



**Uma análise sobre a formação discursiva
na comunicação organizacional do Sesi: o
discurso da educação, saúde e trabalho na
revista Sésinho**

**Marlene Ferreira Royer
Rozinaldo Antonio Miani
Daniel Oliveira Figueiredo**

Artigo recebido em: 07/03/2016
Artigo aprovado em: 14/03/2017

DOI10.5433/1984-7939.2016v12n21p220

Uma análise sobre a formação discursiva na comunicação organizacional do Sesi: o discurso da educação, saúde e trabalho na revista Sésinho

An analysis of the discursive formation in the Sesi organizational communication: the speech of education, health and work in the magazine Sésinho

Marlene Ferreira Royer*, Rozinaldo Antonio Miani**
e Daniel Oliveira Figueiredo***

Resumo: *O artigo analisa como a educação, a saúde e o trabalho são tratados pela revista educativa Sésinho, a partir da apropriação da linguagem dos quadrinhos pelo discurso organizacional do Serviço Social da Indústria (Sesi). Por meio da Análise do Discurso, identificamos a formação discursiva do ambiente organizacional revelada pelas práticas ligadas à comunicação institucional a partir da utilização dos quadrinhos. Essas práticas incluem enunciações que dão formas aos discursos e construções de sentido que mediam as relações da organização com a sociedade.*

Palavras-chaves: *Análise do Discurso. Discurso Organizacional. História em Quadrinhos. Revista Sésinho.*

Abstract: *The article analyzes how the educational journal Sésinho approaches education, health and work, from the appropriation of comic language by the organizational discourse of the Social Service of Industry (Sesi). Through Discourse Analysis, we identify the discursive formation of the organizational environment revealed by the practices linked to the institutional communication from the use of comic language. These practices include enunciations that give forms to discourses and meaning constructions that mediate the relations between organization and society.*

Keywords: *Discourse Analysis. Organizational Speech. Comic Books. Journal Sésinho*

* Doutoranda em Estudos da Linguagem na Universidade Estadual de Londrina. Mestrado em Comunicação pela Universidade Estadual de Londrina (2014). Relações Públicas, especialista em Comunicação Empresarial. Professora assistente

Introdução

Este artigo teve como ponto de partida a pesquisa de mestrado *Revista Sesinho e o discurso do Sesi para a infância: a apropriação da linguagem dos quadrinhos no âmbito da comunicação institucional*, de autoria de Marlene Ferreira Royer (2014), apresentada no Programa de Comunicação da Universidade Estadual de Londrina (UEL). A partir das análises apresentadas pela referida autora, procuramos identificar a formação discursiva presente na linguagem da revista educacional *Sesinho*. As reflexões são pautadas com base nos campos de conhecimento ligados à Comunicação Organizacional, Comunicação Visual e Estudos da Linguagem, especificamente, na área da Análise do Discurso. Este artigo foi apresentado originalmente como conclusão da disciplina *Introdução à Análise do Discurso*, no Programa de Estudos da Linguagem da Universidade Estadual de Londrina.

O conceito de comunicação é amplo, diverso e plural e reconfigura-se incessantemente, pelo fato de ter múltiplas interfaces (interpessoal, organizacional, comunitária, alternativa, pública, dirigida, entre outras). No entanto, a definição parte da premissa inicial de que comunicação tem sua correspondência e origem no latim *comunicare*, que significa tornar comum, partilhar, associar (MAIA, 2010). Neste estudo, o conceito-chave parte da abordagem

da Universidade Estadual de Londrina, nos cursos de Relações Públicas e de Secretariado Executivo.

** Possui graduação em Comunicação Social - Jornalismo pela Universidade de Mogi das Cruzes (1990), graduação em História pela Universidade de São Paulo (1995), mestrado em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (2000), doutorado em História pela Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (2005) e pós-doutorado pela Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo (2012). Atualmente é professor associado da Universidade Estadual de Londrina.

*** Mestrado em Comunicação pela Universidade Estadual de Londrina. Graduação em Comunicação Social - Relações Públicas pela mesma instituição. Atualmente professor assistente no Departamento de Comunicação da Universidade Estadual de Londrina e doutorando em Estudos da Linguagem - UEL.

de que a comunicação é uma negociação de sentidos e, portanto, um processo simbólico (O’SULLIVAN et al., 2001). A comunicação possibilita ao homem a interação em seu ambiente social, onde “os padrões de vida, os costumes, a cultura, os desejos, as persuasões, os embates, dentre muitos outros aspectos, são transmitidos” (MAIA, 2010, p.236).

