

O encontro da comunicação com o trabalho: formas de comunicação na atual lógica organizativa do trabalho

THE ENCOUNTER BETWEEN COMMUNICATION AND WORK: FORMS OF COMMUNICATION IN THE CURRENT ORGANIZATIONAL LOGIC OF THE WORK

L *Claudia Nociolini Rebechi*

Mestre e doutora pelo programa de pós-graduação em Ciências da Comunicação da Escola de Comunicações e Artes (ECA) da Universidade de São Paulo (USP). Pesquisadora do Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho da ECA-USP. Professora do Departamento de Comunicação da Universidade Estadual de Londrina (UEL)

E-mail: nociolini@hotmail.com.

Recebido em 28 de setembro de 2014. Aprovado em 27 de maio de 2015

Resumo

Este artigo propõe pensar a comunicação a partir do mundo do trabalho, tendo em vista as múltiplas manifestações da comunicação na configuração atual do universo do trabalho. Parte-se do pressuposto de que a nova lógica organizativa do trabalho mobiliza formas de comunicação consideradas indispensáveis ao êxito de sistemas produtivos contemporâneos dentro do contexto de reestruturação do capitalismo. Diante dessa abordagem, pretende-se apresentar uma discussão pautada na inter-relação entre comunicação e trabalho, desenvolvida no diálogo com estudiosos das áreas de Comunicação, dos Estudos da Linguagem e da Sociologia do Trabalho.

Palavras-chave: Comunicação e trabalho. Relações de comunicação no trabalho. Lógica organizativa do trabalho.

Abstract

This article proposes to think the communication from the world of work, in view of the multiple manifestations of communication in the current configuration of the world of work. It starts from the assumption that the new organizational logic of work mobilizes forms of communication considered indispensable to the success of contemporary production systems within the context of capitalist restructuring. Given this approach, we intend to present a guided discussion on the interrelationship between communication and work developed in dialogue with scholars from the fields of Communication, Language Studies and the Sociology of Work.

Keywords: Communication and work. Communication relationships at work. Organizational logic of the work.

Introdução

Os entendimentos conceituais sobre comunicação e trabalho podem ser variados e múltiplos entre os estudos inscritos no campo científico da Comunicação. Dentro desse cenário, nem sempre as pesquisas que se focalizam em objetos de estudos relacionados à manifestação da comunicação no mundo do trabalho são semelhantes no tocante às suas abordagens teóricas. Ademais, o tratamento conferido à investigação depende das possibilidades de inter-relações entre comunicação e trabalho percebidas pelo pesquisador.

Não raramente, percebe-se a opção dos estudiosos em tratar o tema comunicação e trabalho dentro de uma perspectiva que ignora a centralidade da categoria trabalho na construção das relações sociais e, conseqüentemente, no desenvolvimento da atividade de comunicação. Nesse sentido, a comunicação é tratada como um elemento autônomo às relações de produção e às relações de dominação presentes no mundo do trabalho.

Ao contrário disso, neste artigo, pretende-se discutir a comunicação a partir do mundo do trabalho, considerando-a, seja como atividade ou como processo, relacionada diretamente às transformações do fator trabalho na sociedade industrial e capitalista.

A partir do final do século XX, o capitalismo demanda mudanças aos sistemas produtivos e à sociedade, mobilizando elementos considerados essenciais que possam apoiá-las e torná-las exequíveis. A comunicação, nesse sentido, é percebida pelos controladores do capital e pelos agentes de uma nova racionalização do trabalho como um fator imprescindível para alterar seus modos de produção, tendo a função primordial de realizar a gestão simbólica das relações sociais nas organizações de maneira a criar um ambiente propício às formas de trabalhar exigidas pelos novos modelos produtivos.

Dado isso, a proposta do artigo é tecer uma discussão sobre as formas de comunicação no universo atual do trabalho, dentro de uma perspectiva que considera a comunicação mobilizada no contexto da nova lógica organizativa do trabalho. E para dar conta desse propósito, primeiramente, situaremos a relação da comunicação com o trabalho, apresentando possíveis entendimentos sobre cada uma dessas atividades e trazendo a lume a abordagem de inter-relação entre comunicação e trabalho da qual compartilhamos. Em um segundo momento, trataremos sobre as formas de comunicação alinhadas à nova lógica organizativa do trabalho com base nas contribuições de estudiosos da Comunicação, dos Estudos da Linguagem e da Sociologia do Trabalho, os quais, sob um esforço interdisciplinar, contribuem na compreensão de determinadas manifestações da comunicação no mundo do trabalho. Por último, no momento dos aportes finais, apresentaremos algumas questões consideradas fundamentais para se pensar a comunicação no mundo do trabalho, dentro da perspectiva discutida ao longo deste artigo.

