

Configurações contemporâneas do trabalho e constituição de um eu-trabalhador como “unidade de negócio”

Patrícia Aparecida Machado¹
Iara Tatiana Bonin²

RESUMO

Sob as lentes dos Estudos Culturais, em sua vertente pós-estruturalista, o presente artigo discute a constituição de um perfil de trabalhador contemporâneo que tem sido instigado a gerir sua carreira e sua força produtiva na forma de uma unidade de negócios, ajustando-se a preceitos de uma sociedade concorrencial. Ao selecionar para discutir, neste texto, reportagens e classificados de quatro edições do Caderno *Pense Empregos*/Jornal Zero Hora, focaliza-se o caráter pedagógico da mídia e suas formas de colaborar para a constituição de um eu-trabalhador conformado a uma racionalidade empresarial líquido-moderna e às novas exigências do mercado de trabalho que potencialmente valoriza a flexibilidade, o dinamismo e a competitividade como desejáveis. Diante das posições mercadológicas de oferta e demanda, o trabalhador precisa converter-se em mercadoria desejável e vendável, buscando vencer a concorrência a partir do capital de que dispõe – conhecimento, capacitação, qualificação.

Palavras-chave: Estudos Culturais, Mídia, trabalho, novas subjetividades

Contemporary work configuration and constitution of a worker self as a ‘business unit’

ABSTRACT

Through the Cultural Studies lens in its poststructuralist strand, this paper discusses how the constitution for the profile of the contemporary worker has been encouraged him/her to manage his/her career and productive force in a business unit, fitting to principles of competition. By selecting reports and classified ads from four issues of *Caderno Pense Empregos* in the newspaper *Zero Hora*, we focus on media’s teaching character and its ways of encouraging a worker self in tune with a liquid modern corporate rationale and new demands of the labour market valuating flexibility, dynamism and competitiveness. Before marketing positions of offer and demand, the worker needs to become desirable vendible commodity, seeking to beat the competition with the capital you have: knowledge, capacity and qualification.

Keywords: Cultural Studies, Media, Work, New subjectivities.

¹ Mestre em Educação pela Universidade Luterana do Brasil (ULBRA)

² Doutora em Educação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Professora no Programa de Pós-Graduação em Educação (PPGEDU) da Universidade Luterana do Brasil (ULBRA).

A produção desse artigo deriva-se de uma pesquisa mais ampla, desenvolvida no mestrado em Educação, que tomou como questão investigativa as pedagogias e os processos de significação do trabalho e do trabalhador contemporâneo no *Caderno Pense Empregos* do Jornal Zero Hora. Acreditamos, como pesquisadoras, nas contribuições oferecidas ao discutir a participação do jornal na arena cultural em que se insere, na produção de uma subjetividade “trabalhadora” contemporânea atrelada aos interesses neoliberais e de uma sociedade de consumo. Entendemos que o caderno *Pense Empregos* coloca em funcionamento uma pedagogia cultural que pode ensinar o trabalhador a se inserir no mercado de trabalho e/ou a manter sua empregabilidade, a partir da constituição de certas premissas que indicariam uma subjetividade cada vez mais voltada para o mercado, para competitividade, para autonomia e, principalmente, para que o trabalhador se assuma como uma unidade de negócio.

Podemos dizer que o referido periódico investe em certos ensinamentos quando apresenta em sua trama jornalística perfis profissionais, características e atributos relevantes a determinados cargos e profissões, bem como receitas, dicas e perfis que supostamente seriam bem recebidos no mercado profissional contemporâneo. Nesse sentido, o periódico coloca em evidência um sujeito profissional que estrategicamente se molda conforme as leis de mercado – competitividade e lucratividade – e que, diante das posições mercadológicas de oferta e demanda, converte-se em mercadoria desejável e vendável buscando vencer a concorrência a partir do capital de que dispõe – conhecimento, capacitação, qualificação. Há um apelo, nas reportagens do jornal, para que o trabalhador realize investimentos constantes em seu “capital” como forma de “maximizar” seu potencial e gerar retorno destes investimentos.

CONFIGURANDO UM EU-TRABALHADOR COMO UMA UNIDADE DE NEGÓCIO

Inúmeras foram as mudanças na forma de viver e pensar o trabalho desde os arranjos produtivos artesanais, nos quais os trabalhadores tinham domínio do processo produtivo. Uma nova ordem, chamada industrial, que se precipitava no final do século XVIII, principalmente na Inglaterra, desconectou o vínculo “natural” entre terra, trabalho humano e riqueza. Essa nova era e sua rede conceitual além de permitir a separação dos trabalhadores

de seus meios de sustento, também permitiu que a produção e a troca deixassem de estar inscritas em um modo de vida mais geral e amplo, podendo o trabalho, bem como a terra e o dinheiro, serem considerados uma simples mercadorias. Assim, a capacidade de trabalhar se viu livre para se mover, para ser colocada em diferentes usos, recombinações, integrando outros arranjos, que “se congelasse em um fenômeno de direito próprio – uma coisa que podia ser tratada como todas as coisas são, isto é, ‘manuseada’, movida, unida a outras ‘coisas’ ou colocada em separado” (Baumam, 1995, p.29). No entanto, esse momento histórico foi sendo substituído por outra ordem, desta vez pré-projetada, construída, um produto do pensamento e da ação racional. Uma vez descoberto o trabalho como uma fonte de riqueza, a razão assumiu a tarefa de minar e explorar esta fonte de forma mais eficiente e jamais vista. Era o nascimento de um “novo começo” traduzido em novos moldes, planejado e inventado, descoberto pela capacidade humana de pensar, onde nada poderia ser deixado em sua forma presente se esta pudesse ser melhorada, tornada mais útil e efetiva.

