

Metodologia para o Estudo do Trabalho em Agências de Comunicação¹

João Augusto Moliani ²

Resumo

Pretende-se apresentar algumas questões metodológicas para o estudo do trabalho dos comunicadores, detalhando métodos que podem contribuir para os estudos na área de comunicação organizacional. Expomos a nossa compreensão a respeito do campo da comunicação e a relevância do trabalho para o ser humano, bem como a relação que essas áreas estabelecem na ontogênese do ser social, criando as condições para o desenvolvimento do binômio Comunicação e Trabalho. Investe-se nas áreas de linguagem, comunicação e na ergologia como uma proposta de entendimento do trabalho e do trabalhador e, a partir de pesquisa qualitativa, enfatizamos a observação de campo e entrevistas discursivas.

Palavras-chave

Agências de Comunicação; Comunicação e Trabalho; Metodologia; Pesquisa de Campo; Trabalho.

Devemos considerar que o campo científico é também um lugar de luta política e que isso impacta cada pesquisador, em função da posição que ocupa, da escolha dos problemas que irá enfrentar, políticos ou científicos, e de seus métodos. O político e o científico andam juntos e os conflitos epistemológicos são sempre conflitos políticos, pois não se separa, na competência científica, o que é representação social e o que é competência técnica. (BOURDIEU, 2010)

Desse modo os métodos, ou melhor, as estratégias científicas são definidas pela referência ao sistema de posições políticas e científicas constitutivas do campo científico. Elas também são estratégias políticas. Para Bourdieu, a ideia de que possa existir uma ciência neutra é uma ficção evitada de interesses, o que, não obstante, não significa que esses interesses sejam negativos.

No Brasil, o campo da Comunicação avança sob o signo da transdisciplinaridade com base nas propostas de convergência e de sobreposição de temas e metodologias. A institucionalização do campo (LOPES, 2005) revela uma progressiva afirmação desse seu estatuto transdisciplinar. Nós percebemos esse campo como sendo multi, trans e interdisciplinar, condição que lhe possibilita

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho (GT) Comunicação, Ensino e Estratégias Docentes, atividade integrante do XV Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas.

² Doutor, professor da UTFPR, email: moliani@utfpr.eu.br

“(…) explicar a realidade da sociedade contemporânea e suas formas de expressão (…)” (FIGARO, 2008a, p. 18), sendo “um campo eminentemente do simbólico (…)” (idem, 2008b, p. 112) e “(…) que diz respeito às relações entre sujeitos e subjetividades, numa sociedade complexa e tecnológica” (ibidem, 2009, p. 28).

Com o objetivo de nos posicionarmos perante o campo científico, afirmamos ser necessário colocar a comunicação como protagonista dos processos de compreensão da sociedade contemporânea, considerada a partir dos ambientes econômico, social, político e cultural nos quais ela se constitui. Conforme explica Muniz Sodré (2014, p. 41), “(…) o capitalismo financeiro e a comunicação constituem hoje, no mundo globalizado, um par indissolúvel (…)", ou seja, é imprescindível compreender a comunicação a partir da reorganização capitalista, inclusive porque o capital opta pelo monopólio da governamentalidade e não só pelo controle dos meios de produção (DARDOT; LAVAL, 2016). A comunicação deve ser pensada como um horizonte humano, não esgotado pela dimensão funcionalista ou midiática, abrangendo “(…) uma apreensão política da condição humana no âmbito das novas configurações do capital e da tecnologia” (SODRÉ, 2014, p. 124).

Defendemos que esse entendimento, no entanto, deve se dar a partir dos elementos do próprio campo, que se abre para outras disciplinas das ciências humanas e sociais e comporta também questões sociológicas, linguísticas ou antropológicas. Partimos do princípio de que a comunicação é constitutiva do ser humano, expandindo a compreensão para além das práticas e técnicas profissionais ou o uso de novas tecnologias.

Isso implica, necessariamente, em nos posicionarmos de modo distinto às teorias que tratam a comunicação como fluxo de informação ou aquelas que focam os meios de comunicação e as mudanças provocadas pela introdução de novas tecnologias, tratando “(…) o fluxo de informação, o canal e o código como prioritários em relação aos sujeitos, tomados individualmente e separadamente de seu contexto sócio-histórico” (FIGARO, 2009, p. 28).

O binômio Comunicação e Trabalho foi desenvolvido com a finalidade de colocar a comunicação como uma das áreas protagonistas nos estudos a respeito do mundo do trabalho. Parte-se do princípio que a comunicação organiza, constrói e transforma as redes de sentido que envolvem o trabalhador e a atividade. Teoricamente isso vem dos estudos marxistas que revelam ser o processo de hominização fruto do contato do homem com o mundo e com outros homens

para a cooperação mútua, estabelecendo relações de trabalho e contribuindo para o desenvolvimento do psiquismo e da linguagem humanos.

Quando se analisa o ser humano e percebe-se que o psiquismo é submetido ao desenvolvimento sócio-histórico revela-se a constituição de um sujeito coletivo. Esse tipo novo de relação acarretou modificações anatômicas e fisiológicas profundas, alterando o desenvolvimento psíquico do *homo-sapiens*, possibilitando o aparecimento da consciência e da linguagem, que se manifesta de modo concomitante ao processo de trabalho. “Tal como a consciência, a linguagem é o produto da coletividade, o produto da atividade humana” (LEONTIEV, 2004, p. 92).