Inter-relação entre comunicação e trabalho

É possível observar no campo da Comunicação a existência de uma relevante heterogeneidade de temas de pesquisa e de maneiras de delimitar e analisar o objeto de estudo da investigação científica proposta.

Essa diversidade parece estar diretamente ligada às inúmeras compreensões de “comunicação”. Numa consulta, por exemplo, ao dicionário (Houaiss, Aurélio), é possível encontrar várias acepções para o termo que demonstram, de maneira explícita, as possibilidades mais recorrentes de seu uso cotidiano e corriqueiro. Dentro do campo da Comunicação, por sua vez, o termo em questão está submetido ao debate e às disputas muito próprias e específicas de abordagens e linhas teóricas.

No nosso caso, compartilha-se da tendência que busca compreender a comunicação a partir das relações entre os seres humanos, distinguindo-se da abordagem que prefere privilegiar o sentido de comunicação no contexto das práticas e técnicas profissionais, cuja natureza está vinculada a uma demanda instrumental que aceita e compartilha o entendimento de comunicação como transmissão ou transferência de informação.

Essa opção, de caráter instrumental, parece frequentemente confundir o objeto da comunicação com os meios e as técnicas de comunicação. Pressupõe-se, sob esse viés, que a comunicação é um fenômeno criado a partir da necessidade de distribuição de informação e, portanto, prevalece o interesse pelas técnicas em detrimento dos estudos das relações entre os sujeitos. De certo modo, estudos engendrados nesse cenário das técnicas desconsideram quase que por completo a expressividade dos homens – a partir de suas trocas simbólicas – na construção das relações sociais em que se constitui a própria comunicação. Dominique Wolton, questionando essa ótica, resume bem essa visão tecnicista:

Reduzir a comunicação à performance técnica ou negar sua importância humana e democrática é a mesma coisa. O que está no centro da ideologia técnica é fazer da comunicação uma simples técnica. Concretamente, isto significa identificar informação e comunicação. Significa acreditar que a informação cria a comunicação (2006, p. 83).

Pode-se dizer que compreender o objeto da comunicação a partir da especificidade humana, tendo como pressuposto que comunicação é relação entre emissor, mensagem e receptor ativo, criando compartilhamento, troca e reelaboração de sentidos, é uma forma contraposta a essa visão tecnicista criticada por Wolton (2006).

Um outro pesquisador que parece estar alinhado à crítica de Wolton é Francisco Rüdiger ao anunciar que:

As comunicações não devem ser confundidas sem mais com a comunicação: este termo deve ser reservado à interação humana, à troca de mensagens entre os seres humanos, sejam quais forem os aparatos responsáveis por sua mediação. A comunicação representa um processo social primário, com relação ao qual os chamados meios de comunicação de massa são simplesmente a mediação tecnológica: em suas extremidades se encontram sempre as pessoas, o mundo da vida em sociedade (1998, p. 17).

A partir do entendimento de comunicação que Rüdiger (1998) nos coloca, o objeto da comunicação surge das relações entre os seres humanos independente dos meios e técnicas criados ao longo do tempo.

Ao confrontar essas duas perspectivas, uma tecnicista e outra baseada na condição humana, tem-se uma importante questão a ser pensada: a natureza do objeto de estudo da comunicação. Trata-se, em última análise, de um ponto relevante para o pesquisador na sua escolha, entre uma ou outra abordagem teórica, ao delimitar o objeto de estudo de sua pesquisa.

A estudiosa Vera França (2007, p. 42) indica que os objetos da comunicação são aqueles que a própria comunicação aponta como relevantes para a sua conceituação e sua constituição. Na tentativa de conhecer os objetos da comunicação, existe uma articulação entre o que é evidenciado pela necessidade de delimitação do objeto e pelos saberes disponíveis na sociedade: “conhecer significa voltar-se para a realidade, e ‘deixar falar’ o nosso objeto; mas conhecer significa também apreender o mundo através de esquemas já conhecidos” (FRANÇA, 2007, p. 43).

Esse processo de conhecer o objeto da comunicação, segundo nosso olhar, exige a necessidade de problematizar questões que são dadas pela atuação do homem e suas relações com outros seres humanos na sociedade. O mundo do trabalho, sob esta ótica, surge como um lugar privilegiado para pensar a comunicação.

Muitos diriam que admitir tal perspectiva de comunicação, sensível aos aspectos humanos e sociais, não é uma escolha própria do pesquisador, mas uma condição já naturalmente aceita por aqueles que estudam a comunicação no contexto científico. Essas mesmas pessoas afirmariam que não é coerente falar de uma tensão entre as perspectivas de comunicação apontadas antes, pois a ideologia tecnicista de comunicação seria considerada como aquela estritamente ligada ao passado, existente somente num momento inicial dos estudos da área que se pautavam pela temática da cibernética (pode-se citar, neste caso, os estudos da dupla Claude Shannon e Warren Weaver e de Harold Laswell).

