

Contribuições da análise do discurso para os estudos organizacionais

Discourse analysis' contributions to organizational studies

Alexandre de Pádua Carrieri
Alfredo Rodrigues Leite-da-Silva
Mariana Mayumi Pereira de Souza
Thiago Duarte Pimentel

Resumo

O objetivo deste artigo é explicitar as contribuições da análise do discurso (AD) para os estudos organizacionais. Inicialmente, discutem-se a definição de discurso e sua relação com uma dada formação social e ideológica. Em seguida, analisam-se as dimensões constitutivas do discurso que compreendem os níveis intra e interdiscursivo, bem como as estratégias de persuasão subjacentes a esses domínios. Posteriormente, evidenciam-se as contribuições da AD para os estudos organizacionais por meio de um estudo de caso na Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos (ECT) e seu sindicato. Por fim, observa-se que a AD oferece contribuições para o estudo do contexto organizacional, pois é uma técnica de análise de dados que possibilita a apreensão das significações simbólicas produzidas pelos efeitos ideológicos na utilização das estratégias discursivas de persuasão.

Palavras-chave: Análise do discurso; Estratégias de persuasão; Organização; Metodologia.

Os atores organizacionais, em suas interações, utilizam diversos discursos, tanto nas relações internas de uma determinada organização, quanto naquelas que extrapolam esse contexto, envolvendo outras organizações e a sociedade como um todo. Essa constatação evidencia a conveniência de os estudos organizacionais brasileiros incorporarem técnicas de estudo que foquem tais interações, como a análise do discurso (AD), uma alternativa já explorada no Brasil por Carrieri e Rodrigues (2001), Silva, Boas e Brito (2001), Carrieri e Sarsur (2002), Souza e Faria (2005), entre outros.

Apesar de não ser uma técnica nova, a AD ainda é pouco disseminada nos estudos organizacionais brasileiros, como fica evidente ao se analisar os artigos publicados nos anais do Encontro Nacional de Programas de Pós-Graduação em Administração (Enanpad), um dos eventos mais importantes da área e, até 2003, o único no Brasil avaliado com o nível “A” pela Capes. Dos 229 artigos sobre teoria organizacional, publicados entre 1999 e 2003, apenas sete afirmavam utilizar análise do discurso. Isso ilustra certo distanciamento entre os estudos organizacionais e a preocupação com os discursos, a despeito de envolverem diretamente o cotidiano do trabalho em qualquer organização.

* Artigo recebido em 31/3/2006 e aprovado para publicação em 30/4/2006.

Para se opor a esse distanciamento e destacar a relevância da AD nas investigações que envolvem organizações, este artigo discute um tipo de abordagem da análise do discurso, ressaltando suas possíveis contribuições para os estudos organizacionais. Foca-se aqui o uso de estratégias discursivas de persuasão, manifestadas pela articulação entre os níveis inter e intradiscursivo das formações discursivas. Para explicitar as proposições apresentadas, realiza-se uma análise a partir da produção textual dos jornais da Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos (ECT) e do Sindicato dos Trabalhadores da ECT de Minas Gerais (Sintect).

A abordagem de AD tratada é a de origem francesa, adotada em estudos como os de Faria e Linhares (1993) e Carrieri e Sarsur (2002). Essa abordagem parte da concepção de que o discurso envolve os níveis intra e interdiscursivo que, ao serem abordados, permitem apreender a sua totalidade, uma vez que há uma relação de interdependência e complementaridade entre essas duas dimensões (FARIA, 2001). Um caminho para essa apreensão é o estudo das estratégias discursivas de persuasão, pois esse tipo de estudo permite contribuir para o entendimento da relação dinâmica e processual entre o intra e o interdiscurso (KUBO, 2003). Além disso, o estudo das estratégias de persuasão esclarece a compreensão de ideologias, visto que são constantemente reificadas, transformadas ou abandonadas por meio de argumentação.

Enquanto técnica, a AD é potencialmente útil nas análises de processos ou fenômenos sociais que fogem à compreensão das técnicas tradicionais de pesquisa. Isso ocorre principalmente por possibilitar a apreensão das formas de produção do discurso e da sua relação com as estruturas materiais e sociais que as elaboram. Por evidenciar a relação entre o indivíduo enunciativo, enquanto produtor de discursos, e seu contexto socio-histórico cultural, ou seja, o seu *locus* de produção do discurso, a AD permite compreender em profundidade a realidade social, manifestada pela formação discursiva através de discursos individuais.

A abordagem aqui discutida insere-se dentre as técnicas de análise qualitativas. Nkomo e Cox Jr. (1996) asseveram que a captação e o entendimento de fenômenos sociais complexos, como o processo de formação de identidade social, obtêm contribuições de técnicas de pesquisa qualitativa, como a AD. Segundo as autoras, essa técnica permitiria aos pesquisadores estudar os elementos constituintes do discurso cotidiano, abordando tanto textos escritos, quanto a interação oral (formal e informal), e enfocando a construção de linguagens específicas, como a organizacional.

Assim, a AD evidenciaria as relações de poder, as visões de mundo e ideologias por trás do discurso, que se estabelecem pela e na linguagem, contribuindo para a compreensão da natureza “fluídica” e ambígua de fenômenos sociais complexos como o da identidade (NKOMO; COX JR., 1996). Neste artigo não se ignora a potencialidade das técnicas quantitativas. Porém, discuti-las ou confrontá-las foge ao escopo deste trabalho, que se volta para a discussão das potencialidades de uma abordagem qualitativa, a AD.

A constatação dessas potencialidades apóia-se em contribuições de autores como Grant, Keenoy e Oswick (1998), para os quais a diversidade existente em qualquer organização pode ser estudada, evidenciada e compreendida a partir dos discursos que a permeiam. Para esses autores, assim como para Mumby e Clair (1997), é importante tentar realizar cada vez mais uma integração entre os estudos organizacionais e as abordagens discursivas. É por meio de discursos que os atores organizacionais constroem suas visões de mundo, suas significações, suas representações sobre a gestão da organização, ordenam seus valores, coordenam comportamentos, reforçam seus papéis e vínculos com a organização.

Assim, com o intuito de evidenciar as possíveis contribuições da AD para os estudos organizacionais, o artigo foi desenvolvido da seguinte maneira: inicialmente apresenta-se uma discussão sobre os conceitos relacionados ao discurso e à AD aqui adotados. Em seguida, destacam-se as possíveis contribuições da AD para os estudos organizacionais, ilustradas por meio da análise de discursos manifestados nas produções textuais da federação nacional da ECT e do seu sindicato. Por fim, são apresentadas as conclusões do artigo.

O discurso e a análise do discurso

Para Maingueneau (2000, p. 13, grifos do autor), a análise do discurso é “a disciplina que, em vez de proceder a uma análise lingüística do texto em si ou a uma análise sociológica ou psicológica de seu ‘contexto’, visa articular sua enunciação sobre um certo lugar social”. A partir da articulação entre discurso, enunciador e local de enunciação, entende-se que um discurso elaborado por um enunciador está necessariamente ligado ao lugar de enunciação. Ou seja, existe ligação, ainda que fragmentária, com um determinado espaço físico e temporal. Ao se identificar essa ligação surge a capacidade de revelar a natureza contextual da produção de discursos.

O contexto histórico, socioeconômico e cultural no qual estão inseridos os enunciadores passa a merecer atenção. O motivo é o reconhecimento, como destaca Maingueneau (1997), da relação desses contextos com dois aspectos que estruturam simultaneamente o discurso: a formação discursiva e a comunidade discursiva. Concordando-se com o autor, a prática discursiva é assumida com base na comunidade produtora de um dado discurso, bem como nas formações discursivas que se relacionam àquela comunidade.