A era industrial traz o grande como significado de poder, ambição e coragem, e as grandes fábricas, cheias de maquinarias e numerosos operários instauraram uma ordem racional que estabeleceu um horizonte, um ideal de tendência universal de seu tempo em que todos os empreendimentos da época lutaram para atingir. Esse ideal se constituía na busca por ligar o capital e o trabalho em uma união indissolúvel, um casamento para toda a vida, fortificado pela mutualidade de dependência, pela lealdade, pela busca por segurança. Nesse sentido, Bauman (2001) vai nos dizer que a “modernidade pesada” se constituiu pelo tempo do compromisso entre capital e trabalho apoiado e “remercantilizado” pelo Estado que garantia a sobrevivência das partes. Os horizontes de tempo da “modernidade pesada” eram de longo prazo derivados da expectativa nascida da experiência de que os respectivos destinos estariam entrelaçados de maneira inseparável por um longo tempo, ou, melhor dizendo, para sempre. Na vida social prática, este foi o tempo da construção de regularidades, normas e padrões firmes e estáveis, o que significou tornar mais eficiente os movimentos e criar rotinas para os comportamentos.

Na versão atual da modernidade, chamada por Bauman (2001) de “líquida”, espalhada e desregulada há um rompimento entre capital e trabalho, e um dos lados adquiriu autonomia, ou seja, o capital cortou sua dependência do trabalho e adquiriu liberdade de movimento. O capital se tornou extraterritorial, globalmente pensante e globalmente atuante, leve o suficiente para que se submetam às suas demandas. Na prática, a tentativa de captura do

capital significa impostos baixos, poucas regras e um “mercado de trabalho flexível”, uma população trabalhadora dócil, sem resistência organizada a quaisquer decisões que o capital possa tomar. Diante das características de volatilidade do capital, compromissos e dependências se tornaram, no mínimo, pouco sábios, e se ocorrerem, poderão restringir o movimento, tornando-se empecilhos para a competitividade, eliminando as chances de maior produtividade. A sabedoria e os sinais de sucesso gerencial encontram-se, na atualidade, centrados em uma nova política de rompimento e de não compromisso. Mas as fontes principais de lucros tendem a ser cada vez mais as ideias, e não mais os objetos materiais. “Uma ideia é produzida apenas uma vez e depois se mantém trazendo as riquezas, dependendo do número de pessoas comprometidas como compradores/ clientes/ consumidores, e não do número de pessoas comprometidas em replicar o protótipo” (Bauman,1995, p.40). Nesse sentido, o que conta, ou que traz valor para a organização são os comportamentos, as qualidades expressivas e imaginativas, o envolvimento pessoal na tarefa a desenvolver. O desempenho, agora, não tem a ver apenas com a tarefa desempenhada, mas sobretudo, tem a ver diretamente com as pessoas, com a capacidade de enfrentar imprevistos, de identificar e de resolver os problemas. Para tanto, é necessário que os aqui chamados de “colaboradores” entrem no processo de produção com toda sua bagagem cultural adquiridas em sua vida cotidiana através de suas vivências em jogos, esportes de equipe, disputas, atividades musicais, teatrais, entre tantas outras. São essas atividades que vão desenvolver a vivacidade, a capacidade de improvisação, de inovação e de cooperação. É esse “saber vernacular que a empresa pós-fordista põe para trabalhar, e explorar” (GORZ, 2005, p.19).

A organização contemporânea, para se tornar competitiva, busca seus diferenciais na vida cotidiana de cada um, pois nela se encontram as competências e as capacidades de que ela necessita. Aqui se encontram os vestígios das grandes diferenças entre os trabalhadores da manufatura ou das indústrias *taylorizadas* e daqueles do pós-fordismo. Se os primeiros só se tornavam operários depois de serem despojados dos saberes, das habilidades e dos hábitos decorrentes da cultura do cotidiano, submetendo-se a uma divisão parcelada do trabalho, da regularidade sem questionamentos e da imposição de um comando que a máquina industrial lhe transmitia. Do trabalhador ou colaborador pós-fordista, ao contrário, espera-se que entre no jogo da produção e do trabalho com toda sua bagagem cultural como diferencial, como um aporte que lhe constitua como uma mercadoria desejável. Afinal, o saber, o conhecimento, as habilidades, as informações, a inteligência geral constituída como sua bagagem cultural está se tornando a principal força produtiva, fonte

de criação de valor e de lucro. Desta forma, o capital tudo tende a fazer para capitalizar essa bagagem de conhecimento individual, para fazê-lo corresponder aos interesses pelos quais o capital funciona e existe. Para Gorz (2005, p.31), “o conhecimento deve economizar mais trabalho do que originalmente custou, deve submeter ao seu controle a utilização que dele é feita; e, enfim, deve-se tornar a propriedade exclusiva da firma que o valoriza incorporando-o nas mercadorias que com ele se produzem”. Em outras palavras, as organizações buscam se apropriar dos conhecimentos, habilidades e saberes de maneira a incorporá-los aos seus produtos e serviços, como forma de inovação, criação e diferencial competitivo dentro de seus processos produtivos, pois o valor está na capacidade de mudança e de inovação permanente, na produção de sentido. Para tanto, essas organizações, possibilitam o desenvolvimento de uma inteligência coletiva que transcende a soma de contribuições individuais, favorecem a autonomia, a cooperação e a auto-organização, o dar-se à produção.