Não obstante, o entendimento tecnicista de comunicação persiste e apresenta-se de maneira bastante evidenciada por meio de uma visão utilitarista do que seja “comunicar”.

No que tange às questões de comunicação no mundo do trabalho, por exemplo, o uso da comunicação com o propósito de assegurar uma “boa” distribuição de informações é amplamente admitido.

Dentro dessa abordagem, o que importa é a transferência de informações, de mensagens, entre o comando da empresa e os trabalhadores, entre chefias e subordinados e entre os próprios trabalhadores, que possam gerar uma intercompreensão entre emissores e receptores nas relações de trabalho. Esse ponto de vista propõe que a comunicação é um processo transparente e linear, composto de simples codificação e decodificação de mensagens, cujo êxito depende de uma eficiente ou ineficaz operacionalização de seus componentes. Assim, se o trabalhador questiona uma instrução dada para a realização de seu trabalho, geralmente, considera-se que ele não compreendeu a ordem transmitida. Neste caso, admitir que o questionamento tenha sido gerado porque a forma de gerir a atividade de trabalho estabelecida pela empresa não seja a mais adequada à realização concreta do trabalho é algo inconcebível. Concordar com esse modo de pensar é ignorar as experiências, os saberes, a posição social e a capacidade de julgamento do trabalhador quanto à situação de trabalho da qual ele faz parte.

Comunicação não é necessariamente consenso. Josiane Boutet (2008) afirma que emissor e receptor jamais são clones, nem na vida cotidiana, nem no que se refere à comunicação nas relações de trabalho. As contradições, o mal entendido, a não compreensão são inerentes à comunicação, seja como atividade, seja como processo, pois ela é constituída pela práxis humana.

Refutar a abordagem tecnicista e utilitarista de comunicação traz outras questões importantes: quais opções teórico-metodológicas são as mais apropriadas para o estudo da comunicação de modo a tentar entender sua constituição ligada diretamente ao desenvolvimento da atividade humana e das relações sociais? Como delimitar o objeto da comunicação dentro dessa ótica?

Certamente, há várias respostas possíveis que oferecem caminhos a serem percorridos pelos pesquisadores inscritos no campo da Comunicação. Quanto ao nosso caso, optamos por percorrer um percurso pautado pela inter-relação entre comunicação e trabalho.

Alinhados a essa escolha, compartilhamos do pensamento apresentado pela pesquisadora Roseli Figaro (2008a, 2008b). Em seus estudos, ela defende, no geral, duas questões fundamentais para uma proposta de estudo do binômio comunicação e trabalho. A primeira delas diz respeito à centralidade do trabalho na constituição das relações sociais e, conseqüentemente, das relações de comunicação, haja vista que a comunicação tem sido permanentemente admitida como elemento essencial da lógica organizativa dos processos produtivos em sociedades industriais e capitalistas. A segunda questão, complementar à primeira,

entende que a atividade de trabalho e a atividade de comunicação são essencialmente atividades humanas; são engendradas pelo homem. Somente ao homem é possível trabalhar e comunicar, e essas duas atividades possibilitam-lhe construir sua realidade social, sendo que comunicação e trabalho aparecem indissociáveis. A atividade de trabalho depende da ação do homem e essa práxis humana é articulada pela atividade de comunicação.

Dentro dessa perspectiva, entende-se que no momento em que o trabalho foi dividido entre aqueles que pensam a maneira de produzir e os que realizam o trabalho, a comunicação acaba se tornando instrumento daqueles que possuem mais força política neste processo, sendo estes representados pelos controladores dos modos de produção. Se, em algum momento do desenvolvimento da história, a comunicação servia, em grande medida, para possibilitar a ação conjunta entre os homens na sociedade, agora a comunicação tem também outros usos, como indica Figaro: “na sociedade capitalista globalizada, a comunicação extrapola do âmbito das relações genéricas do ser social em relação ao trabalho, para constituir-se em elemento do processo produtivo de riquezas e acúmulo de capital” (2008a, p. 30).

A compreensão do mundo do trabalho, e a própria atividade de trabalho, está sujeita a um contexto das relações de classe capitalistas, em que a exploração dos trabalhadores em prol dos objetivos organizacionais por maior produtividade e outros ganhos, favorecendo os controladores do capital, é algo inerente às relações de trabalho. Admite-se, nesse tipo de reflexão, a existência de uma imposição de hierarquias e o uso do poder para pressionar o trabalhador a se conformar às obrigações e às normas impostas nas situações de trabalho, colocando-o num cenário misto de constrangimentos e pressões.

Ao mesmo tempo, não se nega, dentro da abordagem do binômio comunicação e trabalho, que, embora as formas de opressão exercidas sobre os trabalhadores possam ser reinventadas constantemente, as formas de resistir a elas também persistem e ganham novas facetas.