A comunicação é a base do relacionamento humano e é intencional, ou seja, é básico de qualquer emissor, ao elaborar sua mensagem, tornar-se um agente influente, para afetar o receptor e o seu ambiente. Porém, essa influência está diretamente relacionada às características do receptor. Michael Canale entende a comunicação como “o intercâmbio e negociação da informação entre ao menos dois indivíduos por meio do uso de símbolos verbais e não verbais, de modo oral escrito/visual e dos processos de produção e compreensão” (CANALE *apud* RIBEIRO, 2009, p. 167).

O autor enfatiza que a informação pode mudar de acordo com o contexto da comunicação e com as escolhas do comportamento verbal e não verbal; assim, “a comunicação implica avaliação contínua e negociação do significado por parte dos participantes” (CANALE *apud* RIBEIRO, 2009, p. 167). Para Elena Godói Anely Ribeiro (2009), essa perspectiva permite abranger os elementos envolvidos na mediação organização-públicos, inclusive, as significações e intencionalidades que variam nos contextos específicos dos processos comunicativos organizacionais.

A forma de interação social, que se adquire e se usa normalmente, pode ser inserida na perspectiva de que a comunicação organizacional é parte do processo de construção social da realidade no cotidiano da vida organizacional, possibilitando a criação de identidade e credibilidade da organização perante o conjunto da sociedade (RIBEIRO, 2009, p. 167).

O campo de conhecimento relativo à comunicação

organizacional é abrangente e envolve os estudos de como ocorre o fenômeno comunicacional dentro das organizações no âmbito da sociedade global, identificando o sistema, o funcionamento e os processos de relacionamento entre as organizações e seus diversos públicos (KUNSCH, 2003).

Para analisar a revista *Sesinho* no contexto da comunicação organizacional do Sesi é oportuna uma revisão teórica para justificar e relacionar a linguagem da revista aos aspectos conceituais da comunicação organizacional¹ e seu impacto nas organizações. Margarida Kunsch (2003) acredita que a viabilidade de um sistema organizacional está intrinsecamente ligada ao sistema de comunicação do mesmo, o que permite sua realimentação e sobrevivência. Nesse mesmo sentido, Marlene Marchiori (2008a, 2008b) vê a comunicação como um processo de sustentação da organização, que, por meio de sua atuação estratégica, pode alcançar dois objetivos básicos: “sustentar a sua própria existência e melhorar a vida daqueles com os quais se relaciona” (MARCHIORI, 2008a, p. 161).

As organizações podem ser consideradas sistemas interdependentes que precisam se comunicar, tanto no ambiente interno quanto no ambiente externo, conforme explica Kunsch (2003, p. 69): “o sistema organizacional se viabiliza graças ao sistema de comunicação nele existente, que permitirá sua contínua realimentação e sua sobrevivência. Caso contrário, entrará num processo de entropia e morte. Daí a imprescindibilidade da comunicação para uma organização social”.

Lee O. Thayer vê a comunicação como elemento vital para as organizações: “é a comunicação que ocorre dentro [da organização] e a comunicação entre ela e seu meio ambiente que definem e determinam as condições de sua existência e a direção”

1 A tradição latino-americana e brasileira ampliou esse conceito também para as múltiplas comunicações que se estabelecem entre organizações e públicos, substituindo o termo comunicação empresarial, típico da primeira fase, por comunicação organizacional, de forma a abranger todo tipo de organização social, seja pública, privada ou sem fins lucrativos. (CURVELLO, 2002, p. 13).

de seu movimento” (THAYER *apud* KUNSCH, 2003, p. 69). As organizações têm na comunicação um processo complexo que integram suas políticas, planejamentos e ações, independentemente de seus modelos administrativos e outras características que determinam sua identidade em relação a outras organizações (NASSAR, 2009).

O termo comunicação organizacional pode gerar múltiplos conceitos e formas ambíguas de interpretação, pois pode se referir à comunicação nas organizações; estratégias e técnicas de comunicação utilizadas pelas organizações; associação entre comunicação e organizações; ou ainda às propriedades organizacionais da comunicação (TAYLOR; CASALI, 2009). A comunicação organizacional pode estar relacionada a um campo de estudos, neste caso considerado como subdisciplina ou subárea da Comunicação, ou a um conjunto de fenômenos empíricos complexos e diversificados relacionados a práticas de comunicação no âmbito das organizações (MATTOS, 2008).

A conceituação da comunicação organizacional e seu campo de abrangência têm sido objeto de estudos dos pesquisadores desde a década de 1940, e mostram diferentes perspectivas sobre o assunto, mas o ponto comum é a tentativa de evidenciar sua relevância para as organizações e a legitimação e contribuição da área para os meios acadêmicos e profissionais.

