6ª. ed. São Paulo: Boitempo, 2001.
- ARAGÃO, L. M. de C. **Razão comunicativa e teoria social crítica em J. Habermas**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1997.
- BAKHTIN, M. **Estética da criação verbal**. São Paulo: Martins Fontes, 1992.
- BOUTET, J. **La vie verbale au travail**. Toulouse: Octares, 2008.
- BRAZ, N. Necessidades humano-sociais. **Argumentum**, Vitória (ES), v. 5, n. 2, p. 123-138, jul./dez. 2013. Disponível em: <http://periodicos.ufes.br/argumentum/article/view/6029>
- CARONE, I. **Necessidade e individuação**. Trans/Form/Ação. São Paulo, v. 15, p. 85-111, 1992. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/trans/v15/v15a05.pdf>.
- CARVALHO, H. Categoria simples na crítica de Marx. (Resenha aos Grundrisse de Marx) **Revista USP**, São Paulo, n. 95, set./out./nov., p. 160-163, 2012. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/revusp/article/download/52248/56285>

<sup>12</sup> As pesquisas do Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho – CPCT ECA-USP/CNPq estão no site [www.eca.usp.br/comunicacaoetrabalho](http://www.eca.usp.br/comunicacaoetrabalho).

<sup>13</sup> Projeto de pesquisa processo n. 2016/06992-3, Fundação de Amparo à Pesquisa no Estado de São Paulo.

- DARDOT, P.; LAVAL, C. **A nova razão do mundo**: ensaio sobre a sociedade neoliberal. São Paulo: Boitempo, 2016.
- FIGARO, R., NONATO, C., GROHMANN, R. **As mudanças no mundo do trabalho do jornalista**. São Paulo: Salta, 2013.
- FIGARO, R. **Comunicação e trabalho**. Estudo de recepção o mundo do trabalho como mediação da comunicação. São Paulo: Anita, 2001.
- \_\_\_\_\_. Atividade de comunicação e de trabalho. **Revista Trabalho, Educação e Saúde**. Fiocruz, 2008.
- \_\_\_\_\_. GROHMANN, R. Dispositivos comunicacionais no mundo do trabalho: uma revisão teórica para operacionalizar o conceito. **Revista Comunicação e Inovação**. v. 18, n. 38 (62-75) set-dez 2017. Disponível em: [http://seer.uscs.edu.br/index.php/revista\\_comunicacao\\_inovacao/article/view/4669/2288](http://seer.uscs.edu.br/index.php/revista_comunicacao_inovacao/article/view/4669/2288)
- HUWS, U. **Mundo material**: o mito da economia imaterial. Revista Outubro. n. 21. 2º semestre de 2013.
- LAZZARATO, M.; NEGRI, A. **Trabalho imaterial**: formas de vida e produção de subjetividade. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.
- LEONTIEV, A. **O desenvolvimento do psiquismo**. São Paulo: Centauro, 2004.
- LUKÁCS, G. **Para uma ontologia do ser social I**. São Paulo: Boitempo, 2012.
- MAINGUENEAU, D. **Análise de textos de comunicação**. São Paulo: Cortez, 2001.
- SOUZA E SILVA, C.; FAITA, D. (Org.) **Linguagem e trabalho**. São Paulo: Cortez, 2002.
- MARX, K. **Grundrisse**. São Paulo: Boitempo Editorial, 2011.
- MARX, K.; ENGELS, F. **A ideologia alemã**. São Paulo: Boitempo, 2007.
- ORWELL, G. **1984**. Paris: Gallimard, [1950], 2017.
- SAQUET, M. A. **Abordagens e concepções de território**. São Paulo: Expressão Popular, 2007.
- SCHWARTZ, Y. DURRIVE, L. **Trabalho e ergologia**. Niteroi: Eduff, 2007.
- SCHWARTZ, Y. Entrevista. Revista Trabalho, Educação e Saúde. Fiocruz. v. 4 n. 2, Rio de Janeiro, set. 2006. Disponível em: [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1981-77462006000200015](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1981-77462006000200015)
- \_\_\_\_\_. **Travail et philosophie**: convocations mutuelles. 2a. ed. Toulouse: Octarés, 1992.
- VISIBELI, J. **Conglomerados midiático regionais**: os meios de comunicação como meios de produção na territorialização do capital. Relatório de qualificação do doutorado. Programa de Pós-graduação em Ciências da Comunicação da USP. São Paulo: ECA-USP, 2017.
- VOLÓCHINOV, V. **Marxismo e filosofia da linguagem**. Problemas fundamentais do método sociológico na ciência da linguagem. São Paulo: Editora 34, 2017.
- YVGOTSKY, L. S. (2005) **Pensamento e linguagem**. São Paulo: Martins Fontes, 2005.
- WILLIAMS, R. **Cultura e materialismo**. São Paulo: Unesp, 2011.

*Artigo recebido em 17/01/2018  
e aprovado em 20/03/2018.*