Sob esse viés, a comunicação é entendida como algo que transcende a função de transmissão de informação, não se confundindo com ferramenta ou técnica nem tampouco podendo ser controlada totalmente, seja por um só indivíduo, por um grupo de pessoas ou por qualquer organização da sociedade. Considerando que a comunicação e o trabalho são atividades essencialmente humanas, engendradas pelo homem, essas são dialéticas e complexas.

Formas de comunicação alinhadas à nova lógica organizativa do trabalho

Quando procuramos conhecer a constituição do mundo do trabalho e suas transformações ao longo da história, percebemos que a comunicação manifesta-se por meio de formas diferenciadas e com funções também diversas.

Não obstante, se considerarmos o desenvolvimento da comunicação – seja como atividade, seja como processo – na configuração atual do universo do trabalho nas sociedades industriais e capitalistas, vamos encontrá-la, inegavelmente, integrada aos sistemas produtivos e de consumo contemporâneos como um elemento indispensável para o seu êxito. Uma expressão disso, talvez considerada uma das mais mobilizadas pelas formas de gestão e organização do trabalho, aparece no uso da comunicação enquanto aparato tecnológico.

Em face aos processos produtivos cada vez mais complexos, as tecnologias de informação e de comunicação (TICS) têm sido apropriadas, operacionalizadas e permanentemente atualizadas por trabalhadores de diversas categorias profissionais, dentro e fora de empresas, para uma realização mais eficiente de sua atividade de trabalho em conformidade com os objetivos determinados por seus empregadores e/ou pelo propósito de acumulação de capital.

A socióloga Ursula Huws (2009), dentro dessa abordagem, constata que os “trabalhadores de escritório” gastam boa parte de seu tempo de trabalho manuseando computadores e que as habilidades solicitadas para operá-los, bem como seus inúmeros acessórios, como diferentes softwares e a própria Internet, modificam, de certo modo, a natureza de diversas ocupações profissionais, que ganham formas de rotinização e mercadorização. Não é incomum que médicos e advogados, por exemplo, agora chequem seus e-mails frequentemente ao longo do dia, sem contar que um número considerável desses profissionais criou blogs próprios para esclarecer dúvidas de seus pacientes e clientes fora de seus consultórios e escritórios.

Do mesmo modo, os procedimentos para a realização do trabalho dos jornalistas também sofreram transformações estruturais com o desenvolvimento das TICs e sua ampla incorporação pelas relações de produção. Carlos Scolari (2008) explica que esses profissionais têm vivido uma profunda mutação das suas rotinas de trabalho e das modalidades de realização de seu produto. Exige-se cada vez mais do jornalista o domínio de diferentes meios e linguagens, de uma ampla gama de ferramentas geradas pelas TICs e que ele seja capaz de tramitar entre variados assuntos. Esses níveis de polivalência exigidos ao jornalista no mercado de trabalho devido ao uso da comunicação “tecnológica” em sua atividade também são constatados nas investigações coordenadas por Figaro (2013). Com base em dados obtidos por meio de pesquisas empíricas com jornalistas do Estado de São Paulo, Figaro (2013) também verificou, entre outros aspectos, que a reestruturação das rotinas produtivas do trabalho dessa classe profissional, iniciada nos anos 1990 e promovida, em boa parte, pela inserção de novas plataformas e pelo aprofundamento da convergência midiática, contribuiu para a condição ainda mais precária dessa classe trabalhadora.

O uso mais hábil das TICS e de suas ferramentas na realização do trabalho, no entanto, não é a única manifestação da comunicação no mundo do trabalho. A comunicação, como lógica organizativa e motriz dos processos produtivos, também é mobilizada de outras formas em compasso com o processo recente de reestruturação produtiva do capital apontado por Ricardo Antunes (2005).

Segundo esclarece o sociólogo brasileiro, as configurações atuais do mundo do trabalho no Brasil integram novos modelos organizacionais e tecnológicos e novas maneiras de organização social do trabalho que resultaram em inéditas formas de acumulação flexível. Diante disso, novos padrões sociotécnicos são incorporados pelas empresas com base em ampla redução da força de trabalho e terceirização de mão de obra, no deslocamento de plantas e unidades produtivas, na flexibilização e desregulamentação dos direitos sociais dos trabalhadores, em ações de “qualidade total”, bem como outros componentes inspirados do ideário toyotista. Antunes (2006) explica que as pesquisas realizadas em empresas de diversos setores da economia brasileira – automotivo, bancário, têxtil, dentre outros –, mesmo quando apresentam elementos próprios de seus processos de produção, concebem um ponto importante em comum: a “precarização” da força de trabalho. Isto é, homens e mulheres vivenciam sua vida no trabalho dentro de um contexto de degradação de seus direitos e de sua força coletiva.