Maingueneau (2000, p. 67-68), fundamentado em Foucault (1969), considera que os discursos estão associados à noção de formação discursiva, introduzida nos estudos de linguagem para “designar conjuntos de enunciados relacionados a um mesmo sistema de regras historicamente determinadas”. Dessa forma, a idéia traz embutida a noção de ideologia, que entra definitivamente em cena com Pêcheux (1990), ao asseverar que posições políticas e ideológicas seriam geradas a partir de uma dada “formação social”, emergindo, portanto, como fruto da organização social de um conjunto de indivíduos (MAINGUENEAU, 2000). Tal

organização, ou “formação” social dos indivíduos, por sua vez, relacionar-se-ia a formações discursivas comuns a um dado grupo ou conjunto de indivíduos, impondo, em última instância, o que deveria ou poderia ser dito pelos indivíduos num dado contexto.

Para Maingueneau (2000, p. 68), uma formação discursiva designa “todo sistema de regras que funda a unidade de um conjunto de enunciados socio-histórico circunscrito”. Devido à relação entre formação discursiva e formação social, qualquer alteração em alguma das duas dimensões implicaria uma mudança de sentido da outra, de acordo com as conjunturas socio-histórico-culturais de um determinado contexto (MAINGUENEAU, 2000). Assim, ao se considerar essa circunscrição, infere-se que a mesma teria a capacidade de refletir apenas uma parte do que é “dizível” ou “acessível” naquele dado contexto, produzindo uma determinada identidade (discursiva). O conceito de formação discursiva se torna amplo, podendo ser utilizado para a apreensão dos discursos mantidos por uma determinada organização, pelos gerentes ou subordinados, sempre vinculados a um posicionamento ideológico e atrelados a uma perspectiva da realidade spatiotemporal delimitada.

Maingueneau (2000, p. 43) considera que o discurso pode ser compreendido como “o modo de apreensão da linguagem”, no qual está envolvida “a atividade dos sujeitos inscritos em contextos determinados”. Essa definição coloca o discurso de modo subjacente às estruturas sociais, não podendo, portanto, ser analisado apenas no âmbito lingüístico, ou seja, à revelia daquelas estruturas. Entretanto, o autor reconhece que a lingüística tem muito a oferecer, pois uma das principais vantagens da utilização da AD é a possibilidade de interpretação não apenas do que é dito, explicitado, mas sobretudo da ideologia por trás dos discursos, entendendo-se o que não está necessariamente explícito.

Carrieri (2001) assevera que os discursos estão relacionados a uma ideologia, a uma determinada forma de enxergar o mundo, que em geral diz o modo como os indivíduos devem ou não agir. Portanto, devem ser vistos como uma rede de relações na qual o indivíduo está inserido. Fiorin (2003) acrescenta que é pelo e no discurso que se manifestam coerções ideológicas sobrepostas à linguagem.

Os autores supracitados colocam uma tônica na capacidade de apreensão da (re)construção social por meio do discurso, pois reconhece-se pela pragmática do discurso que o falar é agir. Pode-se considerar o discurso como “um dos patamares da constituição de significado, em que o enunciador reveste formas mais abstratas com conteúdos mais concretos”, e também como “a atualização de uma competência discursiva do falante, isto é, de uma capacidade de estruturar discursos” (FIORIN, 2003, p. 79-80). Nesse sentido, por meio do e no discurso poder-se-ia apreender as dimensões sociais, culturais e simbólicas que nele se expressam e que justificam a maneira pela qual os membros de sua comunidade discursiva se relacionam, se comportam e agem.

Maingueneau (1997), ao considerar a formação discursiva como compatível com a concepção foucaultiana sobre aquele enunciado que pode ou deve ser dito em dada conjuntura a partir de dada posição social, possibilita as bases para o estabelecimento de uma relação com a noção de discurso proposta por Fiorin (2003).

Para Fiorin (2003), o discurso, manifestado por um plano de expressão, é próprio do plano de conteúdo. Assim, a formação do discurso decorreria do encontro de um plano de conteúdo com um plano de expressão, processo denominado manifestação (FIORIN, 2003, p. 37-38). O plano de expressão é entendido como o meio pelo qual um conteúdo é veiculado, seja a fala, um texto ou uma figura. Já o plano de conteúdo seria “um conjunto de temas e de figuras que materializa uma dada visão de mundo” (FIORIN, 1988, p. 36). Para Maingueneau (1984, p. 10), o plano de conteúdo e a formação discursiva são como “um sistema de condições de boa formação semântica”. Faria (1999, p. 18) afirma que as idéias de Maingueneau (1984) e de Fiorin (1988) são compatíveis e estabelecem, respectivamente, os conceitos de formação discursiva e de discurso.

Faria (2001, p. 31) considera que o discurso se articula em dois níveis, integrados e complementares: “Por um lado, o do intradiscurso,” que “se organiza em um conjunto, uma trajetória de sentidos que se desenvolve ao longo do texto; por outro lado, o do interdiscurso”, que “se constitui por contradição, por oposição a outros discursos”. Essa concepção vai ao encontro da proposição de Fiorin (2003) ao ressaltar a interdependência entre os níveis intra e inter discursivos, mostrando que o discurso só existe enquanto processo de articulação entre tais níveis, uma vez que é expresso singularmente (num plano de expressão) pelo indivíduo, o que remete à noção de intradiscurso. Mas, ao mesmo tempo, ele retrata uma visão de mundo construída socialmente, que se relaciona a outras visões de mundo, remetendo à noção de interdiscurso. Isso ocorre ao mesmo tempo em que revela um plano de conteúdo, o qual veicula as idéias por ele defendidas e que estão em constante relação – de oposição ou reafirmação – com outros discursos (FARIA, 2001; FIORIN, 2003).

Dessa forma, um discurso sempre se apresentaria sob uma interface intra e interdiscursiva, simultaneamente. Pelo intradiscurso, compreender-se-ia como o enunciador apreende determinados discursos e os exterioriza, ou seja, os transmite por meio de planos de expressão. Já pelo interdiscurso, apreender-se-ia o posicionamento do enunciador em relação a um conjunto de outros discursos existentes em dado contexto sócio-histórico cultural (FARIA, 2001; FIORIN, 2003).

Maingueneau (1984) e Fiorin (2003) evidenciam uma questão consensual (KUBO, 2003): a interação dos discursos como algo constitutivo, ou seja, essas formações discursivas (ou discursos), ao interagirem, entrechocar-se-iam, revelando pontos em comum e ao mesmo tempo

antagônicos, que podem ser classificados e identificados por meio de seus elementos constitutivos, de suas conseqüentes inter-relações.

Assim, pode-se entender a apreensão dos discursos como algo relacional, uma vez que um se define e se caracteriza em relação a sua maior ou menor aproximação a outro discurso (FARIA, 1999). Portanto, autores como Faria (2001) e Fiorin (2003) defendem que a AD deve estudar o discurso como articulado inter e intradiscursivamente.

Interdiscurso

O interdiscurso pode ser compreendido como constituído de oposições que um discurso mantém em relação aos demais discursos de um determinado universo discursivo, ou seja, como “o conjunto dos discursos com os quais uma formação discursiva mantém relação” (RUCKHYS, 2003, p. 11). Segundo Faria (2001, p. 32), a principal categoria analítica do interdiscurso é a oposição, pois ele “pode ser identificado sempre a partir de sua interação antagônica com outros [discursos]”.