Nesse contexto, Comunicação Organizacional é a área que abrange os estudos do fenômeno comunicacional das organizações e, neste estudo, é considerada a perspectiva relacional, que considera a relevância de todos os atores na produção dos discursos organizacionais. O destaque desta análise é a vertente da comunicação institucional que representa as formas pelas quais o discurso organizacional é compartilhado pelos públicos que direta ou indiretamente influenciam e são influenciados pelas organizações.

Considera-se como discurso institucional os enunciados das organizações, em suas diversas formas de enunciação, que

visam produzir sentido junto aos seus interlocutores, considerando os processos e as condições de produção da linguagem. Para Helena Brandão (2012), o discurso é composto por um conjunto de enunciados, com princípios de regularidade que remetem a uma mesma formação discursiva, esta que representa um lugar central de articulação entre língua e discurso. Para Brandão (2012, p. 46), “o discurso é uma das instâncias em que a materialidade ideológica se concretiza, isso é, é um dos aspectos materiais da ‘existência material’ das ideologias”. Daí a relevância em se pesquisar os elementos que determinam a formação discursiva do segmento industrial e como estes mediam a relação indústria-sociedade.

O foco deste estudo envolve o Sesi, uma entidade de direito privado, mantida e administrada pelo Sistema Indústria. O Sesi foi fundado em 1º de julho de 1946, por meio do Decreto-Lei nº 9.403, que atribuiu à Confederação Nacional da Indústria (CNI) a sua criação, direção e organização. A entidade se propõe a melhorar a qualidade de vida dos trabalhadores da indústria e seus dependentes, oferecendo atividades que incluem serviços nas áreas de educação, saúde e segurança no trabalho, lazer, esporte e cultura e responsabilidade social e empresarial, bem como ações de inclusão social e promoção da cidadania (CONFEDERAÇÃO NACIONAL DA INDÚSTRIA, 2007). Os objetivos institucionais do Sistema Indústria são revelados a partir de várias práticas de comunicação, dentre elas, a revista educativa de histórias em quadrinhos *Sesinho*.

A revista *Sesinho* é considerada parte do fluxo informacional do Sesi e é utilizada para difundir informações de caráter institucional que produzam sentidos compartilhados e estabeleçam interatividade entre entidade e públicos, especificamente, crianças do ensino básico e fundamental atendidas na rede de colégios mantida pela organização. O material, que num primeiro momento sugere ser de caráter apenas informacional pela própria entidade, foi aqui analisado na perspectiva da comunicação interacional, pois todos os envolvidos são sujeitos, cujos papéis e fala são relevantes na produção do discurso da entidade e no processo de produção-

circulação, distribuição e consumo da revista *Sesinho*. E não poderia ser diferente, pois a própria característica das histórias em quadrinhos é permitir o compartilhamento de experiências entre o produtor da mensagem e os interlocutores. A linguagem, composta por códigos verbais e visuais, não objetiva apenas o entendimento, mas a interação com os leitores, que podem participar da construção da narrativa e do compartilhamento do sentido do discurso.

Para Will Eisner (2010), as histórias em quadrinhos têm uma linguagem baseada na experiência visual comum ao criador e ao público. A construção de narrativas com signos verbais e visuais têm o objetivo de permitir uma leitura de fácil compreensão da mistura imagem-palavras. É necessário que, durante a leitura, se desenvolva uma interação, na qual as mensagens sejam comuns tanto para o criador como para o leitor.

A configuração geral da revista em quadrinhos apresenta uma sobreposição de palavra e imagem, e assim, é preciso que o leitor exerça suas habilidades interpretativas visuais e verbais. As regências do desenho (por exemplo, perspectiva, simetria, pincelada) e as regências da literatura (por exemplo, gramática, enredo, sintaxe) superpõem-se mutuamente. A leitura da revista em quadrinhos é um ato de percepção estética e de esforço intelectual (EISNER, 2010, p. 8).

Uma característica da linguagem dos quadrinhos é a utilização de imagens repetitivas e símbolos reconhecíveis, que são utilizados com frequência para expressar ideias similares. A interação² e a compreensão da mensagem ocorrem quando o leitor reconhece o significado e o impacto emocional das imagens, “portanto, a competência da representação e a universalidade da

2 Interação pode ser entendida, segundo Braga (2004), como processos simbólicos e práticos que organizam trocas entre seres humanos e viabilizam as diversas ações e objetivos que se vêem engajados.

forma escolhida são cruciais” (EISNER, 2010, p. 7).