Em meio a essa configuração do mundo do trabalho analisada por Antunes, a comunicação aparece como uma forma elaborada e eficiente de adequar os comportamentos e as maneiras de pensar e agir da classe trabalhadora às necessidades produtivas e tecnológicas do capital. A pesquisa realizada por Nise Jinkings (2000) sobre a reestruturação do trabalho no setor bancário brasileiro, nessa direção, indica a existência de uma política de “comunicação interna” desenvolvida pelos bancos para tentar convencer os bancários da legitimidade dos propósitos da empresa quanto às suas formas de gestão e organização do trabalho. Focalizada no contexto do processo de modernização dos modelos produtivos e das relações de trabalho de que trata Antunes (2006), essa pesquisa com os bancos expressa um determinado uso da comunicação que se manifesta de maneira mais evidente no mundo do trabalho após a década de 1970, não só no Brasil como também em outros países, como é o caso da França, por exemplo. Sobretudo, é neste momento que a atividade de comunicação e suas estratégias são concebidas de forma mais patente como um instrumento útil para a mobilização da subjetividade de trabalhadores e trabalhadoras, no sentido de envolvê-los em prol da lógica de trabalho articulada pela classe dirigente.

Danièle Linhart (2007, 2010) esclarece que na França um grande número de reformas dos sistemas produtivos – semelhantes em alguns aspectos aos que vem ocorrendo no

Brasil – também propiciou outro desenho para o universo do trabalho, sobretudo no que tange ao engajamento dos trabalhadores nas empresas. Amparada por mais de duas décadas de pesquisas de campo sobre a modernização das empresas diante da reestruturação do capital e das modificações das relações de trabalho impulsionadas dentro desse processo, a socióloga francesa sustenta a hipótese de que o comportamento dos assalariados tem sido uma das principais preocupações das estratégias gerenciais.

Sob esta ótica, aos empregados são demandados a adaptarem-se às exigências de polivalência, de cooperação, de flexibilidade, de mobilidade e de transparência integradas aos modos atualizados de produção e de gestão e organização do trabalho das empresas modernas. A ideia é conseguir a confiança do trabalhador aos propósitos organizacionais e nas decisões de suas chefias, bem como a sua anuência às condições de realização do trabalho impostas pela estrutura empresarial.

Tal envolvimento dos empregados à lógica de trabalho das empresas modernas, conforme indica Linhart (2007, p. 109), é operacionalizado, dentre outras formas, por meio de uma estrutura hierárquica menos rígida, colocando os funcionários em “situação de intercâmbio, de confronto e, sobretudo, de homogeneização de suas práticas, de suas linguagens e de suas filosofias profissionais”. Dentro do mesmo propósito, a comunicação é acionada de modo a incorporar a subjetividade do trabalhador à racionalidade determinada pela empresa. Como bem diz a socióloga, a comunicação de empresa ganha importância expressiva em meio à tentativa de controle do engajamento, da subjetividade dos trabalhadores: “Nunca tantos assalariados foram saturados por um número tão grande de informações, mensagens, imagens, todos voltados ao mesmo objetivo: obter a adesão dos assalariados [...] de sua boa fé” (LINHART, 2007, p. 111).

Em concordância à mesma linha de pensamento, Stéphane Olivesi (2006) vai dizer que a emergência da comunicação no cenário atual de reestruturação do capital traz consigo novas formas de poder que procuram adequar as relações de dominação dentro das empresas à evolução das relações de produção. Ao admitir a sua função de neutralizar, atenuar e tentar eliminar qualquer contra-discurso, a “comunicação interna”, sob este olhar, define-se como a expressão de oposição às reivindicações e insatisfações dos trabalhadores. Interessa à gerência, em compasso com o seu projeto de “modernização” das relações sociais no ambiente interno da empresa, conter qualquer contestação à filosofia, à cultura e aos valores organizacionais postos em circulação pela classe dirigente. Não surpreende, desse modo, a pressão sofrida por empregados para conhecer e reproduzir o discurso oficial das empresas por meio dos materiais de “comunicação interna”. Segundo afirma Christophe Dejours essa indicaria “as linhas mestras do conformismo em relação à evolução do espírito da casa” (2007, p. 71).

Nessa mesma perspectiva, as pesquisas coordenadas por Linhart (2007, 2010) também demonstram que o uso da palavra nas relações de trabalho dentro das empresas tornou-se, mais que um instrumento de sociabilidade, um recurso para a realização da produção e uma ferramenta de gestão de pessoas. O diálogo, a expressão de opiniões, as sugestões, as trocas de informação são estimuladas como maneiras de gerar dispositivos “participativos” em contribuição à padronização de discursos e práticas dentro das organizações. Tais dispositivos, segundo afirma a socióloga, instituem certa democracia no ambiente interno da empresa, solicitando maior engajamento dos empregados no processo de modernização organizacional e promovendo uma relativa e dissimulada valorização do trabalhador como aquele que desempenha um papel protagonista nos rumos e no funcionamento da organização.