De acordo com Maingueneau (1997), Faria (1999) e Kubo (2003), é possível destacar, dentre os estudos sobre AD, três principais instâncias de análise do interdiscurso: universo discursivo, campo discursivo e espaço discursivo. Com base nessas instâncias poder-se-ia delimitar um discurso por meio de “recortes” conceituais, apenas para situá-lo como objeto de análise. Kubo (2003) acrescenta ainda que tais categorias são construções teóricas que visam a permitir a análise das formações discursivas.

Para Maingueneau (1997, p. 116) o “universo discursivo” é “o conjunto de formações discursivas de todos os tipos que coexistem, ou melhor, interagem em uma conjuntura”. Essa categoria seria necessariamente finita, porém irrepresentável para análise devido à sua grande amplitude. Tal conceito seria utilizado como recurso – categoria abstrata – para se efetuar novos recortes, delimitando de maneira mais precisa os contornos do objeto de análise. Devido à multiplicidade e infinidade de aspectos que podem ser abordados nessas instâncias, torna-se necessário fazer outro “recorte” no universo discursivo. Ao se delimitar as fronteiras de um discurso, seu estudo torna-se viável.

A delimitação do universo discursivo se dá pela noção de “campo discursivo”, tido como “um conjunto de formações discursivas que se encontram em relação de concorrência, em sentido amplo, e se delimitam, pois, por uma posição enunciativa em uma dada região” (MAINGUENEAU, 1997, p. 117). Esse segundo “recorte”, o do campo discursivo, basear-se-ia nos temas estruturantes de um discurso, decorrentes das hipóteses de análise formuladas pelo pesquisador.

Contudo, ainda há a necessidade de se delimitar e restringir o estudo da AD mesmo no interior dos campos discursivos, a fim de se aumentar a capacidade analítica acurada

(MAINGUENEAU, 1997). A delimitação dentro do campo discursivo estabelece os “espaços discursivos” como categoria de análise, pois seria neles que de fato ocorreria a identificação dos percursos semânticos portadores da ideologia presente no discurso. Nesse recorte configurar-se-iam as ideologias dos discursos dominantes e dominados, opostos numa hierarquia instável (KUBO, 2003).

Essa terceira instância, a do “espaço discursivo”, segundo Maingueneau (1997, p. 117), “delimita um subconjunto do campo discursivo, ligando pelo menos duas formações discursivas que, supõe-se, mantêm relações privilegiadas, cruciais para a compreensão dos discursos analisados”. É mais precisamente nessa categoria, a do espaço discursivo, que se desenvolvem as análises dos discursos considerados pelo pesquisador em função de seu objeto de pesquisa. Para o autor, a delimitação dos subconjuntos é crucial, pois seria inviável a análise de um campo discursivo em sua totalidade.

Para ilustrar, tomemos o universo discursivo referente à questão ambiental. Poderíamos considerar como campos discursivos aqueles referentes à existência da exploração econômica ou da proteção ambiental. Já em relação ao espaço discursivo, no campo discursivo da exploração econômica, poderíamos considerar os discursos que defendem a exploração econômica em contraposição aos que defendem a não-exploração econômica e assim por diante (RUCKHYS, 2003).

Nesse sentido, o fato de tomarmos a noção de interdiscurso implica considerar que a identidade de um discurso se constrói sobre outros discursos e que “toda unidade de sentido, qualquer que seja o seu tipo, pode estar inscrita em uma relação essencial com uma outra, aquela do ou dos discursos em relação aos quais o discurso de que ela deriva define sua identidade” (MAINGUENEAU, 1997, p. 120). Ou seja, a identidade discursiva seria um processo baseado na relação entre diferentes discursos e inerente à própria noção de discurso assumida neste artigo. Ao estabelecer essa relação interdiscursiva, um dado discurso apresenta elementos comuns e distintivos quando comparados aos demais. Tais elementos de distinção caracterizam o discurso pela sua forma de expressão singular em relação aos demais, enquanto possuidor de uma identidade própria.

A propriedade da identidade discursiva é de ordem relacional, ou seja, advém da relação de um discurso com outros, dos quais necessita para se auto-afirmar enquanto possuidor de uma identidade própria. “Não existe discurso ‘puro’, ele sempre se relaciona, mediante embate ou adesão, com outros discursos” (RUCKHYS, 2003, p. 10). Desse modo, justifica-se a necessidade de estabelecer a categoria de oposição constitutiva como principal categoria de análise do interdiscurso, porque “um discurso pode aceitar implícita ou explicitamente outro discurso, pode rejeitá-lo, pode repeti-lo num tom irônico ou reverente. Por isso é que o discurso é o espaço da

reprodução, do conflito ou da heterogeneidade. (...) um discurso sempre cita outro discurso” (FIORIN, 2003, p. 45).

Faria (1999, p. 18) compartilha dessa posição ao afirmar que “o discurso só existe enquanto interdiscurso, interação de discursos (...), pois o discurso define-se em relação a outro(s)” que, por sua vez, se materializam no intradiscurso.

Intradiscurso

Para Faria (2001, p. 32), o conceito de intradiscurso está ligado “à visão de mundo que o discurso defende e que pode ser descrita a partir dos percursos semânticos encontrados no intradiscurso, ou seja, nos textos que materializam o discurso dado”. O intradiscurso refere-se ao plano de manifestação do discurso, no qual se articula a produção verbal ou textual do enunciator. Inserido em seu *locus* de produção do discurso, ele alude ao conjunto de conteúdos veiculados no seu discurso.

Faria (1999) também afirma que reside na categoria de predicado intradiscursivo a base de análise do “conjunto de temas e figuras articulados no intradiscurso de uma formação discursiva, a partir da sua organização em percursos semânticos – temáticos ou figurativos”. Ainda segundo o autor, “o conceito de percurso semântico engloba os conceitos greimasianos de percurso temático e percurso figurativo, por se tratarem ambos de revestimentos – mais abstratos ou mais concretos, respectivamente – de estruturas narrativas” (FARIA, 2001, p. 32). Fiorin (2003, p. 24) esclarece:

Tema é o elemento semântico que designa um elemento não presente no mundo natural, mas que exerce o papel de categoria ordenadora dos fatos observáveis. São temas, por exemplo, amor, paixão, lealdade, alegria. Figura é o elemento semântico que remete a um elemento do mundo natural: casa, mesa, mulher, rosa etc. A distinção entre ambos é, pois, de maior ou menor grau de concretude.

Kubo (2003) ressalta a importância do elemento distintivo subjacente como categoria de análise, uma vez que o(s) percurso(s) semântico(s) de um dado intradiscurso refletiria(m) as bases de sua formação discursiva, por meio de seus critérios de distintividade. O intradiscurso manifesta uma identidade própria, pois se auto-afirma como discurso independente ou diferente de um outro (intra)discurso. Mas é da relação desses dois intradiscursos, cada qual constituído por percursos semânticos próprios, que se obtém a dimensão interdiscursiva. Assim, o intradiscurso, ao demarcar sua distinção em relação aos demais, poderia ser apreendido pelos seus percursos semânticos distintos e opostos aos dos outros discursos.

Assim, a principal característica do elemento distintivo é conferir identidade a um percurso semântico por meio de sua relação com percursos semânticos de outros discursos, evidenciando-se sobremaneira o caráter opositivo, contraditório de um discurso em relação ao outro (KUBO, 2003). Segundo Faria (2001, p. 33), “o elemento subjacente é a marca (ou

atributo) distintiva mais abstrata a que podemos chegar relativamente a um discurso dado”. Por sua vez, para se chegar aos elementos subjacentes, é necessário alcançar temas e figuras presentes nos discursos e evidenciados nas estratégias de persuasão.