No atual contexto contemporâneo, nos esclarece Lazzarato e Negri (2001) dizendo que se exige um perfil de trabalhador pensante, capaz de imprimir sua “alma” no desempenho de suas atividades. É de se pensar ainda que “a organização do trabalho nas empresas poderíamos dizer que passou [...] do trabalho em equipe à atividade em rede”, tal como afirma Lazzarato (2006, p.110), na qual seus membros não estão vinculados às relações e estruturas hierarquizadas, mas ao dinamismo e a uma constante reconfiguração de si mesmos, exigindo, assim, cooperação constante, capacidade de troca de informação e conhecimento como diferencial competitivo. Diante de um mercado altamente concorrencial, a velocidade, a fluidez, o dinamismo e a comunicação vão fazer a diferença e, sendo assim, são demandadas daqueles que desejam se manter como mercadoria desejável e vendável. Esta é a lógica que permeia as relações organizacionais inseridas em uma sociedade de consumidores, o que respalda a exigência de trabalhadores com perfis diferenciados.

Nesse sentido, não é de se admirar que na atualidade a ligação do capital seja, acima de tudo, com os consumidores. O capital é dependente para manter sua competitividade, efetividade e rentabilidade com os consumidores, sendo seu itinerário guiado pela presença ou ausência de consumidores ou mesmo, pelas chances de se produzirem consumidores, ou seja, de gerar e alimentar a demanda com ideias em oferta. Argumentamos, assim, que o conjunto de capacitações, aptidões, habilidades, conhecimentos, destrezas pessoais e profissionais, ganha um valor de mercado, e é visto como alvo de um

investimento contínuo, compondo-se como uma mercadoria negociável. O trabalhador é impelido a investir mais em si como forma de compor um eu-trabalhador capaz de atender às exigências do mercado. Neste sentido, Para Gadelha Costa (2009), o trabalhador transmuta-se em um “indivíduo microempresa”, e pensamos que ele se ajusta aos imperativos do presente – ao assumir a responsabilidade pelo seu próprio aprimoramento e composição de seu diferencial frente à concorrência, o trabalhador se reconfigura como um ser autônomo que luta para competir, para vislumbrar e criar oportunidades, apropriando-se de seu potencial negociando-o como uma mercadoria frente a seus pares – assim, pode-se dizer que o trabalhador assume a si mesmo como uma unidade de negócio ou como um empreendimento. Ao comodificar-se³, ele deve negociar sua mercadoria mais preciosa – seu eu-trabalhador – pelas regras de um mercado altamente competitivo. Configurar-se como unidade de negócio pressupõe assumir uma filosofia de mercado, uma postura focada em resultados e na constante busca por oportunidades, viver sob o imperativo permanente de investir em si para se tornar vendável, desejável e competitivo.

Tomamos a alegoria das unidades de negócios para pensar o trabalhador contemporâneo inspirada na conceituação de Maximiano (2011) quando diz que o descentramento das empresas em unidades de negócio torna-se necessário quando uma empresa cresce e passa a atuar em territórios distantes, diversificados ou quando busca atender a clientes com necessidades ou anseios particulares, ou ainda, quando trabalha com produtos ou serviços distintos uns dos outros. A partir de uma ou mais dessas características, a empresa se fragmenta em unidades de negócios com certa autonomia para atender às demandas delas decorrentes, em busca de melhores resultados financeiros. Conforme Maximiano (2011, p. 90), “o princípio é dar autonomia a cada unidade de negócio para cuidar de seu mercado”, com o objetivo de aproveitar as diferentes oportunidades e obter maior lucratividade.

A lógica empresarial reorganiza as relações do trabalhador consigo mesmo e com seu ambiente laboral. O trabalhador que assume as atuais premissas do mercado deve ser leve, flexível, atento às oportunidades, capaz de deslocamentos para obter resultados, o que o orienta a mover-se entre ofertas e oportunidades, desenvolvendo uma atitude propositiva frente aos desafios profissionais (também significados como oportunidades).

³ Nas análises pós-estruturalistas de Bauman (2008), o termo comodificação diz respeito ao processo pelo qual as pessoas, na “sociedade de consumo”, transformam-se em mercadorias, em bens de consumo.

Nessa direção, podemos então, dizer que um indivíduo que se configura como uma unidade de negócio, a partir do princípio de autonomia para cuidar de seu negócio, assume na contemporaneidade a responsabilidade sobre suas ações e escolhas. Se antes o indivíduo trabalhador vivia tutelado pelo estado e pelas associações coletivas, hoje, ele é jogado à própria sorte. Viver em condições pós-modernas significa dizer que vivemos em uma sociedade onde a individualização é um destino e não uma escolha, ou seja, os riscos e as contradições continuam sendo produzidos socialmente, apenas o dever de lidar com eles é que estão sendo individualizados. Assim, assumir-se como um eu-trabalhador configurado como uma unidade de negócio bem sucedido significa assumir a responsabilidade de seu empreendimento, financiar seu desenvolvimento, buscar e saber aproveitar oportunidades, desenvolver uma visão de mercado focada em resultados, fazer valer seus investimentos para assim conquistar maior lucratividade, como dono de seu próprio negócio.

CADERNO PENSE EMPREGOS – UM PRODUTIVO ARTEFATO CULTURAL

Os Estudos Culturais, perspectiva teórica que orienta este trabalho, possibilita discutir aquilo que tem circulado na mídia impressa e compreender como se pode aprender a ser trabalhador de certo tipo, não propriamente nos espaços formais de qualificação ou de formação, mas numa rede de práticas cotidianas e de mensagens difusas. Assim, analiso o jornal como um artefato cultural, apoiada na acepção de Hall (1997), de que artefato cultural é tudo o que é produzido socialmente, criando significados que instauram políticas de identificação.