A “atividade humana”, um tanto particular, dotou o homem de um psiquismo exclusivo no reino animal, caracterizado por propriedades que possibilitam o reconhecimento da linguagem simbólica. Vygotsky (1987, p. 44) defende que o pensamento verbal não é uma forma de comportamento natural e inata, “(...) mas é determinado por um processo histórico-cultural (...)”, ou seja, se estabelece e se desenvolve a partir da relação com o meio. Mas foi Valentin Volóchinov (2017) quem relacionou o marxismo com a linguagem. Para esse autor, a consciência individual é incapaz de explicar o surgimento da linguagem, mas “(...) ela mesma precisa de uma explicação que parta do meio social e ideológico (...) pois a consciência individual é um fato social e ideológico” (ibid., p. 97). A linguagem, portanto, se estabelece na relação entre o micro e o macrossocial e, no contexto das relações sociais, possibilita a comunicação entre os homens.

Têm-se, deste modo, a configuração do primeiro termo do binômio, reconhecendo-se a comunicação como um processo que se coloca para além dos meios e que se estabelece como imanente ao ser humano. Abre-se assim novas possibilidades aos estudos comunicacionais e torna-se possível avançar nossa compreensão sobre a relevância das ciências da comunicação para o desvelamento das questões relacionadas ao mundo do trabalho.

Esse novo olhar para o campo comunicacional, ancorando seus pressupostos no materialismo histórico dialético, busca relacionar a comunicação com o trabalho, pois também é importante pensar o trabalho a partir da linguagem. Para Josiane Boutet, referida por Yves Schwartz (2014), é preciso considerar que o ser que trabalha é um ser de linguagem, tanto quanto corpóreo. Além disso, a atividade de linguagem dos trabalhadores assalariados, sejam remunerados por *jobs*,

como MEIs ou tendo carteria assinada³, por exemplo, é ao mesmo tempo um fator de produtividade e também uma atividade da produção. Não se deve considerá-la apenas como uma ferramenta, mas um elemento de constituição da vida em sociedade, uma vez que os homens necessariamente estabelecem processos de comunicação uns com os outros por meio do trabalho (LEONTIEV, 2004).

A outra ponta do binômio

O trabalho passa a ter um sentido ontológico desde que destacou o homem dos demais seres vivos que realizam exclusivamente atividades instintivas. O trabalho não é, para o ser humano, uma atividade natural, biologicamente determinada, mas um elemento diferenciador de sua constituição e de sua evolução ao longo da história (MARX, 2011). Um animal, mesmo quando constrói perfeitamente seu ninho, rechaça ataques de predadores ou estoca comida para o inverno, ele está cumprindo um deixar-acontecer "sancionado biologicamente"⁴.

A linha de pensamento que introduz o trabalho como substância essencial de nossa espécie - e fornece o fundamento que sustenta o binômio Comunicação e Trabalho - surge no início do século XIX com Friedrich Hegel. Este filósofo defende que o mundo é resultado do trabalho humano e se estrutura a partir de uma realidade histórica construída de forma coletiva pelos homens. Tal raciocínio servirá de base para a perspectiva do materialismo histórico, que apregoa a necessidade do trabalho fazer sentido para o próprio sujeito, para seus pares e para a sociedade. Quando isso não ocorre, o trabalho torna-se um trabalho alienado. O trabalho fazer sentido é fundamental para possibilitar a construção da identidade pessoal e social do trabalhador, fazendo com que ele consiga identificar-se com aquilo que realiza e constrói.

Acreditamos que para se compreender o trabalho faz-se necessário entender o contexto de produção para além dos diferentes modelos de organização do trabalho, como a Organização Científica do Trabalho (OCT) de Taylor, o Toyotismo ou a Terceira Itália, entre outros. É necessário dirigir o olhar e destacar aspectos importantes como a divisão das tarefas, a divisão das pessoas e como elas lidam com a estrutura hierárquica, os tempos de trabalho e de pausas, os ritmos e as cadências.

³ Na pesquisa exploratória que desenvolvemos antes da tese (MOLIANI, 2016) a maioria dos trabalhadores nas agências era registrada com carteira assinada. Na pesquisa de campo, realizada entre o final de 2017 e meados de 2018, a maioria dos trabalhadores era registrado como Microempreendedor individual (MEI). Quando de nossa defesa (2020), em contato com os pesquisados, fomos informados que todos passaram a ser MEIs.

⁴ Esta expressão foi cunhada por Erwin Wexberg e adotada por Herbert Marcuse.

Mas também isso não basta. É preciso apurar ainda mais o olhar para perceber que as condições de trabalho não são apenas ambientais, do ferramental etc do que Yves Schwartz (2011) chamou de “trabalho stricto sensu”. Elas são estruturais, do sistema econômico, uma vez que as condições de venda da força de trabalho são diferentes em cada lugar, mesmo quando as organizações são similares. Entendendo o trabalho a partir desta visão, podemos promover sua aliança com a comunicação estabelecendo referências para compreender esses dois fenômenos de um modo conjunto.