Estratégias de persuasão

Numa investigação envolvendo gestores organizacionais de uma empresa de ônibus, Faria e Linhares (1993) mostraram as possibilidades da AD para discutir questões ligadas ao conhecimento em transporte. Segundo os autores (1993, p. 38), uma técnica bastante usada na compreensão dos discursos são as estratégias de persuasão. O pesquisador pode evidenciar as estratégias de persuasão existentes nos discursos organizacionais, “aprendidos no decorrer da vida dos atores sociais, no decorrer de suas ‘vidas’ organizacionais” (FARIA; LINHARES, 1993, p. 38). Os atores fariam o que lhes é social e organizacionalmente permitido dizer e que traduziria a visão de mundo da classe dominante e daqueles a quem ela delega poder. Como resultado de suas pesquisas, os autores relatam a existência de quatro principais estratégias de persuasão:

1. a construção das personagens no discurso e sua relação com as personagens efetivamente existentes;
2. a seleção lexical, isto é, a escolha do vocabulário usado nos discursos;
3. as relações entre os conteúdos explícitos e os implícitos, que possibilitam criar um efeito ideológico de sentido;
4. o silêncio sobre determinados temas, ou seja, aquilo que não é dito.

Quanto à primeira estratégia, a construção das personagens, Faria e Linhares (1993, p. 34) defendem que as personagens nunca são criadas casualmente, portanto, deve-se observar nos discursos as personagens criadas e as efetivamente existentes. Ao pesquisá-las, deve-se buscar evidenciar as relações existentes entre essas personagens. Kubo (2003) afirma que a criação de personagens indica os posicionamentos do enunciador. Para o autor, a estratégia de criação de personagens teria duas funções: a) a primeira seria a “actorialização” ou dramatização do exposto pelo discurso do enunciador, suas funções e papéis; b) e a segunda diria respeito à transferência de responsabilidade do enunciador para aquele a quem ele atribui seu discurso.

Quanto à seleção lexical, Faria e Linhares (1993) comentam que, muitas vezes, usam-se termos poucos comuns que substituem vocábulos populares, mais habituais, e que tendem a diferenciar o entrevistado das outras pessoas.

Já no que se refere à terceira estratégia, as relações entre os conteúdos explícitos e os implícitos, Faria e Linhares (1993, p. 36) observam:

O posto corresponde ao que é dito no enunciado, sendo de exclusiva competência do locutor, que por seu intermédio garante a realização do discurso; as novas informações se encadeiam e o fazem progredir. Já o pressuposto possibilita ao locutor dizer

implicitamente alguma coisa, recorrendo ao interlocutor para, juntos, interpretarem o que foi dito.

O enunciador busca apoiar-se no interlocutor para a construção e reconstrução dos sentidos que ele não pode ou não quer explicitar.

O explícito é aquilo que está evidente no enunciado. O locutor assume total responsabilidade pelo conteúdo. Os implícitos dependem de certa interpretação do destinatário, podendo existir maior liberdade na interpretação no caso dos implícitos subentendidos, ou certo direcionamento para determinado sentido no caso dos implícitos pressupostos (DUCROT, 1987).

Por último, sobre a quarta estratégia de persuasão, o silêncio, Faria e Linhares (1993) afirmam que a omissão de temas tem como objetivo excluir temas indesejáveis a quem tem o poder da palavra. Para Kubo (2003), ela teria o papel de desviar a atenção do interlocutor, provocando um afastamento por meio do esquecimento ou apagamento da lembrança dos sentidos indesejáveis. Assim, sua função seria a de afastar-se do processo interdiscursivo, a fim de promover o apagamento ou esquecimento de determinados sentidos. Pode-se falar também da tentativa de apagar pontos obscuros, fatos omissos ou possíveis inconsistências do discurso do enunciador.

A análise conjunta dessas estratégias de persuasão permite que os temas e figuras surjam para o pesquisador, evidenciando os elementos subjacentes aos percursos semânticos relacionados ao intradiscurso, bem como as oposições subjacentes entre os percursos semânticos referentes ao interdiscurso. A partir desses elementos é possível caracterizar o discurso ou os discursos manifestados nas fontes textuais, escritas ou não, e situar o texto num espaço e campo discursivo. Por esse caminho compreendem-se aspectos relacionados ao texto, como os interesses ou sentidos que permeiam certas relações e posturas, antes ocultos na complexidade das construções discursivas e dos seus rebatimentos em qualquer plano de produção, como as organizações. Esse entendimento norteia o argumento da existência de contribuições da AD para os estudos organizacionais.

Contribuições da AD para os estudos organizacionais

A discussão sobre os elementos da AD revela um conjunto capaz de oferecer aos pesquisadores uma técnica de análise de dados voltada para a complexidade das significações presentes no contexto organizacional, oriundas de produções de sentido inseridas em articulações e relações de interesses individuais, grupais e institucionais. A proposição de que a abordagem da AD aqui discutida está voltada para essa complexidade se justifica pelo fato de ela ir além da superficialidade da interpretação, lidando com seus limites e mecanismos, como componentes do processo de significação (ORLANDI, 2001).

A técnica transcende a simples decodificação de uma fala ou texto, atingindo a dimensão da produção dos sentidos, na qual o silêncio – ou o não dito – produz tanto sentido quanto a narrativa. Isso ocorre porque o foco da compreensão dos sentidos está na observação das formas de produzi-los, com base no contexto histórico e social no qual o discurso é produzido, dando-lhe sentido e, ao mesmo tempo, sendo necessário para sua compreensão (ORLANDI, 2001). A partir da delimitação oferecida pelo conhecimento das “formações discursivas” (FOUCAULT, 1969) é possível lidar com níveis mais aprofundados do discurso, o interdiscurso, para além do intradiscurso.

No universo das organizações brasileiras, estudos como o de Silva, Boas e Brito (2001) já aproveitam essas potencialidades. Por meio delas os autores buscaram “compreender como as categorias de pensamento sobre as relações de gênero são ‘construídas’ dentro de uma organização bancária” (SILVA; BOAS; BRITO, 2001, p. 1). Os autores assumiram como base da investigação o entendimento de que a linguagem provém da interação entre os sujeitos e suas inserções sociais, uma instância que oferece sentido aos discursos e pode ser alcançada pelos pesquisadores ao adotarem a AD. Também estudando uma organização brasileira, Carrieri e Sarsur (2002) baseiam-se nas estratégias de persuasão estudadas por Faria e Linhares (1993) e aplicam a AD para investigar o tema da empregabilidade numa empresa de telefonia. Nesse estudo, os autores focaram os seguintes aspectos discursivos: temas; construção das personagens; seleções temática e lexical; percursos temáticos e figurativos. Partindo deles, exploraram a construção das significações, as ambigüidades e as contradições do cotidiano organizacional.

Na abordagem aqui focada, a identificação dos temas e das figuras faz parte do início dos procedimentos da AD, pois, ao ser ampliado e apreendido de maneiras distintas, o tema equivale a um arranjo discursivo que evidencia a ideologia, por meio de uma análise que deve ir do mais concreto ao abstrato, em diferentes níveis, observando-se os esquemas narrativos e a relação entre quem enuncia e quem interpreta o enunciado (FIORIN, 2003).