Dessa forma, ao produzir e dar visibilidade a determinados discursos e representações sobre perfis profissionais, o Caderno *Pense Empregos* atua pedagogicamente (re)inventando, moldando e constituindo perfis adaptados aos preceitos contemporâneos, ou seja, um eu-trabalhador capaz de se adequar às demandas de uma sociedade de consumo. Esse eu configurado como uma unidade de negócio é narrado em reportagens, pequenas histórias, depoimentos e classificados e nisso também se expressa o caráter pedagógico do artefato.

Para realizar nossas análises, utilizamos como material empírico o Caderno *Pense Empregos* que compõe a edição dominical de um dos jornais de maior circulação da região sul – o Jornal *Zero Hora* – editado pelo Grupo RBS (Rede Brasil Sul de Telecomunicações), na cidade de Porto Alegre/RS.

Conforme o *site* deste jornal⁴, ele foi fundado em quatro de maio de 1964, pelo empresário Ary Carvalho. Sua circulação ocorre sete dias por semana e atinge a um variado público, embora se possa dizer que ele seja direcionado, principalmente, a médios e altos grupos sociais. Os objetivos do Caderno *Pense Empregos* estão relacionados à publicação de reportagens na tentativa de ajudar os profissionais e os recém-formados com dicas sobre o mercado de trabalho, vagas de empregos, cursos e concursos.

É possível visualizar, no Caderno *Pense Empregos*, que uma pedagogia cultural se realiza a partir de três estratégias: a primeira diz respeito a certo tipo de visibilidade construída e atribuída a certas qualidades que devem conformar o trabalhador em tempos atuais; a segunda, pela incorporação da voz do narrador e reinvenção das trajetórias de trabalho, que assumem um tom exemplar; e a terceira relaciona-se ao ato mesmo da leitura – quando um leitor lê o jornal, encontra representações de um trabalhador ajustado aos novos tempos. Ele pode ver a si mesmo e o que poderia constituir sua identidade, passando a ser este o foco de seus investimentos. Assim, ele pode narrar a si mesmo, retomando memórias desse eu-trabalhador reconfigurado como uma unidade de negócio.

Ao assumir o Caderno *Pense Empregos* do Jornal Zero Hora como um artefato cultural, também o fazemos como um espaço produtivo para discutir algumas estratégias pedagógicas a partir das quais se pode aprender sobre as atuais configurações do trabalho e sobre as formas de ser trabalhador. Consideramos que, em suas tramas, se exerce uma pedagogia que captura, de maneiras e intensidades variáveis, os leitores e opera para convertê-los, em certo sentido, em mercadorias desejáveis. E o caderno *Pense Empregos* de 16 de novembro de 2014 traz uma mensagem bastante significativa em sua capa: “*Habilidade de vender qualidades pessoais requer boa comunicação, preparo e formação continuada*”, o que nos leva a entender que mais do que informar ou entreter o leitor, os jornais colaboram na constituição de identidades, favorecendo a aderência a um certo tipo de perfil desejável e necessário ao contexto contemporâneo, líquido-moderno. Para examinar a produtividade deste artefato e as pedagogias que nele se configuram, selecionamos seis reportagens do referido caderno do período compreendido entre setembro e dezembro de 2012.

⁴ Disponível em <http://www.zerohora.clicrbs.com.br>; acesso 15/06/2013

A partir das reportagens selecionadas, discutimos algumas práticas a partir das quais um eu-trabalhador pode se reconhecer como alguém com certos atributos e características valorizados e apresentados como importantes no atual contexto histórico – uma sociedade de consumidores na qual tudo se converte em mercadoria, o que imprime um novo ritmo às relações e práticas cotidianas, como salienta Bauman (2005).

Larrosa (1998, p. 64) nos fala das “tecnologias do eu” como “os mecanismos práticos que criam, regulam e modificam uma experiência subjetiva de si mesmo”. Ele cita Foucault para definir as tecnologias do eu como aquelas que

permitem que os indivíduos realizem, por seus próprios meios ou com a ajuda de outros, um certo número de operações sobre seus próprios corpos e almas, pensamentos, condutas e formas de ser, de forma a se transformarem, a fim de obter um certo estado de felicidade, pureza, sabedoria, perfeição ou imortalidade.

E é a partir do entendimento de “tecnologias do eu” como práticas sociais interacionais que sistematicamente produzem autorreflexão, que o referido autor nos apresenta cinco dimensões fundamentais que vão constituir os dispositivos pedagógicos e que vão agir na produção e mediação da experiência de si: a estrutura básica da reflexão, o ver-se; a estrutura da linguagem, o expressar-se; a estrutura da memória, o narrar-se; a estrutura da moral, o julgar-se; a estrutura do poder, o dominar-se. Não é nossa intenção utilizar essa categorização como uma fórmula, nem tampouco dar conta de todas essas dimensões. Escolhemos as dimensões do ver-se e do narrar-se para nos auxiliar a pensar como se configura, nas páginas examinadas do Caderno *Pense Empregos*, um eu-unidade de negócio. Seguindo a trilha analítica deste autor, pensamos ser possível entender, em parte, o funcionamento dessas tecnologias no artefato analisado, e sua dimensão constitutiva de algumas formas de ser trabalhador.

Para discutir algumas reportagens do Caderno *Pense Empregos*, destacamos do esquema analítico de Larrosa dois processos – a estrutura básica da reflexão, o **ver-se** e a estrutura da memória, o **narrar-se**, que, numa apropriação bem particular, tomaremos para analisar algumas estratégias utilizadas no jornal para tornar visível um eu-unidade de negócio.