Esta definição reforça a necessidade deste estudo seguir a linha interacional/relacional da comunicação no contexto das organizações, na qual a interação é o objeto da comunicação (FRANÇA, 2001, 2006), afastando-se do paradigma clássico que vê a comunicação como um processo linear de produção e recepção de mensagens. A linguagem dos quadrinhos pode ser reconhecida como uma forma de compartilhamento simbólico e não apenas como transmissora de mensagens, uma vez que os interlocutores (Sesi e leitores) são envolvidos em contextos específicos (narrativas da revista *Sesinho*), numa relação com formas e discursos da cultura (organizacional e do contexto social). Portanto, a interação é condição fundamental nesse processo comunicativo.

Essa interação, que aqui é inferida como sendo objeto do Sesi, é necessária para sua legitimação pública e os processos comunicativos garantem que suas intervenções possam gerar sentidos quanto aos seus objetivos e suas práticas organizacionais. A materialização desses processos interativos ocorre também na revista *Sesinho*, na qual os discursos puderam ser identificados e analisados por meio da linguagem iconográfica das histórias em quadrinhos no contexto do Sistema Indústria, aqui entendida como uma comunidade discursiva que produz e administra um determinado tipo de discurso institucional que evidencia as crenças, valores culturais e sociais e a ideologia de seus representados.

Por meio da Análise de Conteúdo do acervo publicado no período de julho de 2001 a julho de 2011, produziu-se um *corpora* da revista *Sesinho*, analisado na referida pesquisa de mestrado, cujos dados permitem novas análises sobre a formação do discurso do Sesi na primeira década do século XXI. As considerações obtidas revelaram que a utilização da linguagem imagética das histórias em quadrinhos (HQs), no âmbito da comunicação institucional, pode contribuir para a produção de sentidos por parte do leitor, quando este reconhece os significados e os impactos emocionais das imagens, tornando-se assim uma prática comunicativa relevante e

adequada à natureza relacional da comunicação nas organizações.

Tom Daniels, Barry Spiker e Michael Papa contribuem para o entendimento do papel da revista *Sesinho* como agente de comunicação e interlocutor do discurso do Sesi junto às crianças, pois, segundo os autores, “o termo comunicação é compreendido como significado partilhado criado entre duas ou mais pessoas por meio da transação verbal e não verbal” (DANIELS; SPIKER; PAPA *apud* RIBEIRO, 2009, p. 182). Os autores argumentam que os elementos engajados na transação verbal e não verbal estão envolvidos na geração de percepção e interpretação da informação e que a comunicação se efetiva quando há significado compartilhado ou interpretação comum. O significado existe quando a informação, produto do processo comunicativo, está colocada dentro de um contexto, seja ele simples ou complexo (RIBEIRO, 2009).

A reflexão sobre as questões que envolvem o discurso institucional deve ser precedida pelo entendimento do termo discurso, suas variáveis e formas de funcionamento. Brandão (2012) define discurso como toda atividade comunicativa entre interlocutores, seja na forma oral ou escrita, que produz sentidos e promove a interação entre os atores do processo. Brandão afirma, ainda, que se pode interpretar discurso como o ponto de articulação e mediação dos processos ideológicos por meio dos fenômenos linguísticos. Nesse contexto, a linguagem, enquanto dimensão cognitiva que materializa o discurso, ganha características de interação, sendo um modo de produção social na qual a ideologia se concretiza.

Dominique Maingueneau (1997), diante da polissemia do termo discurso, sugere que se recorra ao conceito de formação discursiva, termo emprestado da *Arqueologia do Saber* de Michel Foucault (1995), e definido como “o que pode e deve ser dito (articulado sob a forma de uma alocução, um sermão, um panfleto, uma exposição, um programa, etc.) a partir de uma posição dada em uma conjuntura determinada” (FOUCAULT *apud* MAINGUENEAU, 1997, p. 22). Nesse contexto, o Sistema

Indústria pode ser entendido como comunidade discursiva, que, segundo definição de Maingueneau (1997), contempla grupos sociais que produzem e administram certo tipo de discurso. Para o autor:

[...] as instituições produtoras de um determinado discurso não são mediadoras transparentes, ou seja, o modo de organização de seus componentes e de seus discursos são inseparáveis, e o teor dos enunciados de uma formação discursiva torna possível o grupo que lhe é associado (MAINGUENEAU, 1997, p. 29).

Baseando-se nesses pressupostos, considera-se aqui como discurso institucional os enunciados da indústria, em suas diversas formas de linguagem, que visam produzir sentido junto aos seus interlocutores, contemplados aqui como os diversos públicos com os quais o Sistema Indústria se relaciona.