O grande desafio para se chegar aos temas e às figuras é focar as diferentes estratégias discursivas, algumas recebendo mais ênfase do que outras, de acordo com as opções dos pesquisadores. Em estudos organizacionais utilizando-se a AD pôde-se averiguar os usos, mesmo que separadamente, das estratégias mencionadas. As de construção das personagens estão presentes em quase todos os trabalhos analisados, com destaque para os pesquisadores que estudam as organizações enquanto narrativas, como Boje (1995), Barry e Elmes (1997), Carrieri e Rodrigues (2001). Para Barry e Elmes (1997), pelo estudo das organizações como narrativas, pode-se enfatizar a presença de múltiplos personagens, além de variadas e interligadas visões de mundo existentes na organização. Tal estudo evidencia a diversidade e complexidade das organizações e das relações entre os atores. Além disso, para esses autores, a narrativa permite ligar os estudos sobre discursos aos contextos históricos e culturais das organizações.

Sobre a seleção lexical, Watson (1995) comenta que os discursos acabam por referir-se aos conceitos, temas e afirmações que constituem o vocabulário de determinados grupos. Uma análise mais apurada permite encontrar uma variedade de discursos sobre a mesma realidade, conforme o vocabulário dos grupos, das pessoas e até da organização.

Sobre a relação do dito com o não dito, Mumby e Stohl (1991) afirmam que essa dialética evidencia o que é hegemonicamente mantido. Assim, certas experiências são sistematicamente incluídas, lembradas, e outras não. Além disso, para esses autores, as identidades dos atores organizacionais são construídas por meio das várias práticas discursivas que percorrem a organização. Essas práticas estão mergulhadas num sistema de relações de conteúdos explícitos e implícitos que estruturam hierarquicamente os sentidos, as significações, os valores, normas e práticas simbólicas.

Utilizando-se as referidas estratégias de persuasão, pode-se evidenciar os temas constitutivos de elementos subjacentes e seus respectivos percursos semânticos, que destacariam um “regime de verdades” estabelecidas pelo discurso daqueles que têm poder de decisão. Cabe ao pesquisador evidenciar essas regularidades e retirar delas a articulação necessária para compreender seu objeto de interesse relacionado às organizações.

A argumentação teórica desenvolvida mostra possíveis contribuições da AD para os estudos organizacionais, indo ao encontro do objetivo proposto. Para ilustrar e legitimar esse entendimento, segue-se uma análise baseada nas contribuições apresentadas.

Uma análise ilustrativa da aplicação da AD em estudos organizacionais

A análise desenvolvida busca identificar as estratégias de persuasão empregadas tanto pelo jornal oficial da ECT, quanto pelo jornal do Sintect/MG. Os temas, figuras e elementos subjacentes permitem a compreensão e o questionamento de aspectos relacionados a duas diferentes comunidades discursivas: a organização e o sindicato. Além dos interesses, pode-se apreender também as diversas significações culturais que permeiam a esfera simbólica dos discursos dos dois grupos intra-organizacionais. Para apreender essas duas formações discursivas, serão analisados o jornal **Correios do Brasil** e o boletim sindical **Carta Aberta**.

Com base nos dados coletados do jornal e do boletim é possível e necessária a delimitação *a priori* das formações discursivas que serão analisadas, pois esse recorte torna viável o estudo. Primeiramente, foi delimitado o universo discursivo que remeteria a todos os discursos sobre a ECT. A idéia de universo discursivo envolve uma noção conjuntural. Pode-se afirmar que o contexto do universo discursivo selecionado remete a mudanças políticas e econômicas no Brasil a partir da década de 1990 e relaciona-se com a adoção de discursos e práticas neoliberais no país.

Em seguida, delimitou-se o campo discursivo a ser focalizado pela análise. Tendo em vista que essa instância remete aos temas estruturantes dos discursos, pode-se citar como possíveis espaços discursivos para o universo selecionado: as relações trabalhistas na ECT, os projetos sociais da empresa, sua imagem perante a população brasileira e seu desempenho financeiro. Dentre as inúmeras alternativas, foi selecionado o campo discursivo relativo ao processo de reforma postal. Essa reforma, apresentada ao Congresso Nacional em 1999, previa a abertura do mercado postal à participação de empresas privadas, o que aumentaria a competição e acabaria em dez anos com o monopólio da ECT na realização dos serviços postais (jornal **Correios do Brasil**, 19 de maio de 1999).

O campo discursivo sobre a reforma postal é ainda extremamente vasto, o que torna necessário o último recorte, por meio da categoria do espaço discursivo. O espaço selecionado foi referente à criação de uma agência regulatória para o setor postal, prevista no processo de reforma postal e de acordo com o Projeto de Lei Geral do Sistema Nacional de Correios. O espaço discursivo sobre a agência regulatória permitiu a focalização da análise nas duas formações discursivas supracitadas: da empresa e do sindicato. Isso porque, ao se definir o espaço, pode-se delimitar as diversas comunidades discursivas relacionadas a ele e, assim, apreender seus posicionamentos. No espaço discursivo selecionado foram identificados os discursos da empresa e do sindicato e sua inter-relação.

A análise focou, portanto, os artigos dos periódicos publicados na época da discussão sobre a criação de uma agência regulatória no setor postal. Nesse período, houve um grande debate entre a ECT, a sociedade e os funcionários acerca da iminente reforma no setor postal. Tanto o jornal da empresa quanto o do sindicato publicaram artigos manifestando seus pontos de vista. Elementos de dissonância interdiscursiva denunciaram a formação ideológica dos dois enunciadores.

Abaixo se reproduzem dois artigos jornalísticos selecionados.

TEXTO 1: Agência será "ouvidor" da sociedade

A criação da Agência Nacional de Serviços de Correios, órgão máximo de regulação e fiscalização do futuro mercado postal brasileiro, é um dos pilares da Lei Geral do Sistema Nacional de Correios. Pela primeira vez na história da administração postal pública do País, acontece a separação entre os papéis de regulador e de operador. Pela lei atual, de 1978, ambas as funções seriam em tese exercidas pelos Correios – na prática, o mercado praticamente não tem regulação.

“É preciso um órgão normatizador para garantir uma competição justa entre os operadores e para assegurar os direitos do cliente”, justificou Pimenta. Cabe à agência fazer as concessões para a prestação do serviço postal, estabelecer padrões de qualidade de atendimento, fiscalizar a atuação das empresas e, se preciso, aplicar multas para eventuais irregularidades. “A agência vai ser o grande ‘ouvidor’ da sociedade, uma espécie de xerife do sistema postal”, exemplificou o presidente dos Correios, Egydio Bianchi. “A criação da agência reguladora é, sem dúvida, o ponto forte do projeto”, elogiou o deputado Júlio Semeghini (PSDB/SP).

O órgão de regulação é uma realidade em países que já empreenderam ou vão fazer reformas postais, como Espanha, França e Inglaterra. O consenso é de que a regulação

inibe excessos, equilibra a competição e tranquiliza o consumidor. (**Correios do Brasil**, 1º de dezembro de 1999)

TEXTO 2: Projeto de Lei Postal é um atentado contra o ecetista e a população pobre

(...) O projeto cria uma “agência reguladora” cuja “intenção” é controlar o mercado postal, num processo similar ao das agências do setor elétrico (Aneel), do petróleo (ANP) e das telecomunicações (Anatel), agências estas que acabam acobertando interesses dos grandes grupos econômicos, beneficiados pela política de privatização dos governos Itamar e FHC. A essas agências também é repassado o poder de atender e “proteger” os direitos do consumidor (uma espécie de Procon). Segundo Pimenta da Veiga (Minicom), “é preciso um órgão normatizador para garantir uma competição justa entre os operadores e para assegurar os direitos do cliente” (**Correios do Brasil** – 1/12/99 – ECT).