É preciso estudar o micro do trabalho

Devemos salientar, no entanto, que para fins de estudo do trabalho é essencial ir além das correntes sociológicas e realizar uma abordagem mais concreta. É preciso “(...) buscar a atividade de trabalho por detrás do trabalho (...)” (SCHWARTZ, 2011, p. 20) permitindo sua compreensão como atividade laboral e, ao mesmo tempo, um momento intelectual e vital em que todo o ser do humano se envolve. Perceber o trabalho dessa forma possibilita desenvolver um entendimento diferenciado sobre o ser que trabalha.

É preciso esclarecer que estamos chamando de trabalho designa uma atividade realizada pelo ser humano em seu meio ambiente e que é, ao mesmo tempo, “intelectual”, por estar atrelada à interpretação e à execução do que é definido em anterioridade àquele momento, e “vital”, pois é um tempo da vida, conduzido a partir de uma história local e sujeito às apostas e urgências dos protagonistas do trabalhar. Essa inserção do trabalho como ação intelectual e vital visa caracterizá-lo como algo eminentemente humano e que congrega o pensar e o agir de modo inseparável, diferentemente do que pretendia o Taylorismo.

Desta maneira é possível colocar o trabalho em outra perspectiva, para além da sua significação prioritária ou exclusivamente econômica, possibilitando reconhecer como importantes outras dimensões que muitas vezes são invisibilizadas diante do protagonismo que a ótica economicista tem nas sociedades capitalistas. Schwartz (2011) decide abordar o trabalho no micro nível, “como se sob uma lupa”. Levantam-se novas questões que até então ficavam invisibilizadas como as que tratam sobre o uso que o trabalhador faz de si em sua atividade e o uso de si que é feito pelos outros no ambiente de trabalho, revelando as dramáticas laborais para além das observadas em estudos sociológicos e/ou econômicos.

Schwartz passou a designar o trabalho como atividade industriosa, um termo que se refere à maestria e à habilidade e que é “(...) voluntariamente vago para evitar a palavra trabalho

(...)” (DURRIVE; SCHWARTZ, 2008, p. 26). O conceito de “atividade” significa a colocação plena do sujeito em movimento no trabalho, inclui seu corpo e sua mente, bem como sua história e suas experiências e expressão “industriosa”, se ligada à atividade orientada para uma finalidade.

Constatou-se que “(...) esse campo da experiência humana parecia especialmente propício à interrogação sobre a presença enigmática de uma pessoa, de uma singularidade viva no tratamento de situações a viver” (SCHWARTZ, 2011, p. 260). As observações do trabalho perceberam que o sujeito, mesmo quando havia um uso extremo de si por outros, a partir de conjuntos operatórios altamente prescritos como determinava a OCT, conseguia se desprender e fazer o uso de si por si, demonstrando que o aspecto humano é inseparável da atividade.

O uso da linguagem e a comunicação no trabalho

Nos estudos do binômio Comunicação e Trabalho faz-se necessário tomar a palavra como elemento principal da arena das lutas sociais, uma vez que ela é forjada na dialética entre o que está estabelecido e o que pode vir a ser, em um processo configurado por um conjunto de valores. É a ela que se recorre para a compreensão do mundo do trabalho, relacionando os conceitos desenvolvidos pelo Círculo de Bakhtin com a operacionalização proposta por Michel Pêcheux e outros analistas do discurso, como Dominique Maingueneau, estabelecendo-se os vínculos entre trabalho, linguagem e comunicação (FIGARO, 2008a).

Conforme afirma Bakhtin (2016), todos os diversos campos da atividade humana estão ligados ao uso da linguagem. Essa relação se estabelece por meio de enunciados que refletem as condições específicas e as finalidades de cada campo por meio de três elementos que estão ligados no conjunto do enunciado e são determinados pela especificidade de cada campo: o conteúdo, a seleção dos recursos linguísticos, também chamada de estilo linguístico, e a construção composicional.

Considera-se, para fins de estudo, que o enunciado é a real unidade da comunicação discursiva na qual o sujeito tem uma posição ativamente responsiva em todo o processo, independentemente de sua posição na relação discursiva. Para Bakhtin (ibid., p. 26) “(...) cada enunciado é um elo na corrente complexamente organizada de outros enunciados”. Em diferentes situações, incluindo as situações de trabalho, os participantes mais imediatos da comunicação se orientam na situação momentânea, mas também nos enunciados antecedentes. Com isso podem perceber a vontade discursiva do falante e também a totalidade do enunciado em seus

desdobramentos. É quando o enunciador, um sujeito histórico situado, entra no processo de comunicação e se revela.

A compreensão dos discursos no ambiente laboral se dá a partir dos escritos de Michel Pêcheux, que levam em conta aspectos externos à língua, e compõem a abordagem discursiva. Considera-se, segundo Helena Brandão (2015, p. 21), além do contexto imediato da situação de comunicação, “(...) os elementos históricos, sociais, culturais, ideológicos, que cercam a produção de um discurso e nele se refletem”. Entende-se o trabalho como uma dialética entre o dizer e o fazer e entre o geral e o singular, considerando o sujeito que se expressa.