Dentro de uma abordagem semelhante, os estudos da sociolinguista Josiane Boutet (2008, 2010) sobre as práticas languageiras no mundo do trabalho reafirmam que a comunicação se manifesta nos modelos atuais de gestão das empresas com uma função explicitamente produtiva. As exigências de cooperação e de flexibilidade aos empregados, bem como a pressão que sofrem para mobilizar de maneira cada vez mais intensa seus saberes e sua inteligência a favor dos modelos de organização do trabalho impostas pela gerência, têm acionado a atividade languageira dos trabalhadores de uma maneira nunca antes vista. Saber “comunicar-se”, sob este viés, tornou-se uma competência profissional, haja vista que a comunicação e o acesso à informação tornaram-se elementos centrais na configuração atualizada dos modos de trabalhar.

Se por muito tempo o uso da comunicação foi considerado sem grande utilidade na avaliação do rendimento do trabalhador devido à predominância do modelo taylorista/fordista na gestão e organização do trabalho em empresas, em que geralmente a palavra e a fala eram interdidas (BOUTET, 2008), atualmente saber “se comunicar” tornou-se, na ótica dos empregadores e do *management*, um dos requisitos mais significativos do bom desempenho de praticamente qualquer trabalhador. A comunicação e a linguagem passam a ser consideradas fatores de produtividade (ZARIFIAN, 1996). Considera-se a linguagem como um “recurso natural” no desenvolvimento do trabalho e, desse modo, os assalariados precisam dispor de um “capital comunicativo” (BOUTET, 2008, p. 9).

Não por acaso, nos dias de hoje, é muito difícil encontrar um ofício, uma ocupação, uma profissão, um emprego que não demande de homens e mulheres sua participação nas relações de comunicação de organizações onde são funcionários. Exige-se dos empregados que assimilem informações emitidas dentro e fora da empresa, que opinem, que cooperem, que construam conhecimento, que questionem decisões pouco produtivas, que estejam em interação constante com as chefias e com outros trabalhadores na organização, que estejam

preparados para responder aos questionamentos dos consumidores e de outros grupos da sociedade quanto às políticas empresariais que envolvem o desenvolvimento de seu trabalho.

As transformações tecnológicas e organizacionais pelas quais o trabalho tem passado solicitam do indivíduo uma atuação mais eficaz – seja pela escrita, seja pela oralidade – sobre as representações simbólicas dos sistemas produtivos, estimulando o surgimento e o desenvolvimento de profissões centradas nesse tipo de questão. Cabe um exemplo. É o caso dos operadores e das operadoras das centrais de atendimento de empresas, uma recente categoria de trabalhadores chamados por Boutet (2008) de “trabalhadores da linguagem”. A sociolinguista francesa explica que as plataformas dessas centrais não apresentam um caráter homogêneo. Seu funcionamento pode variar entre centrais telefônicas com uma racionalização rigorosa (60 segundos por chamada, por exemplo) e outras que operam para desenvolver atividades de aconselhamento que, mesmo padronizadas, exigem de maneira mais intensa a mobilização da subjetividade do assalariado. Em todo caso, no entanto, não se trata somente de informar um cliente ou de operacionalizar uma tarefa, mas, especialmente, é demandado ao trabalhador argumentar, resolver problemas e convencer seus interlocutores por telefone. Surge, então, uma categoria profissional cujo trabalho depende quase que integralmente da mobilização da linguagem.

Percebe-se que todas essas discussões, localizadas em pesquisas de estudiosos de diferentes áreas do conhecimento – sobretudo a Comunicação, a Sociologia do Trabalho e os Estudos da Linguagem – demonstram que a comunicação, associada à racionalidade dos sistemas produtivos e à lógica da reestruturação do capital, tem se manifestado no mundo do trabalho de modos distintos e com diferentes funções. Ao mesmo tempo, essas investigações revelam que é difícil refletir sobre o trabalho e o seu universo sem levar em conta o mundo da comunicação.

A comunicação emerge do mundo do trabalho mais expressivamente dentro de um processo de reorganização da produção e de transformações tecnológicas que demandaram políticas alternativas aos modelos até então dominantes de gestão e organização do trabalho.

Aportes finais

Nota-se que no campo científico brasileiro da Comunicação a temática comunicação e trabalho, sob uma perspectiva associada à evolução das relações de produção e de dominação social, merece mais estudos e pesquisas. Não seria um equívoco, até mesmo, indicar que as manifestações da comunicação no mundo do trabalho têm sido um objeto de estudo mais destacado por pesquisadores fora do campo da Comunicação do que propriamente dentro dele.