Já Egydio Bianchi diz que “a agência vai ser o grande ‘ouvidor’ da sociedade, uma espécie de xerife do sistema postal” (idem). Mas o mais curioso é que todos os “integrantes” da Agência Nacional de Serviços dos Correios (que será chamada apenas de “Agência”) terão estabilidade “neste emprego” – para poderem executar as resoluções “político-operacionais” da agência por um período de cinco anos!? Enquanto isso, a sina é outra para a classe trabalhadora, que amarga com a realidade do desemprego em massa, do arrocho salarial, do excesso de execução de serviço para quem fica (muitas vezes fazendo horas extras não pagas), opressões e retaliações que levam ao stress, a doenças ocupacionais, psíquicas e à ausência de perspectiva de vida. (**Carta Aberta** do Sintect/MG, 19 de janeiro de 2000).

Primeira estratégia de persuasão: criação de personagens discursivas

O texto 1 apresenta sete personagens discursivas: a Agência Nacional de Serviços de Correios, os Correios (ECT), operadores do setor postal, o cliente dos serviços postais, Pimenta da Veiga (ministro das Comunicações na época), Egydio Bianchi (presidente da ECT naquele ano) e Júlio Semeghini (deputado PSDB/SP).

A agência teria o papel de reguladora e fiscalizadora do setor, garantindo a concorrência justa e a proteção dos direitos dos consumidores. Os Correios e os outros operadores seriam os regulados pela agência no futuro, sendo que atualmente a ECT exerce a dupla função de reguladora e operadora. E o cliente seria um beneficiário, tendo seus direitos garantidos pela ação da agência.

Pimenta da Veiga, Egydio Bianchi e Júlio Semeghini têm suas falas reproduzidas pelo discurso direto, o que confere maior veracidade e imparcialidade ao artigo. Buscando respaldo na opinião de pessoas que ocupam cargos considerados importantes, o enunciador legitima o ponto de vista de seu discurso.

A análise do papel atribuído a cada personagem no texto 1 revela a transferência de responsabilidade para a agência, personagem que figura como o “ponto forte do projeto”. O enunciador sustenta que, com a criação da agência, tanto as empresas do setor postal quanto os consumidores seriam beneficiados. A personagem ganha até um papel heróico, pois se tornaria o “ouvidor da sociedade” e o “xerife do sistema postal”. Nota-se aí a tentativa de se criar um novo símbolo para a cultura organizacional da ECT. A agência simbolizaria a segurança e a justiça para o setor postal. Ao defender tal ponto de vista, o enunciador mostra sua inclinação ideológica

a favor da reforma postal, pois o projeto de criação da agência é uma consequência dessa reforma.

Já no texto 2 aparecem as seguintes personagens discursivas: a agência reguladora do setor postal, outras agências já existentes, grandes grupos econômicos, Itamar Franco (ex-presidente), Fernando Henrique Cardoso (presidente na época), o consumidor dos serviços postais, Pimenta da Veiga, Egydio Bianchi, integrantes da agência e a classe trabalhadora.

A agência teria o papel de atender aos interesses dos grandes grupos econômicos, mesmo alegando defender o consumidor e controlar o mercado postal. As agências já existentes assumem no discurso o papel de exemplificações da real função elitizada de todas as agências regulatórias. Os grandes grupos econômicos representam a elite burguesa, expropriadora da força de trabalho. Itamar Franco e FHC seriam os executores primários dos interesses da elite, pois a eles se atribui a política de privatizações. E o consumidor dos serviços postais não receberia proteção da agência: ao colocar o termo “proteger” entre aspas, o enunciador exprime descrença nessa proteção.

Pimenta da Veiga e Egydio Bianchi são novamente citados por discurso direto. As falas são as mesmas do texto 1, estabelecendo uma relação interdiscursiva explícita com o artigo publicado pelo jornal **Correios do Brasil**. No entanto, o enunciador do texto 2, em vez de buscar respaldo nas opiniões dos dois personagens, opõe-se ao que eles enunciam, demonstrando que suas falas omitem a injustiça entre as regalias dos integrantes da agência e as más condições da classe trabalhadora. O enunciador tampouco considera legítimos os cargos dos integrantes da agência, pois utiliza aspas para referir-se ironicamente a eles e aos seus empregos.

Analisando o papel atribuído a cada personagem discursiva no texto 2, observa-se a transferência de responsabilidade para a elite burguesa. A agência, do ponto de vista do enunciador, seria apenas mais um instrumento para “acobertar interesses dos grandes grupos econômicos”. Sua criação e a política de privatizações do governo não levam em conta a “sina da classe trabalhadora”, o “desemprego em massa” e vários outros problemas profissionais. O enunciador sindical repudia, portanto, a tentativa de se atribuir à agência o papel de regulação e de ordem para o setor postal. A agência simbolizaria, na verdade, os interesses da elite. A classe trabalhadora, que luta pela sobrevivência, seria a grande vítima de todo o processo de privatização. Assim, a formação ideológica no texto 2 revela-se claramente nessa atribuição de responsabilidades. O enunciador se manifesta contra a reforma postal, já que esta implica a criação da agência e o enriquecimento da elite, acarretando uma série de perdas para os trabalhadores.

Segunda estratégia de persuasão: seleção lexical

No texto 1, observam-se expressões como “padrões de qualidade”, “eventuais irregularidades”, “concessões” e “empreenderam reformas”, que caracterizam o vocabulário empregado por administradores, empresários e políticos. O efeito de sentido pretendido pelo enunciador seria passar maior credibilidade ao leitor e criar certo distanciamento dos funcionários operacionais, na medida em que tais termos pertencem à linguagem de pessoas mais bem qualificadas e informadas.

Já no texto 2, o efeito de sentido pretendido pelo enunciador seria a persuasão do leitor por meio do uso de palavras fortes e claras, que conferem um sentido de união. Ao empregar expressões como “classe trabalhadora”, “opressões e retaliações” e “arrocho salarial”, em que está implícita a luta de classes, o enunciador tenta aumentar o interesse do trabalhador em lutar contra a exploração de sua força de trabalho.

Ao contrário do texto 1, o enunciador do texto 2 não se preocupa em utilizar palavras que destoam do uso cotidiano da língua. Emprega expressões comuns e inteligíveis para qualquer nível de qualificação, tais como “acobertando interesses”, “sina” e “amarga”. Utilizando palavras do vocabulário comum, o enunciador visa a aproximar-se do leitor, colocando-se ao lado dele na luta contra sua espoliação.

Terceira estratégia de persuasão: estabelecimento de relações entre conteúdos explícitos e implícitos

As relações entre afirmações explícitas e implícitas podem ser detectadas em todo o discurso, como no seguinte fragmento do texto 1: “O consenso é de que a regulação inibe excessos, equilibra a competição e tranqüiliza o consumidor.”

Dessa afirmação extrai-se o implícito pressuposto (ou implícito semântico) de que podem existir excessos, competição desequilibrada e lesão aos direitos do consumidor no futuro mercado de prestação de serviços postais.

Utilizando-se esse pressuposto e o conhecimento anterior de mundo, pode-se inferir ainda nessa frase o implícito subentendido (ou implícito pragmático) de que todos concordam que a agência (vinculada ao vocábulo “regulação”) é boa para a sociedade, na medida em que traz benefícios para os operadores concorrentes e para o consumidor. O enunciador não apenas defende a criação da agência, mas também a vê como crucial para a reforma no setor postal. Novamente, trata-se da tentativa do discurso da alta administração em criar a agência como um símbolo da imparcialidade e da regulação. Dessa forma, a aceitação da reforma postal pelos funcionários poderia ser mais fácil.

No texto 2, o enunciado “agências estas que acabam acobertando interesses dos grandes grupos econômicos, beneficiados pela política de privatização dos governos Itamar e FHC” traz a afirmação implícita subentendida de que as agências regulatórias fazem parte da política de

privatização de Itamar e FHC. Fica evidente no discurso que os interesses dos grandes grupos econômicos não são defendidos pelas agências de forma assumida, mas escamoteada.