Foi Josiane Boutet (2016, p. 91) quem destacou a “parte languageira do trabalho”, compreendendo-a “(...) como a contribuição da linguagem e das línguas à realização do trabalho (...)” e constatando que as práticas languageiras no trabalho contribuem de modo variado e variável, dependendo de cada ofício ou setor profissional, para a realização da atividade. Essa autora afirma que “(...) as formas linguísticas, os gêneros, os formatos são eminentemente variáveis de acordo com as diferentes situações de trabalho: desde a interdição da fala que era feita nas fábricas tayloristas até a exploração econômica da conversa nas centrais de atendimento (call-centers) atuais”.

Compreendemos que essa produção da linguagem se estrutura a partir de dispositivos comunicacionais, conforme a abordagem conceitual de Dominique Maingueneau, “(...) como uma proposta analítica para se compreender os processos de comunicação” (FIGARO; GROHMANN, 2017, p. 69). O dispositivo “(...) é tornado operativo, tornando-se um conceito metodológico a partir do qual se pode visualizar e fazer emergir os elos pertinentes a cada situação de enunciação” (idem).

Sabe-se que no mundo contemporâneo há novas formas de oralidade, possibilitadas por novas tecnologias de informação e comunicação, e que diferem da oralidade tradicional, incorporando novos elementos aos dispositivos comunicacionais. Quando se trabalha com materiais verbais torna-se necessário levar em conta alguns parâmetros para a análise, como a existência ou não de contato físico entre os participantes, se há mediação por aparelhos, a situação dos interlocutores ou se os enunciados são efêmeros ou destinados a serem consumidos como gravações, a exemplo do que ocorre em aplicativos de mensagens.

É por conta dessa compreensão acerca da comunicação e do trabalho que acreditamos ser a pesquisa empírica a opção mais adequada para descrever situações concretas e detectar efetivamente como é a rotina de trabalho dos comunicadores.

A pesquisa qualitativa

Em consonância com o que defende Yves Schwartz, acreditamos que para compreendermos o trabalho precisamos ir ver de perto como se trabalha. Especialmente a pesquisa qualitativa possibilita o acesso informações contextuais que podem servir de base a pesquisas explicativas mais desenvolvidas. Essa abordagem sugere uma forma de observação mais próxima do cotidiano dos trabalhadores, buscando reconhecer particularidades e especificidades. Consideramos que o caráter exemplar ou fugaz dos estudos a respeito do trabalho torna esse tipo de estudo resistentes à mensuração e quantificação. As pesquisas quantitativas acerca do trabalho e dos trabalhadores atuam mais comumente no sentido de sua reificação.

Na pesquisa qualitativa, por outro lado e segundo Mario Cardano (2017), as formas de interlocução e as estratégias de observação são adequadas às características dos sujeitos aos quais elas serão aplicadas. Na pesquisa que desenvolvemos tínhamos por objetivo conseguir realizar a observação do trabalho em agências com a mesma atividade-fim, mas distintas no número de trabalhadores, faturamento e perfil de clientes, de modo que pudéssemos ampliar a compreensão das formas de atuação profissional dos comunicadores⁵.

Primeiramente definimos o perfil das agências: elas deveriam praticar como atividade-fim o serviço de comunicação não-mercadológica, tendo como principal produto e/ou negócio (*core business*) a assessoria de imprensa. Apesar de termos buscado contato com pessoas que já conhecíamos da área de comunicação tivemos vários pedidos recusados por diferentes motivos: cláusulas de confidencialidade com parceiros, desinteresse dos responsáveis pela agência, recusa ou receio dos trabalhadores de participarem da pesquisa, entre outros.

Após iniciarmos a pesquisa de campo obtivemos, por intermédio da gerente dessa primeira agência, a abertura de contato com outra agência que também concordou que fizessemos um período de observação. Ambas tinham perfis diferentes, tanto de atuação quanto de clientes e de assessores. Consideramos que a amostra poderia ser definida com ambas.

⁵ Devemos salientar que a pesquisa foi iniciada após a aprovação do projeto à Plataforma Brasil e a aprovação pelo Comitê de Ética em Pesquisa em Seres Humanos da Escola de Artes, Ciências e Humanidades da Universidade de São Paulo (CEP/EACH-USP), buscando preservar os sujeitos da pesquisa.

De acordo com Deslauriers e Kérisist (2008), há dois grandes critérios para julgar a validade dos instrumentos de coleta de dados no modelo qualitativo de pesquisa. Um deles é a capacidade que o instrumento tem de trazer as informações desejadas e o outro é a sua eficácia, isto é, se a sua utilização é adequada no que se refere ao tempo requerido, ao custo e à acessibilidade permitida e possível. A questão está no fato de que, segundo Figaro (2017), não há manual que possa ser entregue ao pesquisador e que aponte um caminho certo para construir o seu instrumento de pesquisa. Com agências de dois perfis distintos nas quais a organização do ambiente, as relações laborais e o volume de clientes e trabalho era distinto, acreditamos que tínhamos condições de observar e compreender a atividade dos assessores.