VER-SE COMO UM EU-TRABALHADOR, UNIDADE DE NEGÓCIO

Larrosa (2002) nos fala de uma metaforização ótica do autoconhecimento, o ver-se como forma de compreensão do autoconhecimento, que ocorreria através de dois movimentos. Primeiramente, ele nos apresenta a metáfora do espelho como uma possibilidade de “reflexão” capaz de apresentar à mente sua própria imagem exteriorizada através do exercício de “voltar-se para si mesmo”, ou “voltar-se para trás”, examinando a própria imagem exteriorizada. Mas esse “olhar para si mesmo” é conduzido por “um algo exterior, convertido em objeto, no qual a pessoa possa se ver a si mesma” (*Ibidem*, p.59). Um segundo movimento estaria ligado, segundo o autor, ao reconhecimento em si, de certas características, de prestar atenção a elas ao dirigir o olhar para si. Nesse sentido, é possível pensar no movimento que potencialmente um leitor fará quando se deparar com a descrição da vaga e do que se deseja do candidato contemporâneo. Tomo, assim, alguns recortes de edições do Caderno *Pense Empregos*, para seguir com nossa argumentação.

Um anúncio em 06/10/2012 (Caderno *Pense Empregos* – ZH) - vagas de Motorista e Almoxarife - refere que para concorrer à vaga de motorista, será desejável que o candidato atenda a certos critérios concretos – “*ter concluído a Educação Básica; ter experiência; ter disponibilidade para viagens*”. Contudo, o anúncio acrescenta outras características – “*dinamismo, organização e responsabilidade*”. Ao buscar tal emprego, o leitor potencialmente deveria ver-se nessa descrição, encontrando referências que o credenciem. Ainda mais, o potencial candidato deveria ver em si (ou encontrar em seu “interior”) marcas de tais atributos, ou seja, ele teria que se ver dinâmico, organizado e responsável ou assumir para si a tarefa de assim proceder. Ainda no mesmo anúncio observa-se que a vaga para almoxarife é apresentada demandando do candidato: “*ensino médio completo, conhecimentos de informática e experiência anterior. Dinamismo, organização, comprometimento e bom relacionamento pessoal*”. Para as duas vagas, os candidatos deveriam enviar currículo e pretensão salarial. Outra vez, é possível pensar em quantos aspectos podem ser levados em conta por um candidato às vagas: ver-se nas descrições constantes no anúncio; negociar consigo e encontrar elementos que o vinculem a algo polissêmico como ser dinâmico, etc.; organizar um currículo dando ênfase a estas “exigências”; perguntar-se “quanto vale meu trabalho, meu empenho, minha organização, meu dinamismo?”, e negociar esse “valor” com a noção do “quanto vale, no mercado, o trabalho de um motorista ou de um almoxarife”.

Retomando as argumentações de Larrosa (2002), pode-se dizer que diversas instâncias e práticas culturais vão criando formas de visibilidade – e o jornal participa neste processo quando “abre o objeto ao olhar e abre, ao mesmo tempo, o olho que observa” (p.61). Isso significa dizer que o sujeito e o objeto do olhar, ou o que é visível e o olho que vê fazem parte de um mesmo movimento. Ao descrever o que deve ser o trabalhador contemporâneo, o Caderno *Pense Empregos* torna objeto visível certos perfis, e ao manusear essas páginas o leitor tem também constituído o olho que observa (e a partir do qual observa a si). O jornal condensa e constitui, simultaneamente, um conjunto de discursos e práticas que tornam visíveis certas relações laborais existentes na contemporaneidade, estabelecendo, em um só movimento, o sujeito e o objeto da visão.

Já no anúncio de 21/10/2012 (Caderno *Pense Empregos* – ZH) há uma interpelação direta do leitor: “Se você é um jovem talento e ambiciona um crescimento profissional, nosso programa de Trainee Comercial foi feito para você!”, mas o texto segue, informando que tal programa não é feito para qualquer um, mas para os que detêm “habilidades de comunicação, negociação e relacionamento”, e que “são capazes de projetar novos negócios e resultados”. Na descrição dos requisitos da vaga, o anúncio nos informa que é preciso ter “espírito de equipe e empreendedor, dinamismo, criatividade, alta dose de iniciativa e visão para crescimento junto à empresa”. Trata-se, aqui, de uma vaga de trabalho ajustada aos novos tempos, que demanda um eu-unidade de negócio – ambicionar crescimento, aproveitar oportunidades, seguir para onde a empresa conduzir para fazê-la crescer e (supostamente) crescer com ela. Para concorrer à vaga, conforme o anúncio, o candidato deve ver-se nos atributos descritos (e corresponder ao perfil), e sendo contratado deve inserir-se em um programa de formação (investimento), desempenhar as funções com foco em resultados, ter “disponibilidade irrestrita e total de tempo” (o Flexitempo, conforme Sennett), gerar lucros para a empresa e, assim, ter excelente remuneração.

O anúncio a seguir nos faz pensar como esses atributos são tomados como “naturais” para as mais diversas ocupações. Em 02/09/2012 (Caderno *Pense Empregos* – ZH) uma Entidade Religiosa seleciona um Gestor para uma de suas unidades. Os atributos destacados no anúncio também se ajustam à lógica empresarial: “*ser comunicativo, pró-ativo, dinâmico, capaz de coordenar equipes*”. Além disso, o gestor deve ser capaz de definir quanto pensa valer o seu trabalho: “*Especificar pretensão salarial*”. Ainda na mesma

edição, outro anúncio oferece vagas de Analista de Marketing, Assistente Administrativo e Assistente de Projetos e, para além das especificidades técnicas de cada profissão, sobressaem-se características como “*planejamento, proatividade, organização, criatividade, cooperação, agilidade, flexibilidade, trabalho em equipe, boa comunicação*”.