Sobre o conteúdo explícito e pressuposto da afirmação, pode-se entender que a política de privatização do governo é uma forma de atender apenas aos interesses da elite burguesa, representada pelos grandes grupos econômicos. A política de privatização e as agências são instrumentos do governo para beneficiar a elite, ludibriando e prejudicando a população trabalhadora. O enunciador do texto 2 condena a criação de agências, as privatizações e, conseqüentemente, a reforma postal. Dessa forma, revela-se a resistência não só a mudanças no setor postal, mas também à inserção de novos símbolos no contexto organizacional da ECT. O enunciador tenta constantemente mostrar o que estaria por trás do símbolo da agência e da reforma postal.

Em ambos os casos, o enunciador recorre ao leitor para juntos construírem a imagem discursiva da agência regulatória (FARIA; LINHARES, 1993). Contudo, a construção dessa imagem se dá de modo extremamente contraditório entre os dois discursos. Se no primeiro a agência tem imagem positiva, com benefícios atribuídos à regulação, no segundo sua imagem é negativa, já que considerada prejudicial ao setor postal.

Quarta estratégia de persuasão: silêncio sobre determinados temas

No texto 1, referente ao discurso da ECT, o enunciador busca constantemente demonstrar que as funções da agência reguladora são de grande importância para o bom funcionamento do mercado. No entanto, apesar de ser um órgão considerado de grande responsabilidade, em nenhum momento o enunciador se preocupa em esclarecer ao leitor sobre quem estaria no controle da agência.

Esse seria o principal tema silenciado pelo texto 1. A agência pode ser vista como um personagem metonímico, pois representa um conjunto de pessoas (o todo pela parte). Todavia, não se sabe exatamente quem são as pessoas às quais se refere a personagem da agência. Fica em aberto quem seriam os responsáveis pela regulação e fiscalização do setor postal e como seriam escolhidos para o cargo. A omissão de informações no texto 1 pode levar à conclusão de que, por algum motivo, o enunciador optou pelo silenciamento, já que o silenciamento nunca se dá por acaso. Na medida em que ocorre o desvio da atenção do leitor para outros aspectos do tema central, percebe-se que o tema silenciado não é relevante ou é inconveniente e inconsistente com a formação ideológica do discurso em construção.

No texto 2, o tema silenciado assemelha-se ao observado no texto 1. O enunciador se refere às funções da agência com certa ironia, denuncia os interesses subjacentes à sua criação e cita os problemas enfrentados pela classe trabalhadora. No entanto, apesar de se referir à

estabilidade no emprego conferida aos integrantes da agência, não entra em detalhes sobre a identidade e a forma de seleção de tais integrantes.

Embora os dois textos analisados apresentem formações ideológicas antagônicas, ambos silenciam acerca de um importante tema, pois quem controla a agência controlaria conseqüentemente todo o mercado de prestação de serviços postais. Isso pode indicar falta de informação dos dois enunciadores ou significar que o tema não é considerado relevante para a persuasão do leitor.

A AD evidenciando os aspectos discursivos da ECT, de seu sindicato e a relação deles com o contexto organizacional

A análise dos dois discursos pertencentes ao contexto organizacional da ECT, a partir do espaço discursivo da agência regulatória, revelou formações discursivas bastante divergentes. O intradiscurso do texto 1 apresenta, como principal percurso semântico, os benefícios que a agência traria para o setor postal. Nesse percurso aparece uma seqüência de temas sobre a necessidade de um órgão regulador, as funções da agência, sua importância para a reforma postal e a experiência de outros países com agências reguladoras. Já o texto 2 traz em seu intradiscurso o percurso semântico principal sobre os interesses elitistas escamoteados pela agência. Nesse percurso estariam encadeados temas sobre a política de privatização do governo, as funções que seriam atribuídas à agência, as regalias dos integrantes dessa agência e a contrastante situação dos trabalhadores.

No texto 1 surge o elemento subjacente “mudança”, que remete à atual estrutura administrativa dos Correios e permeia a produção de estratégias de persuasão no sentido de legitimar a mudança na atual estrutura, por meio do processo de reforma postal. Já no texto 2 as estratégias discursivas reforçam o elemento subjacente da “manutenção” da atual estrutura dos Correios. Pelos posicionamentos divergentes que as duas formações discursivas assumem, no nível do intradiscursivo, pode-se afirmar que possuem diferentes visões do mesmo contexto organizacional.

Pode-se ainda inferir que essas formações discursivas remeteriam a diferentes formações ideológicas, uma vez que a primeira está diretamente relacionada à última. Ou seja, a alta administração da ECT e o sindicato, ao veicularem discursos divergentes no mesmo espaço discursivo, explicitariam também suas ideologias divergentes. Isso se torna claro pela análise das estratégias de persuasão e dos temas empregados pelos dois enunciadores.

Além das esferas discursiva e ideológica, a divergência entre a alta administração e o sindicato também se manifesta no nível simbólico e nos valores de cada grupo. Foi demonstrada na análise a tentativa da alta administração de inserir um novo símbolo – a agência – na cultura organizacional da empresa. A agência representaria a regulação e a manutenção da ordem no

futuro setor postal, assumindo um papel heróico no discurso. A aceitação desse símbolo pelos funcionários facilitaria a aprovação da reforma postal. Para sustentar a importância da regulação pela agência, o enunciador evoca valores como a equidade nas relações entre operadores e o respeito pelos clientes dos serviços postais.

Por outro lado, o discurso do sindicato tenta mostrar o real significado da agência no contexto da reforma postal. Por meio de explícitas relações intertextuais com o artigo do jornal **Correios do Brasil**, o enunciador estabelece uma relação interdiscursiva de oposição ao defendido pela alta administração. O discurso sindical tenta desconstruir o símbolo da agência como reguladora do setor postal, para reconstruí-lo como instrumento dos interesses de “grandes grupos econômicos”. A agência não mais simbolizaria uma heroína no setor postal, mas uma cúmplice da elite, vitimando a classe trabalhadora. Os valores que permeiam tal posição ideológica seriam a luta pela igualdade social e a resistência às relações capitalistas.

O emprego da AD para o estudo dos dois discursos no contexto organizacional da ECT revelou, portanto, a existência de duas comunidades discursivas divergentes. Essa constatação permitiu ainda extrapolar a análise para além do nível discursivo e afirmar que existem dois grupos intraorganizacionais que apresentam ideologias e significações culturais diferentes. Isso se evidencia pelas diferentes visões de mundo, significados simbólicos e valores sustentados nos intradiscursos destacados. A identificação desses grupos divergentes numa mesma organização pode contribuir para a compreensão da realidade organizacional, das causas de conflito, das dificuldades na implementação de novas estratégias e de processos de mudança.

Considerações finais

Por meio da revisão teórica dos conceitos de análise do discurso e da análise feita dos dois textos, pode-se afirmar que este artigo atingiu seus objetivos por três razões. Primeiro, porque foi demonstrado que as estratégias de persuasão num discurso se apóiam nos níveis intra e interdiscursivos para construir seus significados. Segundo, porque foi explicitada a relação existente entre as estratégias de persuasão utilizadas por um enunciador e sua formação ideológica, por meio da análise ilustrativa do universo discursivo sobre a ECT.