Um dos preceitos do binômio Comunicação e Trabalho é a adoção de triangulação metodológica, que pressupõe a “(...) utilização de diferentes abordagens metodológicas do objeto empírico para prevenir possíveis distorções relativas tanto à aplicação de um único método quanto a uma única teoria ou um pesquisador” (FIGARO, 2014b, p. 127). A apropriação dessa estratégia de pesquisa, exclusivamente na investigação qualitativa, visa obter um volume maior de informações que possam ser confrontadas e garantir maior fidedignidade aos dados levantados. Segundo Figaro (id., p. 130), a mobilização de diferentes instrumentos, com o objetivo de produzir dados e elementos diversificados, possibilita realizar “(...) a análise e a interpretação em bases mais amplas e na confrontação de informações”.

Seguindo essa linha, no processo de observação, optamos por diferentes métodos de coleta de dados em campo e incluímos a realização de entrevistas, realizadas de modo individual e, em situações especiais, com duplas. Para Deslauriers e Kérisist (2008, p. 140) “(...) geralmente, para a coleta das informações, a pesquisa qualitativa recorre à observação participante e à entrevista. Estas técnicas básicas se completam com o questionário, a fotografia, etc. etc. etc”.

No desenho da pesquisa já havíamos definido que o modelo adotado seria o de observação revelada (CARDANO, 2017), isto é, quando os pesquisados sabem que estão sendo observados, e que necessitaríamos de material de apoio à observação. Desse modo foi solicitado aos trabalhadores das agências que autorizassem a realização de fotografias, gravações de áudio e filmagens dos ambientes laborais das agências para que pudessemos posteriormente perceber elementos que haviam escapado à observação. Além do caderno de campo, optamos por trabalhar com um microfone de lapela, para que as conversas do pesquisador e os sons ambientes fossem registrados e contribuíssem para um relato mais fidedigno desses locais. Mesmo com todos os

aparelhos adotados, para fazermos a observação foi preciso exercitar o olhar buscando o que seria usualmente invisível ou sem importância alguma e atentar para a escuta, que também precisou ser apurada.

A observação na pesquisa é mais que apenas uma contemplação, servindo a um objetivo específico com registro sistemático e submetendo o resultado à verificação e ao controle de validade e precisão. Para Dencker e Dá Viá (2001, p. 147), a observação permite ao pesquisador obter dados sem a necessidade de colaboração de outras pessoas, mas “(...) de modo geral, ela é empregada de forma combinada com outros métodos para a obtenção de informação (...)”, o que torna o procedimento mais valioso e preciso. O método de observação foi sendo valorizado e construído ao longo do tempo por pesquisadores “(...) convencidos de que é necessário transpor as fronteiras do ‘eu’ para tentar compreender o ‘outro’, no que este possui de peculiar” (CAVALCANTE; AZEVEDO, 2014, p. 75).

O trabalho em agência de comunicação coloca o profissional quase todo o tempo diante do computador, de onde ele sai para ocasionais interações com seus colegas ou para atender a necessidades pessoais (ir ao banheiro, comer, tomar café/chá/água etc). Desse modo foi importante a aproximação do pesquisador com os sujeitos da pesquisa, com quem buscamos estabelecer relações de confiabilidade. Deve-se registrar, no entanto, que não é apenas na agência, em frente ao computador, que o trabalho dos assessores é realizado. Há atividades que possibilitam que o trabalho seja realizado, como a preparação do próprio almoço que é levado para o trabalho em marmitas. Boa parte dos trabalhadores realiza essa atividade como estratégia de economia de tempo e de dinheiro.

Todos os profissionais fazem atendimento/visitas a clientes, participam de eventos de clientes, acompanham suas entrevistas na ou com a imprensa, bem como organizam eventos que envolvam clientes, a imprensa e outras categorias de comunicadores como influenciadores e blogueiros. Estivemos presentes em quase todas essas atividades, buscando entrelaçar a observação com diálogos, promovendo interlocuções informais que nos ajudassem a esclarecer pontos que haviam ficado obscuros ou que não compreendíamos adequadamente.

Depois da coleta dos dados foi necessário articular a teoria com o material coletado e demonstrar como eles respondem ao problema de pesquisa que, no nosso caso, era: como as práticas produtivas são renormalizadas pelos profissionais das agências em seu cotidiano? Vivemos em um mundo dominado por normas, com forte expectativa de resultados e essa gestão

do uso de si ocupa um espaço significativo no trabalhar. No entanto ela torna-se cada vez menos visível, menos palpável, mas todo trabalho comporta essa parte invisível, que fica à espera de uma eventual elucidação por parte daquele que trabalha e que irá cobrir, de forma quase imperceptível, os furos das normas. Redescobrir essa parte invisível é contribuir para ampliar a definição do que seja trabalhar.

Além da renormalização da atividade, também percebemos a representação que os valores (vida, saúde, família, religiosidade, respeito, hierarquia etc) têm para cada indivíduo a propósito do que ele estima, prefere ou, ao contrário, do que ele negligencia ou rejeita. Isso refletia, em certa medida, a tentativa de cada um de ter uma certa mestria sobre o meio em que ele se encontra. Segundo Durrive e Schwartz (2008, p. 27) “o indivíduo não inventa sozinho, nem completamente, os seus valores, mas retrabalha incessantemente os que o meio lhe propõe. Nisso, pelo menos parcialmente, ele singulariza-os”.