A relação entre discurso e organização tem merecido atenção cada vez maior dos pesquisadores da área de Comunicação Organizacional, à medida que as organizações têm sido consideradas como construções discursivas (FAIRHURST; PUTNAM, 2010). Essa abordagem, somada às demais teorias e contribuições, pode oportunizar estudos da relação discurso-organização e as linguagens que permeiam essa relação, no sentido de verificar os conteúdos e analisar as formações discursivas das organizações no contexto da comunicação organizacional.

Para as pesquisadoras Gail Fairhurst e Linda Putnam (2010, p. 107), essa caracterização pode estar sujeita a pelo menos três interpretações:

Primeiro, uma organização pode ser classificada como um objeto já formado com características e resultados refletidos no discurso. Segundo, as organizações podem ser vistas como em permanente estado de constituição

através da maneira em que as propriedades do discurso dão forma a um *organizing*³. E por fim, as organizações podem ser vistas como fundadas, alicerçadas na ação; ancoradas em práticas sociais e formas discursivas.

Essas interpretações sobre discurso são utilizadas pelas autoras para o estudo da linguagem organizacional e interação social e, também, para demonstrar como as três orientações dialogam e talvez contribuam para que o discurso organizacional possa alcançar o *status* de subdisciplina na área da Comunicação Organizacional. “Argumentamos que as três orientações são necessárias e devem ser utilizadas simultaneamente para que possam revelar uma visão complexa da relação organização-discurso” (FAIRHURST; PUTNAM, 2010, p. 107).

Essa abordagem, somada às demais teorias e contribuições, pode oportunizar estudos da relação discurso-organização e as linguagens que permeiam essa relação, no sentido de verificar os conteúdos e analisar as formações discursivas das organizações no contexto da comunicação organizacional. Muito mais que identificar os discursos, tais estudos permitem compreender as relações políticas, sociais e ideológicas que são inerentes aos processos discursivos.

Portanto, a partir dessas problematizações, é possível inferir que a análise da formação discursiva do Sistema Indústria pode esclarecer como se dá o alinhamento do discurso com as práticas organizacionais, e como, de fato, textos e imagens são utilizados nesse contexto.

3 Na tradução do original *Organization as Discursive Constructions*, o termo técnico *organizing* foi mantido, pois a tradução não tem o mesmo leque de sentido na língua original. As autoras o usam de forma específica para destacar o caráter dinâmico, intermitente e formativo do processo de organizar.

Revista *Sesinho*: imagem e representação no discurso do Sesi

A revista *Sesinho* faz parte do composto de comunicação da CNI/Sesi e sua análise ocorreu levando-se em conta o ambiente da comunicação organizacional, no qual entidades são consideradas locais discursivos de formação de sentido. É na forma discursiva que ocorrem as práticas comunicacionais, nas quais se pressupõe que o objeto da comunicação, seja o produto comunicativo ou a interação pretendida, ao atingir o público possa ser compreendido e transformado em práticas sociais. Para isso, o discurso deve ter um significado possível de ser compartilhado e produzir sentido para todos os envolvidos.

Os discursos estão presentes nos processos comunicativos, que são a base das organizações, para que as mesmas sustentem sua existência e interajam com seus públicos, em todas as instâncias, seja interna ou externamente. A revista *Sesinho* é considerada parte do fluxo informacional do Sesi, utilizada para difundir informações de caráter institucional que produzam sentidos compartilhados e estabeleçam interatividade entre entidade e públicos, especificamente crianças do ensino básico e fundamental atendidas na rede de colégio Sesi, mantida pela organização.

O material analisado, que num primeiro momento sugere ser de caráter apenas informacional pela própria entidade, aqui foi analisado sob a perspectiva da comunicação interacional, pois todos os envolvidos são sujeitos, cujos papéis e falas são relevantes na produção do discurso da entidade e no processo de produção-circulação, distribuição e consumo da revista *Sesinho*. E não poderia ser diferente, pois a própria característica das histórias em quadrinhos é permitir o compartilhamento de experiências entre o produtor da mensagem e seus interlocutores. A linguagem, composta por códigos verbais e visuais, não objetiva apenas o entendimento, mas a interação com os leitores, que podem participar da construção da narrativa e do compartilhamento do sentido do discurso.

Essa interação, aqui inferida como objeto do Sesi, é necessária para sua legitimação pública e os processos comunicativos garantem que suas intervenções possam gerar sentidos quanto aos seus objetivos e suas práticas organizacionais. A materialização desses processos interativos ocorre também na revista *Sesinho*, na qual os discursos foram identificados e analisados por meio da linguagem iconográfica das HQs no contexto do Sistema Indústria, aqui entendida como uma comunidade discursiva que produz e administra um determinado tipo de discurso institucional que evidencia as crenças, os valores culturais e sociais e a ideologia de seus representados.