Alguns, no entanto, poderiam nos dizer que muitos pesquisadores do campo da Comunicação estão, sim, há muito tempo dedicando-se a estudar o assunto. Seríamos alertados de que, especialmente, os estudiosos focalizados nas investigações sobre a comunicação nas organizações já têm apresentado, desde o surgimento dos pioneiros programas de pós-graduação *stricto sensu* em Comunicação no Brasil, suas produções científicas no que diz respeito à comunicação no trabalho. Outros ainda indicariam que o tema da comunicação no trabalho sempre esteve presente nos estudos do campo da Comunicação por meio das pesquisas que tratam sobre a rotina do trabalho do comunicador, na maioria das vezes destacando o trabalho do jornalista. Contudo, a nosso ver, trata-se de investigações que, em sua maioria, ainda pouco se ocupam em tentar compreender as inter-relações que surgem do encontro da comunicação com o trabalho sob uma abordagem crítica, embasada na complexidade dos processos históricos, políticos e econômicos motrizes da sociedade.

No caso dos estudos centrados na questão da rotina do trabalho dos comunicadores, raros são aqueles que ultrapassam os limites interpretativos da descrição dos mecanismos de produção constituintes das profissões de comunicação a partir das exigências do mercado de trabalho e dos interesses de seus empregadores. Esses estudos não reconhecem as dinâmicas conflituosas das relações de produção e, com isso, podem contribuir para naturalizar as condições mais precárias do trabalho dos profissionais de comunicação em prol do processo de acúmulo de capital. Refletir sobre a atividade de trabalho dos comunicadores certamente pode ser um dos caminhos para se pensar a comunicação no mundo do trabalho. Essa opção, por outro lado, poderia gerar questionamentos e respostas mais ricos se estivesse articulada a um debate sobre as contradições e os impasses sofridos por esses trabalhadores na realização concreta de sua atividade de trabalho.

Quanto às pesquisas de comunicação em/das empresas/organizações interessadas no fator trabalho – geralmente conhecidas pela denominação “comunicação organizacional” ou “comunicação interna” –, encontramos um foco de estudo sobre a comunicação no trabalho ainda mais carente de diálogo com as questões fundamentais que movem o universo do trabalho. Talvez o maior problema que essa linha de investigação enfrenta esteja na dificuldade de distinguir o ambiente da empresa do “mundo do trabalho”, conforme já alertaram Rebecchi e Figaro (2013). Pois a partir do momento em que o mundo do trabalho é reduzido ao universo empresarial, as relações de trabalho constituídas na sociedade ganham menos peso ou tem boa parte de suas dimensões ignoradas dentro de uma abordagem que privilegia a análise do funcionamento da empresa. Nesse sentido, geralmente, a empresa é reconhecida como um sistema organizacional autossuficiente, encerrado em si mesmo, que, por si só, dá conta da resolução dos conflitos inerentes às relações interpessoais e às relações de trabalho que o integram.

Ademais, grande parte dos estudos de “comunicação interna” rejeitam três pressupostos fundamentais para se pensar a comunicação nas relações de trabalho em organizações: a comunicação é constituída nas dinâmicas ligadas às relações de produção, isto é, a comunicação emerge do mundo do trabalho concreto, mesmo que o foco de análise seja as relações simbólicas (o da linguagem, por exemplo); a gênese da comunicação integra as relações de força, de dominação, de coerção que permeiam as relações entre trabalhadores e seus empregadores/direção nas organizações, haja vista que os conflitos de classe são gerados, em grande medida, pelas relações de produção do sistema capitalista em que vivemos – desse modo, a comunicação não é uma fonte autônoma de poder; e, por fim, a comunicação não se reduz a mecanismos de transmissão de informação, tampouco é sinônimo de mídia.

Esse último pressuposto citado, talvez, seja o que mais cause equívocos nas pesquisas que optam analisar a comunicação nas relações de trabalho em organizações enquanto se desconsidera as dinâmicas do universo do trabalho. Isso porque as concepções tecnicistas de comunicação estão em busca de um improvável consenso no mundo do trabalho. Os interesses entre a classe trabalhadora e o patronato, por exemplo, são historicamente distintos e conflituosos entre si e, provavelmente, sempre serão dentro do sistema capitalista. Mas o viés tecnocrático ignora as tensões intrínsecas às relações sociais e coloca a comunicação como uma ferramenta neutra diante dos impasses das relações de trabalho. A ideia de comunicação como transmissão de informação, inspirada nos paradigmas balizadores das “teorias de comunicação” projetadas na primeira metade do século XX, é naturalizada de modo a justificar os conflitos que o processo de racionalização do trabalho gera. Quando vista dessa forma, a comunicação teria a função de provocar uma intercompreensão entre emissores e receptores por meio de transferência de informações.