As falas dos assessores

Paralelamente às observações identificamos que a maior parte das interações dos trabalhadores ocorre de modo digital, tanto entre si quanto com clientes e jornalistas, e buscamos obter os registros desses diálogos ocorridos por meio de sites de redes sociais, aplicativos de trocas de mensagens ou *email*.

Apesar de os métodos de observação servirem para a descrição e compreensão dos comportamentos e da atividade de trabalho, “(...) quando desejamos observar percepções, sentimentos, crenças, motivações ou planos de uma pessoa (...)” (DENCKER; DÁ VIÁ, 2001, p. 157), eles não são tão eficientes. Para isso, nós adotamos também as entrevistas como um dos métodos para compreender o trabalho dos jornalistas, de modo que os trabalhadores pudessem expor suas visões e impressões sobre sua atividade. Devemos considerar que a entrevista, ao apresentar a palavra como símbolo de comunicação por excelência, revela sistemas de valores, normas e símbolos individuais. Ao mesmo tempo ela coloca o entrevistado como uma espécie de portador das “(...) representações de determinados grupos em condições históricas, socioeconômicas e culturais específicas (...)” (MINAYO, 1992, p. 10), complementando a técnica de observação participante.

As entrevistas foram realizadas no modo discursivo, mediante roteiro flexível contendo questões essenciais que norteavam a pesquisa. Isso possibilitou aos trabalhadores a fala sobre o tema, garantindo a devida liberdade para o diálogo, como defendem Santos, Osterne e Almeida,

(2014). Foi uma “conversa com finalidade”, registrada com fidedignidade a partir de gravações e posterior transcrições dos áudios, com a intenção de conseguir “(...) não apenas um conjunto de informações sobre o entrevistado para preencher uma hipotética matriz de dados para submeter à análise (...)” (CARDANO, 2017, p. 172), mas para, através do diálogo, captar elementos que possam revelar relações de sentido mais profundas sobre o trabalho dos jornalistas em agências de comunicação.

O resultado desse encontro são narrações e argumentações que compõem o discurso desses assessores que ora se representam - ou se apresentam - como observadores/testemunhas ou partícipes do trabalho em agências de comunicação, ora aparecem como especialistas nas relações de comunicação entre essas organizações e os diferentes meios de comunicação a depender do que lhes é questionado. No primeiro caso se esperava deles a sua representação dos eventos ocorridos, especialmente dos que efetivamente participaram ou presenciaram. No segundo caso a sua percepção, a partir da experiência, dos rumos da profissão e de sua atividade e para onde eles acreditam que elas se direcionem, as consequências e benefícios disso. Não são papéis estanques, mas que oscilam ao longo das conversas conforme o diálogo é realizado.

Para compreender o discurso dos assessores a partir das entrevistas nós adotamos a perspectiva enunciativo-discursiva que “implica considerar a língua não como instrumento informacional, transparente, mas como polissêmica e opaca (...) e que a discursividade define uma ordem própria, diversa da materialidade da linguagem” (SOUZA-E-SILVA, 2014, p. 282). Por intermédio dessa perspectiva buscamos desvelar “(...) as relações dialógicas entre a atividade real e sua representação, na tensão entre os gêneros da atividade e os gêneros do discurso” (VIEIRA; FAÏTA, 2003, p. 44) expondo a competência e os saberes dos sujeitos que nos parecem “(...) incorporados simultaneamente às maneiras de dizer e às maneiras de agir orientadas a um objetivo comum” (id, p. 50).

Devemos considerar também que na análise do discurso do assessor de comunicação não podemos nos ater a uma questão de vocabulário ou de sentenças, estejam elas presentes em diálogos digitais, colhidos durante o processo de observação ou nas transcrições das entrevistas. Conforme Maingueneau (2008, p. 18), a análise do discurso “(...) depende de fato de uma coerência global que integra múltiplas dimensões textuais”. Nesse sentido, o discurso é considerado como “(...) um sistema de regras que define a especificidade de uma enunciação (...)” (id., p. 19) que se relaciona a uma determinada formação discursiva e se constitui a partir de

um número limitado de enunciados restringidos por essa formação. O modelo da formação discursiva é "(...) um 'sistema de restrições' que recai sobre organizações de sentido e não como uma gramática destinada a gerar enunciados" (ibid., p. 137).

Para compreendermos esse trabalhador é preciso primeiro reconhecer que há um discurso para além dos textos que pretendemos trabalhar e que envolve uma inscrição social de uma atividade que é representada por entidades corporativas e que está em disputa com outras áreas da comunicação (MOLIANI, 2017). Segundo Maingueneau (2015, p. 47), "(...) pensar os lugares independentemente das falas (reducionismo sociológico) ou pensar as falas independentemente dos lugares dos quais são parte pregnante (reducionismo linguístico) é permanecer aquém das exigências que fundam a análise do discurso". Buscamos, desse modo, colocar em relação os enunciados obtidos ao longo do processo de pesquisa e outros discursos que se encontram em concorrência com o desses profissionais, identificando aqueles com os quais estabelecem aliança ou polêmica e buscando, no interdiscurso, fixar os elementos necessários para a análise.