Na pesquisa realizada por ocasião da produção de uma dissertação de mestrado, foram identificadas as temáticas que conduziram as narrativas de dez anos da publicação, quando ficou evidente que os conteúdos ligados ao comportamento, às informações institucionais e às áreas de saúde, trabalho e educação prevaleceram e convergiram para revelar o objetivo institucional do Sesi, qual seja, o de se colocar como entidade promotora do bem estar dos trabalhadores da indústria. Esse papel tem uma finalidade que também ficou evidente nas narrativas, o de que a saúde e a educação são o caminho para o fortalecimento e a competitividade da indústria nacional.

Essas constatações foram obtidas pelo método qualitativo e a técnica utilizada foi a Análise de Conteúdo, que respondeu a uma questão básica: o que os textos querem dizer e como isso ocorreu por meio da linguagem dos quadrinhos? Neste artigo, o objetivo é, por meio da Análise do Discurso (AD), mostrar que a linguagem não é tão transparente e explícita. “Na análise do discurso procura-se compreender a língua fazendo sentido, enquanto trabalho simbólico, parte do trabalho social geral, constitutivo do homem e da sua história” (BRANDÃO, 2012, p. 15).

Para Brandão (2012), a AD trata da linguagem como mediação necessária entre o homem e sua realidade natural e social. Essa mediação é o discurso, que torna possível a permanência, a

continuidade, o deslocamento e a transformação do homem e da realidade da qual faz parte. Assim, a AD leva em conta o homem na sua história e considera os processos e as condições de produção da linguagem, refletindo sobre a maneira como a linguagem está materializada na ideologia e como a ideologia se manifesta na língua. A AD, segundo Brandão (2012, p. 17):

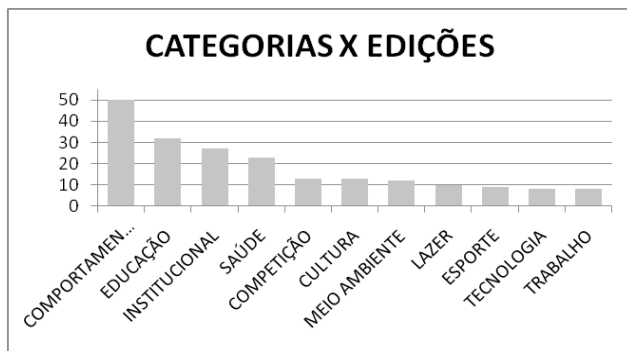
[...] partindo da ideia de que a materialidade específica da ideologia é o discurso e que a materialidade específica do discurso é a língua, trabalha a relação língua-discurso-ideologia. Essa relação se complementa com o fato de que, como diz M. Pêcheux (1975), não há discurso sem sujeito e não há sujeito sem ideologia: o indivíduo é interpelado em sujeito pela ideologia e é assim que a língua faz sentido.

Assim, pretende-se com a AD identificar outros sentidos no material coletado e como os mesmos se constituem e produzem sentidos por e para sujeitos. A questão que desencadeará esta análise é: como os temas educação, saúde e trabalho são tratados no discurso do Sesi?

O *corpus* dessa análise refere-se aos enunciados que tratam dos temas educação, saúde e trabalho na revista *Sesinho*, cujos textos remetem a um discurso no qual é possível identificar regularidades e formações discursivas que ganham sentido à medida que revelam posicionamentos ideológicos numa determinada conjuntura (ORLANDI, 2013). Nos dez anos de publicação, a incidência dos temas revelou coerência com a missão e os objetivos institucionais do Sesi, e a escolha dos mesmos se deve pelo fato das temáticas serem tratadas de forma relacionadas (Gráfico 1). Os dispositivos teóricos que mediam a descrição e a interpretação dos dados sustentam-se nos princípios gerais da AD.

Gráfico 1

Temas presentes na revista *Sesiinho* (2001/2011)



Numa mesma história, dois ou mais temas puderam ser identificados e os assuntos relativos a questões de comportamentos (50), instituição (27), saúde (23) e educação (32) prevaleceram. Lembrando que saúde e educação são considerados os pilares estratégicos do Sesi, principalmente na década de 2000. A alta incidência desses temas está relacionada com os objetivos preconizados pelo Sesi, de promover o bem estar do trabalhador e seu desenvolvimento pessoal e profissional, para assegurar a necessária competitividade industrial (Figura 1).

Figura 1 - Qualificação e trabalho



Fonte: Revista *Sesiinho*, nº 75, p. 15

A saúde e a educação são os pilares para que se forme uma nova força de trabalho, com competências compatíveis com “as novas capacidades operativas advindas das novas rotinas de trabalho” (ALVES, 2010). Assim, as narrativas mostram que a necessidade de cuidar da saúde, estudar e buscar novas qualificações (Figuras 2 e 3) garantem não só um emprego, mas a possibilidade de uma vida digna, distante da miséria que parece ser inerente àqueles que não estudam e não trabalham.