As concepções tecnicistas de comunicação, nessa direção, ganham um lugar privilegiado nas filosofias de gestão de empresas, haja vista que as tensões nas relações de trabalho são tidas, em grande medida, como o resultado de uma ineficiente transmissão de informação da direção aos empregados. Uma “boa” comunicação, nessa concepção, seria aquela que assegurasse uma recepção “correta” de informações pelos trabalhadores por meio de técnicas capazes disso. Dito de outro modo, essa concepção estritamente informacional da comunicação procura ocultar as relações de força e de poder inscritas no mundo do trabalho.

Diante disso, pensar a comunicação a partir do mundo do trabalho também é uma oportunidade de refletirmos sobre os conceitos que a comunicação tem adquirido ao longo do tempo. E no momento em que compartilhamos do pressuposto de que o fator trabalho é uma categoria central na constituição das relações sociais, então, o mundo do trabalho

mostra-se como uma dimensão, de fato, privilegiada de manifestação dos sentidos atribuídos à comunicação na sociedade.

O mundo do trabalho contempla diversos e diferenciados entendimentos do que seja “comunicar”. Algumas concepções de comunicação são legitimadas em determinado momento histórico e outras não. Saber quais serão perpetuadas e quais serão recusadas depende, em grande medida, das dinâmicas resultantes das lutas sociais entre os que procuram racionalizar o trabalho e aqueles que vivenciam cotidianamente o prescrito do trabalho.

Percebemos, por fim, que pensar a comunicação a partir do mundo do trabalho oferece ao pesquisador uma valiosa chance de tentar compreender um pouco mais sobre a relação do homem com a sociedade.

Referências

- ANTUNES, R. *O caracol e sua concha: ensaios sobre a nova morfologia do trabalho*. São Paulo: Boitempo, 2005.
- ANTUNES, R. *A era da informatização e a época da informalização: riqueza e miséria do trabalho no Brasil*. In: _____. (Org.). *Riqueza e miséria do trabalho no Brasil*. São Paulo, Boitempo, 2006. p. 15-25.
- BOUTET, J. *La vie verbale au travail*. Des manufactures aux centres d’appels. Toulouse: Octarès, 2008.
- BOUTET, J. *Le pouvoir des mots*. Paris: La Dispute, 2010.
- DEJOURS, C. *A banalização da injustiça social*. 7. ed. Rio de Janeiro: FGV, 2007.
- FIGARO, R. *Relações de comunicação no mundo do trabalho*. São Paulo: Annablume, 2008a.
- FIGARO, R. Atividade de comunicação e de trabalho. *Revista Trabalho, Educação, Saúde*, Rio de Janeiro, v. 6, n. 1, p. 107-145, mar. 2008b.
- FIGARO, R. (Org.). *As mudanças no mundo do trabalho do jornalista*. São Paulo: Atlas/Salta, 2013.
- FRANÇA, V. V. O objeto da comunicação/A comunicação como objeto. In: HOHLFELDT, A. et al. (Org.). *Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências*. Petrópolis: Vozes, 2007. p. 39-60.
- HUWS, U. A construção de um cibertariado? Trabalho virtual num mundo real. In: BRAGA, R.; ANTUNES, R. (Org.). *Infoproletários: degradação real do trabalho virtual*. São Paulo: Boitempo, 2009. p. 37-58.
- JINKINGS, N. *Trabalho e resistência na “fonte misteriosa”*: o trabalho dos bancários em face da reestruturação capitalista. 2000, 384 f. Tese (Doutorado em Sociologia) – Departamento de Sociologia do Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2000.
- LINHART, D. *A desmedida do capital*. São Paulo: Boitempo, 2007.
- LINHART, D. *La modernisation des entreprises*. 3. ed. Paris: La Découverte, 2010.

- OLIVESI, S. *La communication au travail*. Une critique des nouvelles formes de pouvoir dans les entreprises. 2. ed. Grenoble: Press Universitaires de Grenoble, 2006.
- REBECHI, C. N.; FIGARO, R. A comunicação no mundo do trabalho e a comunicação da organização: duas dimensões distintas. *ANIMUS: Revista Interamericana de Comunicação Midiática*, São Paulo, v. 12, n. 24, p. 1-23, 2013. Disponível em: <http://cascavel.ufsm.br/revistas/ojs-2.2.2/index.php/animus/article/view/10811/pdf_1>. Acesso em: 08 jul. 2015.
- RÜDIGER, F. *Introdução à teoria da comunicação: problemas correntes e autores*. São Paulo: EDICON, 1998.
- SCOLARI, C. *Hipermediaciones: elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Espanha: Gedisa, 2008.
- WOLTON, D. *É preciso salvar a comunicação*. São Paulo: Paulus, 2006.
- ZARIFIAN, P. *Travail et communication*. Paris: Presses Universitaires de France, 1996.