O resultado desse material que inclui observações do pesquisador, além de textos produzidos pelos assessores, diálogos digitais e as próprias entrevistas e suas transcrições compõem algo maior que apenas um conjunto de textos e acreditamos que se enquadram mais como uma "prática discursiva" que, segundo Maingueneau (2008, p. 23), permite "(...) tornar esses textos comensuráveis com a 'rede institucional' de um grupo, aquele que a enunciação discursiva ao mesmo tempo supõe e torna possível".

É necessário salientar que isso tudo faz parte de um recorte arbitrário de um amplo conjunto de enunciados e enunciações e que esta é apenas uma das muitas possibilidades que se têm de analisar e interpretar o discurso dos assessores de imprensa, observado a partir de um gênero discursivo, que é o da entrevista. Em função disso acreditamos que para se compreender como se dá a atividade dos trabalhadores é preciso considerar que tanto o trabalho quanto a comunicação são elementos constituintes da existência humana e ambos forjam realidades históricas, estabelecendo relações sociais e definindo certos padrões de linguagem que são – mais ou menos – comprometidos com a estrutura de poder e o modo de produção vigentes na sociedade.

Conclusão

O que se busca com a adoção do binômio comunicação e trabalho, além de demonstrar a relevância da comunicação para a análise das situações de trabalho, é compreender a partir de que elementos os sujeitos que trabalham fazem suas escolhas, quais são os valores colocados em jogo

quando da realização da atividade, “(...) entendendo a materialidade do trabalho na constituição do ser que trabalha e na sociedade em que ele se insere” (FIGARO, 2011, p. 288). Por meio do estudo da comunicação no mundo do trabalho torna-se possível compreender como se dá a resolução dos problemas enfrentados pelos trabalhadores e como eles mobilizam o conhecimento e estabelecem as redes de ajuda e solidariedade para a resolução dos problemas encontrados no inédito da atividade.

Esses aportes teóricos corroboram a centralidade do trabalho para se pensar a mudança da sociedade, problematizando a comunicação no trabalho e a comunicação como trabalho. Nosso estudo tentou vislumbrar a partir do estudo da atividade concreta do assessor de comunicação quais são as injunções que o aproximam ou o distanciam de outras áreas e de sua própria essência, referenciando a pesquisa no método qualitativo, com observação de campo e registro dessa atividade com apoio de caderno de notas, filmagens, fotografias e gravações de áudio, mas fazendo também a triangulação metodológica e incluindo entrevistas discursivas com os trabalhadores para dar voz àqueles que estão no epicentro do mundo do trabalho.

Acreditamos que dessa forma seja possível ter um resultado mais profundo e fiel da atividades daquelas pessoas que atuam no campo da comunicação.

Referências

BAKHTIN, M. **Os gêneros do discurso**. São Paulo: Editora 34, 2016.

BOURDIEU, P. **Escritos de educação**. Petrópolis: Vozes, 2010.

BOUTET, J. Atividades de Linguagem em Situações de Trabalho. In: **Parágrafo**, São Paulo, v. 4, n. 1, pp. 90-97, fev 2016. Disponível em: <http://revistaseletronicas.fiamfaam.br/index.php/recicofi/article/view/381>. Acesso em 28/11/2019.

BRANDÃO, H. N. Enunciação e construção do sentido. In: FIGARO, R. (org.) **Comunicação e análise do discurso**. P. 19-44. São Paulo: Contexto, 2015.

CARDANO, M. **Manual de pesquisa qualitativa: a contribuição da argumentação**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2017

CAVALCANTE, G. B. e AZEVEDO, M. R. C. Observação participante: O olhar que aproxima e revela. In: ALVES, G.; SANTOS, J. B. F (org.) **Métodos e Técnicas de Pesquisa sobre o Mundo do Trabalho**. Bauru: Canal 6, 2014

DARDOT, P. e LAVAL C. **A nova razão do mundo**: ensaio sobre a sociedade neoliberal. São Paulo: Boitempo, 2016.

DENKER, A.F.; DA VIÁ, S.C. **Pesquisa empírica em Ciências Humanas** . 2. ed. São Paulo: Futura, 2001.

DESLAURIERS, J. P.; KÉRISIT, M. O delineamento da pesquisa qualitativa. In: Poupard, J. et al. (Org.) **A pesquisa qualitativa**: enfoques epistemológicos e metodológicos. Petrópolis: Vozes, 2008.

DURRIVE L.; SCHWARTZ Y. Glossário da ergologia. In: **Laboreal** [Online], Volume 4 Nº1 | jul. 2008. Disponível em <http://journals.openedition.org/laboreal/11665>. Acesso em 02/01/2020.