A partir de argumentações de Bauman (2010), dir-se-ia que a lógica social movida pela vertiginosa rotatividade de bens de consumo afeta também o indivíduo, e este necessita adequar-se continuamente a novos padrões de gosto, estilos de vida e de trabalho. Conforme salienta o autor, esse mecanismo da rotatividade de bens materiais se estabeleceu também nas relações pessoais e nas relações do indivíduo consigo mesmo – suas habilidades, seus conhecimentos, seus investimentos são rapidamente tornados obsoletos. Além disso, se rapidamente o trabalhador vai de uma ocupação a outra, compartilhando o trabalho com grupos variáveis de indivíduos, faz sentido pensar que ele necessita ter capacidade extra para se relacionar adequadamente e para tolerar essas mudanças. E, mais do que isso, que ele necessita sempre investir em sua contínua formação ou qualificação.

NARRAR-SE COMO UM EU-UNIDADE DE NEGÓCIO

Conforme argumenta Larrosa (2002), a narrativa se liga à memória, mas esta não seria um depósito de lembranças, que, sendo acionadas, ressurgiriam cristalinas, dando conta do acontecimento tal como ele teria acontecido. Ele defende que a memória funciona como um mecanismo de articulação temporal da subjetividade, sendo a recordação não apenas a presença do passado, um rastro ou pista, mas, principalmente, imaginação e composição. A memória produz certo sentido do que somos e requer habilidade narrativa. Narrar-se, neste sentido, implica “arrastar para frente” o que sabe, o que viu, ou seja, sua história. Narrar, pois, é rerepresentar o que se viu e, de certo modo, uma forma de ordenar as coisas para prestar contas de si mesmo.

Larrosa (2002, p. 69) afirma que é “contanto histórias, nossas próprias histórias, o que nos acontece e o sentido que damos ao que nos acontece, que nos damos a nós próprios uma identidade no tempo”. É nesse exercício narrativo constante que vai sendo instalada uma compreensão da própria vida como uma história, bem como da pessoa como seu personagem central. Assim, cada um vai construindo sua história, a qual adquire forma a partir de

estruturas narrativas pré-existentes e de significações nas quais se está imerso. Neste sentido, a constituição narrativa de si não é um diálogo íntimo do eu consigo mesmo, mas um diálogo entre narrativas, e depende de um grande processo “de ouvir e ler histórias, de contar histórias, de mesclar histórias, de contrapor algumas histórias a outras, de participar, em suma, desse gigantesco e agitado conjunto de histórias que é a cultura” (*Idem*, p.70). O artefato aqui escolhido participa nesta ampla rede de histórias contadas, e de narrativas que são constituidoras daquilo que narram e daqueles que as leem.

Desse ponto de vista, podemos dizer que as histórias pessoais trazidas para o contexto do Caderno *Pense Empregos* na forma de depoimentos, de pequenos exemplos a serem seguidos, de entrevistas etc., não são autônomas ou frutos de uma imaginação individual. Elas estão inseridas no fluxo dos significados culturais de um tempo e contexto, e são dependentes de relações de força e de mecanismos que fazem com que cada um narre de determinada forma sua própria vida e experiência para determinadas finalidades. As palavras de Larrosa (2002, p. 72) instigam a pensar o jornal como um desses “lugares nos quais o sujeito é induzido a interpretar-se a si mesmo, a reconhecer-se a si mesmo como personagem de uma narrativa”.

Visualizamos alguns mecanismos de produção de identidades no jornal, ao observarmos, por exemplo, as narrativas pessoais nas quais profissionais escrevem sobre suas experiências de sucesso, ou sobre o que valorizam ou têm feito para obter reconhecimento profissional, como uma narrativa de tomada de consciência. Passamos a apresentar e discutir algumas destas narrativas inseridas em edições do Caderno *Pense Empregos*, indagando como nelas se configuram atributos que constituem um eu-unidade de negócio.

Na narrativa de 06/10/2012 (Caderno *Pense Empregos* – ZH) somos informados de que o jovem empresário – Alessandro Bocaccio, 22 anos - tem investido fortemente em sua qualificação, com quatro certificados de cursos realizados nas férias, além do seu diploma de administrador. Na sequência, a matéria apresenta a voz do próprio protagonista afirmando que os cursos foram investimentos importantes na direção de ampliar conhecimentos, incrementar o currículo e conhecer pessoas. E ele segue informando que “*um dos professores me ofereceu uma vaga para participar de um projeto. As aulas foram muito importantes para ampliar meus horizontes profissionais*”. Na narrativa, configura-se um empreendimento de sucesso – um eu que se molda e que sabe aproveitar as oportunidades e estabelecer relacionamentos produtivos para obter sucesso.

Na narrativa de 23/12/2012 (Caderno *Pense Empregos – ZH*) a protagonista é Elsa Susana de 54 anos, uma brasileira que morou oito anos no Japão e ao voltar para o Brasil passou a trabalhar em serviços gerais. A palavra é franqueada para a protagonista, que afirma “*para 2013, pretendo fazer cursos para buscar crescimento na carreira (...). Aprendi com os japoneses a ser pontual, disciplinada, organizada e eficiente*”. A narrativa prossegue destacando que a rapidez no desenvolvimento das tarefas causava estranhamento nos colegas, o que colabora para afirmar que a experiência no exterior produz um diferencial.

As duas narrativas aqui apresentadas evidenciam a flexibilidade não apenas para aprender, mas também para aproveitar oportunidades no exterior. Seja na prestação de serviços ou na execução de trabalhos gerenciais, a qualificação ou experiência adquirida geraria um diferencial e tornaria mais competitivo o trabalhador. Tal aspecto nos faz pensar no atributo de um eu-unidade de negócio, que assume como flexíveis o espaço, o tempo e investe na direção de um novo nicho de mercado.