Por fim, viu-se que a análise do discurso representa uma técnica de análise de dados útil para as pesquisas em organizações. O estudo das formações sociais, ideológicas e discursivas de diferentes grupos organizacionais, por meio da AD, permite contribuir para a compreensão da realidade das organizações. A AD se apresenta como mais um caminho para apoiar os estudos de processos de mudança, de formação da estratégia e a própria dinâmica da estrutura organizacional.

A discussão desenvolvida apresentou a AD como uma técnica capaz de revelar aspectos do discurso relacionados ao seu contexto social, o qual pode ser considerado como um conjunto

de regras que delimitam um determinado conjunto sócio-histórico de enunciados. Assim, o contexto de enunciação refletiria o que é “dizível” para um dado discurso. Ao considerar a existência desse contexto e relacioná-lo à linguagem, a AD vai além do nível lingüístico para compreender a ideologia que permeia os discursos, ou seja, incorpora também todo o universo simbólico que justifica e legitima as ações dos atores sociais. Compreende-se, assim, o que não foi necessariamente explicitado, o que está oculto ou silenciado no discurso.

A AD aplicada ao contexto organizacional contribui para o estudo da comunicação, da linguagem e da visão desses elementos como instrumentos de poder e manipulação. Constitui uma alternativa para tratar os significados no nível lingüístico de maneira associada às complexidades dos fenômenos sociais expressos nos contextos organizacionais.

Abstract

This paper focuses on the contributions of Discourse Analysis (DA) to organizational studies. Initially, the concept of discourse and its relation with a specific social and ideological formation are considered. The strategies that constitute discourse, based on intra-discursive and inter-discursive dimensions, as well as persuasion strategies underlying those domains, are then discussed. To illustrate the discussion, DA was applied to a case study of *Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos* – ECT (Brazilian Mail and Telegraph Company) and its union. As a result, it was observed that DA contributes to the study of the organizational context, as it is a data analysis technique that apprehends symbolic significations produced by ideological effects in the use of discourse persuasion strategies.

Key words: Discourse analysis; Persuasion strategies; Organization; Methodology.

Referências

BARRY, D.; ELMES, M. Strategy retold: toward a narrative view of strategic discourse. **Academy of Management Journal**, Amherst, v. 2, p. 429-452, 1997.

BOJE, D. M. Stories of the storytelling organization: a postmodern analysis of Disney as “Tamara-Land”. **Academy of Management Journal**, Amherst, v. 4, p. 997-1035, 1995.

CARRIERI, A. de P. **O fim do “mundo Telemig”**: a transformação das significações culturais em uma empresa de telecomunicações. 2001. 326 f. Tese (Doutorado em Administração) – Universidade Federal de Minas Gerais, Departamento de Ciências Administrativas, Belo Horizonte.

CARRIERI, A. de P.; RODRIGUES, S. B. As transformações nas significações culturais em uma empresa de telecomunicações: de empresa pública a filial privada. In: ENCONTRO NACIONAL DE PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, 25, 2001, Campinas. **Anais...** Rio de Janeiro: Anpad, 2001.

CARRIERI, A. de P.; SARSUR, A. M. Percurso semântico do tema empregabilidade: um estudo de caso em uma empresa de telefonia. In: ENCONTRO NACIONAL DE PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, 26, 2002, Salvador. **Anais...** Rio de Janeiro/Salvador: Anpad, 2002.

DUCROT, O. **O dizer e o dito**. Campinas: Pontes, 1987.

FARIA, A. A. M. de. Interdiscurso e intradiscurso: da teoria à metodologia. In: MENDES, E. A.; OLIVEIRA, P. M.; BENN-IBLER, V. (Org.). **O novo milênio**: interfaces lingüísticas e literárias. Belo Horizonte: Fale/UFMG, 2001.

FARIA, A. A. M. de. **Sobre germinal**: interdiscurso, intradiscurso e leitura. 1999. Tese (Doutorado em Lingüística) – Universidade de São Paulo, São Paulo.

FARIA, A. A. M.; LINHARES, P. T. F. S. O preço da passagem no discurso de uma empresa de ônibus. In: MACHADO, I. L. (Org.). **Análises de discursos**: sedução e persuasão. Belo Horizonte, NAPq Fale/UFMG, 1993. (Caderno de Pesquisa, 13).

FIORIN, J. L. **Elementos de análise do discurso**. 10. ed. São Paulo: Contexto, 2001.

FIORIN, J. L. **Linguagem e ideologia**. 7. ed. São Paulo: Ática, 2003.

FIORIN, J. L. **O regime de 1964**: discurso e ideologia. São Paulo: Atual, 1988.

FIORIN, J. L. O romance e a simulação do funcionamento real do discurso. In: BRAIT, B. (Org.). **Bakhtin, dialogismo e construção do sentido**. São Paulo: Editora Unicamp, 1997.

FOUCAULT, M. **Archéologie du savoir**. Paris: Gallimard, 1969.

GRANT, D.; KEENOY, T.; OSWICK, C. Introduction. In: GRANT, D.; KEENOY, T.; OSWICK, C. (Ed.). **Discourse and organization**. London: Sage, 1998. p. 1-14.

KUBO, A. T. V. **Aspectos do discurso jornalístico sobre a luta pela terra**. 2003. Dissertação (Mestrado em Estudos Lingüísticos - Análise do Discurso) – Universidade Federal de Minas Gerais, Faculdade de Letras, Belo Horizonte.

MAINGUENEAU, D. **Génèses du discours**. Bruxelles: Pierre Mardaga, 1984.

MAINGUENEAU, D. **Novas tendências em análise do discurso**. Campinas: Pontes, 1997.

MAINGUENEAU, D. **Termos-chave da análise do discurso**. Tradução Márcio Venício Barbosa; Maria Emília. Belo Horizonte: Editora UFMG, 1998.

MUMBY, D. K.; CLAIR, R. P. Organizational discourse. In: VAN DIJK (Org.). **Discourse as social interaction**. London: Sage. 1997. p. 181-205.

MUMBY, D. K.; STOHL, C. Power and discourse in organization studies: absence and the dialectic of control. **Discourse & Society**, London, v. 3, p. 313-332, 1991.

NKOMO, S. M.; COX JUNIOR, T. Diverse identities in organizational. In: CLEGG, S. R.; HARDY, C.; NORD, W. (Ed.). **Handbook of organization studies**. London: Sage, 1996. p. 338-356.

ORLANDI, E. P. **Discurso e leitura**. 6. ed. São Paulo: Cortez, 2001.

PÊCHEUX, M. Análise automática do discurso. In: GADET, F.; HAK, T. (Org.). **Por uma análise automática do discurso**: uma introdução à obra de Michel Pêcheux. 3. ed. Campinas: Unicamp, 1990.

RUCKHYS, A. A. **A interface ecoturística em reportagens da revista Os Caminhos da Terra**. 2003. Dissertação (Mestrado em Estudos Lingüísticos – Análise do Discurso) – Universidade Federal de Minas Gerais, Faculdade de Letras, Belo Horizonte.

SILVA, A. L.; BOAS, L. H. B. V.; BRITO, M. J. de. As representações sociais sobre a mulher: percepções de gênero em uma agência bancária. In: ENCONTRO NACIONAL DE PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, 25, 2001, Campinas. **Anais...** Rio de Janeiro: Anpad, 2001.

SOUZA, M. M. P. de; FARIA, A. A. M. de. As diferentes culturas intraorganizacionais: uma análise do discurso dos jornais da ECT. In: ENCONTRO NACIONAL DE PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, 29, 2005, Brasília (DF). **Anais...** Rio de Janeiro: Anpad, 2005.

WATSON, T. J. Rhetoric, discourse and argument in organizational sense making: a reflexive tale. **Organization Studies**, Berlin, v. 5, p. 805-821, 1995.