FIGARO, R. **Relações de comunicação no mundo do trabalho**. São Paulo: Annablume, 2008a.
_____. *Atividade de Comunicação e de Trabalho. Trabalho, Educação e Saúde, Rio de Janeiro, v. 6 n. 1:107-145, mar./jun., 2008b, Disponível em <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=406757016007>> ISSN 1678-1007. Acesso em 14/06/ 2019*

_____. Comunicação e Trabalho: binômio teórico produtivo para as pesquisas de recepção. In: **Mediaciones Sociales**. Madri-Espanha, vol 4. pp. 23-49. /01/. 2009. Disponível em <https://revistas.ucm.es/index.php/MESO/article/view/MESO0909120023A>. Acesso em 02/01/2020

_____. A abordagem ergológica e o mundo do trabalho dos comunicadores. In: **Trabalho, Educação e Saúde** (Online), Rio de Janeiro, vol. 9, supl. 1., pp. 285 – 297, 2011. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1981-7462011000400014&lng=en&nrm=iso>. Acesso em 02/01/2020.

_____. A triangulação metodológica em pesquisas sobre a comunicação no mundo do trabalho. In: **Fronteiras**, São Leopoldo (RS), Vol. 16, n. 2, p. 124 – 131, 2014b. Disponível em <http://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/fem.2014.162.06>. Acesso em 02/01/2020

_____. O trabalho de empiria nos estudos de recepção. In: FIGARO, R. e BRIGNOL, L. D. (org.). In: **Trabalho do pesquisador**: os desafios da empiria em estudos de recepção. Curitiba: Appris, 2017.

FIGARO, R. GROHMANN, R. Dispositivos comunicacionais no mundo do trabalho: uma revisão teórica para operacionalizar o conceito. **Comunicação & Inovação**, PPGCOM/USCS, v. 18, n. 38, pp. 62 – 75, set-dez, 2017. Disponível em http://seer.uscs.edu.br/index.php/revista_comunicacao_inovacao/article/view/4669. Acesso em 03/01/2020.

LEONTIEV, A. **O desenvolvimento do psiquismo**. São Paulo: Centauro, 2004.

LOPES, M. I. V. **Pesquisa em comunicação**. São Paulo: Edições Loyola, 2005

MAINGUENEAU, D. **Gênese dos discursos**. São Paulo: Parábola Editorial, 2008.

_____. **Discurso e análise do discurso**. São Paulo: Parábola Editorial, 2015.

MARX, K. **O Capital**. Crítica da economia política. Vol I, livro Primeiro, O processo de produção do Capital. Tomo I. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2011.

MINAYO, M.C. de S. **O desafio do conhecimento**: pesquisa qualitativa em saúde. São Paulo-Rio de Janeiro, Hucitec-Abrasco, 1992.

MOLIANI, J. A. O trabalho dos jornalistas fora das redações: um perfil de quem atua nas assessorias de imprensa de Curitiba e região. XXXIX CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO. São Paulo, 2016. **Anais...** Disponível em <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-2621-1.pdf>. Acesso em 02 /01/ 2020

_____. A invisibilidade dos trabalhadores-comunicadores da comunicação organizacional: uma reflexão inicial. XXXX CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO. Curitiba, 2017. **Anais...** Disponível em <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-0688-1.pdf>. Acesso em 02 / 01 / 2020

SANTOS, J. B. F.; OSTERNE, M. S. F. e ALMEIDA, R. O. A entrevista como técnica de pesquisa do mundo do trabalho. In: ALVES, G.; SANTOS, J. B. F. (org.) **Métodos e Técnicas de Pesquisa sobre o Mundo do Trabalho**. Bauru: Canal 6, 2014

SCHWARTZ, Y. Conceituando o trabalho, o visível e o invisível. In: **Trab. educ. saúde (Online)**, Rio de Janeiro, v. 9, supl. 1, p. 19-45, 2011. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1981-77462011000400002&lng=en&nrm=iso>. Acesso em 03 jan 2020.

_____. Motivações do conceito de corpo-si: corpo-si, atividade, experiência. In: **Letras de Hoje**, Porto Alegre, v. 49, n. 3, p. 259-274, jul.-set. 2014. Disponível em <https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/fale/article/view/19102>. Acesso em 03/01/2020.

SODRÉ, M. **A ciência do Comum**: notas para o método comunicacional. Petrópolis, RJ: Vozes, 2014.

SOUZA-E-SILVA, M.C. A interface estudos discursivos e estudos ergológicos. In: **Letras de Hoje**, Porto Alegre, v. 49, n. 3, p. 282-289, jul.-set. 2014. DOI: <http://dx.doi.org/10.15448/1984-7726.2014.3.19105>. Acesso em 15/03/2021.

VIEIRA, M. e FAÏTA, D. Quando os outros olham outros de si mesmo: reflexões metodológicas sobre a autoconfrontação cruzada. **Polifonia**, Mato Grosso: UFMT, v. 07, n. 07, p. 27-65, 2003. Disponível em <http://periodicoscientificos.ufmt.br/ojs/index.php/polifonia/article/view/1137/901>. Acesso em 03/01/2020.

VOLÓCHINOV, V. **Marxismo e filosofia da linguagem**: problemas fundamentais do método sociológico na ciência da linguagem. São Paulo: Editora 34, 2018.

VYGOTSKI, L. S. **Pensamento e linguagem**. 3.ed. São Paulo: Martins Fontes, 1987.