Em 02/09/2013 (Caderno *Pense Empregos – ZH*) temos uma narrativa que nos mostra um perfil “sofisticado” do cliente dizendo que “a globalização expôs as diferenças e sofisticou as exigências dos clientes. Não se vende mais o mesmo produto para todo mundo, precisa-se customizar de acordo com o local, a plataforma e a necessidade daquela população”. Esse é o argumento de Murilo Lima, gerente da consultoria britânica Michael Page, que nos mostra a necessidade de aprimoramento profissional e sintonia com o mercado. A voz do especialista ainda nos diz que “se faz necessário alguém capaz de lidar com pessoas diferentes para atingir diversos públicos”, além disso, “as adequações das carreiras estão alinhadas às necessidades da empresa”.

Buscar qualificação, neste caso, vem da necessidade de atender a um consumidor mais exigente, para quem um produto massificado já não agradaria. O trabalhador, além de adequar-se às necessidades da empresa, deve qualificar-se para criar novos produtos e serviços; deve aprender a lidar com diferentes clientes, sintonizando-se com suas necessidades, criando neles desejos de consumo. A concepção de um eu-trabalhador configurado como uma unidade de negócios se faz presente na medida em que ele pode e deve conseguir vislumbrar oportunidades frente às diversidades contemporâneas.

Segundo Fischer (2012, p. 48), o que somos e os sentidos que construímos sobre nós mesmos dependem das histórias que contamos e “das construções narrativas nas quais cada um de nós é, ao mesmo tempo, o autor, o narrador e o personagem principal”. Ela argumenta também que “essas histórias estão construídas em relação às histórias que escutamos, que lemos e que, de alguma maneira, nos dizem respeito na medida em que estamos compelidos a produzir nossa história em relação a elas” (Ibidem).

FINALIZANDO

Podemos dizer que as organizações empresariais contemporâneas se caracterizam por laços fracos, derivados da visão de curto prazo, que se concretizam em um trabalho em rede, nos contratos de curta duração, nos conceitos de acordos comerciais e por projetos de produção, dos contratos temporários e/ou flexíveis, fusões, incorporações e desregulamentações em uma época de agilidade na circulação de capitais enredados numa ênfase que valoriza o presenteísmo, o desprendimento e o desejo de rápido retorno, num mercado motivado pelo consumo, como nunca antes na história.

Numa sociedade impaciente, composta por episódios e fragmentos, os trabalhadores passam a compreender que não podem mais contar com a empresa e que “são negociáveis”. Este é o cenário no qual nos propusemos a problematizar a constituição do sujeito trabalhador, buscando, nas tramas no caderno *Pense Empregos*, indícios de uma racionalidade alinhada aos desejos contemporâneos que “desenvolvem um tipo de subjetividade que o neoliberalismo necessita para sobreviver” (BALL, 2013, p.462). Ou seja, um processo de conversão dos elementos sociais em mecanismos de mercado, enfatizando um governo cada vez menos regulador, que diminui o peso das instituições estatais e aumenta a livre circulação de capitais, pessoas e informações. Assim, instauram-se novas racionalidades e práticas que reivindicam valores como a autonomia, a flexibilidade, a iniciativa, a motivação, a superação e a responsabilidade individual. Ocorre uma transferência de responsabilidade para os indivíduos, já que, na assertiva de Bauman (2008), são “ao mesmo tempo, os promotores das mercadorias e as mercadorias que promovem. São simultaneamente, o produto e seus agentes de marketing” (p.13). Propaga-se a crença de que cada um pode e deve ter os cuidados consigo mesmo, para garantir vantagens sobre os demais, usando seus próprios recursos e ferramentas. Essa noção aponta para a valorização

como diferencial competitivo, não mais na capacidade para executar tarefas, mas no sentido do aproveitamento máximo dos conhecimentos de que dispõe cada indivíduo, bem como de seus atributos e condições para se desenvolver em áreas diversas e em cenários mutáveis, não bastando ser somente produtivo, é preciso ser pró-ativo, propositivo, inovador, com visão de mercado e, principalmente, focado em resultado.

Nesse sentido, ao analisar as páginas do caderno *Pense Empregos*, procuramos mostrar que, ao buscar dar conta desse perfil, o trabalhador vai sendo ensinado a gerir a própria vida estrategicamente, como se ela fosse uma empresa /negócio. O referido caderno se mostrou como um *locus* poderoso de circulação de discursos persuasivos que, de diferentes modos, convocam para o desenvolvimento de uma subjetividade com autonomia – que cuida do seu mercado gerenciando seu negócio – carreira – em prol das oportunidades, sendo avaliado não pelo processo, mas pelos resultados.

É importante ressaltar que a comodificação do trabalhador, bem como a sua constituição nos moldes de uma unidade de negócio, emergem da confluência de inúmeras táticas e estratégias colocadas em ação na sociedade presente, sendo resultado de distintos e inúmeros agenciamentos disseminados no interior da cultura, não sendo, assim, privilégio desse artefato específico.

Nesse sentido, Hall (1997) nos informa que para a formação de nossas identidades, está em jogo não apenas o que dizemos ou pensamos que somos, mas também os diversos discursos sobre nós, que além de nos representar, nos intimam a ser da forma como dizem que somos. Também Bauman vai nos falar de nossas identidades/subjetividades como uma condição precária e inconclusa, que deve ser inventada a partir de escolhas entre alternativas existentes. Um projeto a ser construído, um tornar-se. Neste sentido o caderno *Pense Empregos*, ao apresentar características, atributos, discursos e toda uma retórica acerca do que o mercado valoriza e deseja encontrar em um candidato a uma vaga de emprego, vai moldando e constituindo perfis maleáveis e adeptos aos preceitos contemporâneos.