Figura 2 - Educação e trabalho



Fonte: Revista *Sesinho*, nº 24, p. 8

Figura 3 - Saúde e trabalho



Fonte: Revista *Sesinho*, nº 49, p. 16

Nas aventuras e situações do cotidiano, a turma do Sesinho se envolve em temáticas nas quais ficam evidentes formas “corretas” e “incorretas” de se posicionar diante de uma situação. Essa análise pode supor uma perspectiva funcionalista, na qual a revista emite

mensagens que devem ser acatadas pelo receptor. Porém, justamente pela característica da história em quadrinhos, isso não ocorre, pois, mesmo que a HQ seja utilizada com finalidades específicas ligadas a intenções e comportamentos de interesses institucionais, a linguagem visual ultrapassa o significado puramente denotativo e se liberta para se enriquecer com inúmeras possibilidades de conotações (CAGNIN, 1975). Assim, a interação proporcionada pela leitura dos quadrinhos faz com que o leitor participe da construção da narrativa e do compartilhamento do sentido do discurso, que se dá em função do contexto em que ocorre a leitura.

Entendemos, teoricamente, que, nas histórias em quadrinhos, “entrequadros” é o elemento unitário da linguagem que produz a forma de sequencialidade, sensação de sequência, ou que cria o efeito de narração e produz sentido para o interlocutor, e que se coloca entre os “quadros” ou desenhos. Eisner (2010) delega a essa característica dos quadrinhos, que também se replica nas tirinhas e cartuns, a produção do sentido narrativo, uma vez que a imagem estática, tal como se apresenta o desenho em *frame* isolado e a fotografia, não constitui o sentido amplo do discurso e, sim, o espaço de preenchimento entre os quadros.

Para uma análise do discurso das histórias em quadrinhos é importante lembrar dessa característica, uma vez que o sentido se constrói também pela junção das imagens que, exclusivamente nesse suporte, se constitui pela ação da interlocução.

O trabalho foi o tema central de 8 edições, também intercalado com temas relacionados à educação, saúde e comportamento. Nas histórias, o tema é vinculado à necessidade de formação e qualificação (Figura 4), e sua ausência está relacionada à pobreza e tristeza. Segundo a revista, as vitórias que podem ser alcançadas por meio do trabalho só se efetivam num ambiente que exista aperfeiçoamento profissional, união e espírito de equipe e de inovação. Chama a atenção, em duas edições, a analogia do trabalho do homem com o trabalho das abelhas - que só funciona e dá resultados pelas atividades ordenadas e em equipe que garantem

o pleno funcionamento da colmeia - usada como metáfora para representar as fábricas e outros ambientes de trabalho (Figuras 5 e 6).

Figura 4 - Trabalho e qualificação



Fonte: Revista *Sesinho*, nº 33, p. 8-10

Figura 5 - Trabalho nas colmeias



Fonte: Revista *Sesinho*, nº 10, p. 14

Figura 6 - Trabalho nas empresas

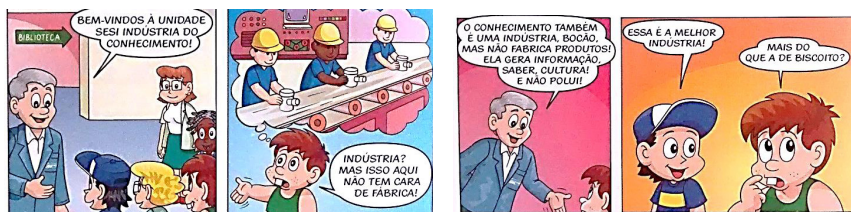


Fonte: Revista *Sesinho*, nº 35, p. 14

Os procedimentos sistemáticos da Análise de Conteúdo permitem a descrição das mensagens da revista *Sesinho* sob o ponto de vista dos códigos verbais e visuais característicos dos quadrinhos. Para a Análise do Discurso, soma-se a esse procedimento a construção de um dispositivo da interpretação, que visa “colocar o dito em relação ao não dito” (ORLANDI, 2013, p. 59). Assim, há uma transição entre a superfície linguística - *Sesinho* - e o objeto discursivo, que foi selecionado após o tratamento de análise superficial do *corpus*, formado pelas temáticas da educação, saúde e trabalho.