Também Rose (1999, p. 30) vai nos falar que nossas personalidades, subjetividades e relacionamentos não são apenas questões privadas e que nossas “condutas, falas e emoções têm sido examinadas e avaliadas em termos dos estados interiores que elas expressam”, na tentativa de alterar o que se apresenta como o nosso visível através de uma ação exercida sobre o nosso invisível mundo interior. Assim, o tecido que constitui “o mais íntimo” de nosso eu vai sendo socialmente organizado e administrado em seus mínimos

detalhes. Nesse sentido, Rose (1999) chama a atenção para três aspectos em que a administração do eu contemporâneo vai sendo entrelaçado e que vemos operando de forma pedagógica no Caderno *Pense Empregos*.

Primeiramente, podemos falar das capacidades pessoais e subjetivas do trabalhador contemporâneo que têm sido incorporadas de maneira estratégica aos objetivos e aspirações das empresas, onde as subjetividades passam a fazer parte da projeção de suas forças e interesses internos. A reiterada forma de anunciar vagas com destaque a perfis dinâmicos, proativos, ambiciosos, entre tantos outros, mostra o interesse em buscar essas características para compor as forças organizacionais.

Em segundo lugar, podemos falar da administração das forças e potencialidades humanas que vêm sendo incorporadas pelas organizações visando a seus objetivos. Assim, “quando os empresários buscam aumentar a produtividade e a harmonia, ao adaptar práticas de trabalho à luz de considerações sobre dinâmicas de grupo, é porque a intersubjetividade se tornou central para a autoridade gerencial” (ROSE, 1999, p.32). Ao se incorporar aos processos de seleção e de treinamentos, as técnicas de dinâmica de grupo e de “vivências”, percebemos o interesse em conhecer o lado invisível do sujeito trabalhador na tentativa de capturar o seu “melhor”.

E por último temos a introdução de uma *expertise* da subjetividade onde vozes autorizadas e legitimadas tentam compreender e aconselhar as ações dos sujeitos trabalhadores; são os “engenheiros da alma humana”. No jornal, vemos exemplos de narrativas que trazem as credenciais das pessoas que falam (cargo, formação, empresa) e que expressam informações que vão agir na constituição das ideias que temos de nós mesmos e que de alguma forma podem influenciar a maneira como interagimos com nossos chefes, colegas e clientes. Tais aspectos vão assumindo um papel constituidor e estimulador da autoconsciência, da autoinspeção, vão moldando desejos e interesses, buscando maximizar as capacidades intelectuais e comportamentais, e assim vão agindo na produção de indivíduos “livres para escolher” e conformando a um sistema de verdades.

Se os sujeitos modernos foram, por assim dizer, moldados no interior de práticas discursivas que produziram e estimularam a formação de certo tipo de subjetividade voltada para a interioridade, na qual acreditava-se existir um *locus* de pensamento e de ação e na qual estaria, reluzente, a essência e a verdade, hoje as práticas e as representações vão configurando outras formas de ser e pensar, voltadas para a exterioridade. Queremos acentuar, com isso, o

caráter cultural de um eu sólido ou flexível, cético ou questionador, inteiriço ou fragmentado, e destacar que esse eu contemporâneo, moldado como unidade de negócio, flexível, maleável, comodificado vem sendo assumido (por alguns) como um destino dentro das sociedades de consumidores e no contexto profissional, mas ele é uma invenção cultural, efeito de práticas e de tecnologias produtivas, algumas delas discutidas nesse artigo.

REFERÊNCIAS

BALL, Stephen. Privatizações da educação e novas subjetividades: contornos e desdobramentos das políticas (pós) neoliberais. **Revista Brasileira de Educação** – v.18 n.53 – jun., 2013.

BAUMAN, Zygmunt. **A Sociedade individualizada**: vidas contadas e histórias narradas. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1995.

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade Líquida**. Trad. Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Zahar Jorge, 2001.

BAUMAN, Zygmunt. **Identidade**. Rio de Janeiro, Jorge Zahar, 2005.

BAUMAN, Zygmunt. **Capitalismo Parasitário**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2010.

FISCHER, Rosa Maria Bueno. **Trabalhar com Foucault – Arqueologia de uma paixão**. Belo Horizonte: Autentica, 2012.

GADELHA COSTA, Sylvio de Sousa. Governamentalidade Neoliberal, Teoria do Capital Humano e Empreendedorismo. **Educação & realidade**, n. 34, vol. 2, maio/agosto de 2009, p. 171-186.

GORZ, André. **O imaterial: conhecimento, valor e capital**. São Paulo: Annablume, 2005.

HALL, Stuart. A Centralidade da Cultura: notas sobre as revoluções culturais do nosso tempo. **Educação & Realidade**. Porto Alegre, v.22, n 2, p.15-46, jul./dez. 1997.

LARROSA, Jorge. Tecnologias do Eu e Educação. In: SILVA, Tomaz Tadeu. **O sujeito da Educação: estudos foucaultianos**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.

LARROSA, Jorge. A construção pedagógica do sujeito moral. In: SILVA, Tomaz Tadeu. **Liberdades Reguladas: A pedagogia construtivista outras formas de governo do eu.** Petrópolis, RJ: Vozes, 1998.

MAXIMIANO, Antônio Cesar Amaru. **Administração para empreendedores: fundamentos da criação e da gestão de novos negócios.** 2ª edição. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011.

ROSE, Nikolas. Governando a alma: a formação do eu privado. IN: Silva, Tomaz Tadeu (org.). **Liberdades Reguladas: a pedagogia construtivista e outras formas de governo do eu.** Rio de Janeiro: Vozes, 1999.

Recebido em dezembro de 2014
Aprovado em abril de 2015