Destacam-se nas histórias em quadrinhos o fato de as narrativas utilizarem figuras de linguagem como metáforas e analogias - principalmente, em temas relacionados ao trabalho - e metalinguagem, que revela a intenção de facilitar a compreensão das mensagens e a interação com o leitor. As ocorrências estão presentes em 8 dos 10 anos da publicação. A unidade denominada Indústria do Conhecimento (Figura 7) tem seu nome justificado pelo personagem, que revela a intenção da entidade em manter os dois conceitos imbricados.

Figura 7 - Metáforas e analogias



Fonte: Revista *Sesinho*, nº 56, p. 10

Para reforçar o papel da indústria e do trabalho na sociedade, a revista educativa traz a representação da pobreza, a qual poderia ser minimizada se as pessoas marginalizadas tivessem acesso à educação e, conseqüentemente, ao trabalho. A pobreza é relacionada

com moradias ruins, sujeira, falta de alimentos, ruas sem asfalto e crianças desdentadas, carecas e descalças (Figura 8).

Figura 8 - Representação da pobreza



Fonte: Revista *Sesinho*, nº 6, p. 19

O analfabetismo e o desemprego são colocados como condições inerentes à miséria demonstrando claramente as diferenças sociais e econômicas dos grupos representados na revista (Figura 9). Segundo o discurso do Sistema Indústria, o contraponto com a pobreza é a melhoria da qualidade de vida proporcionada pela educação, que influenciará diretamente no trabalho, na saúde e no bem estar das pessoas, impactando, assim, na sua condição econômica e social (Figura 10).

Figura 9 - Diferenças sociais



Fonte: Revista *Sesinho*, nº 70, p. 3

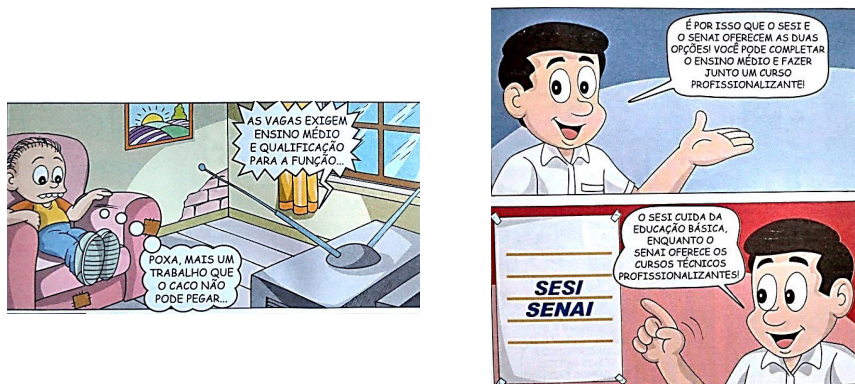
Figura 10 - Educação



Fonte: Revista *Sesiinho*, nº 63, p. 17

Essas questões são abordadas com mais frequência nos cinco primeiros anos da publicação e revelam que, mesmo diante de uma anunciada mudança de postura do Sesi, da lógica assistencialista de sua primeira fase (1946 a 1963) para a lógica da cidadania e responsabilidade social (a partir da década de 1980), a diferença não é tão visível, pois os personagens da turma do Sesiinho “ajudam” os mais pobres, com presentes e comida e reforçam a ideia de que somente com a educação eles podem ter acesso ao mercado de trabalho, bem como que só o trabalho pode mudar suas condições de vida. Como o Sesi oferece educação e trabalho, a entidade reitera sua imagem como solução para minimizar os problemas sociais (Figura 11).

Figura 11 - Serviços do Sesi





Fonte: Revista *Sesinho*, nº 44, p. 6, 11, 12 e 14

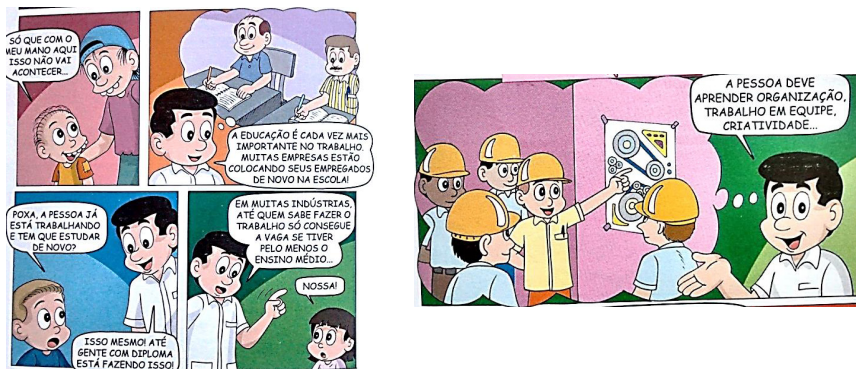
A educação e o trabalho são apontados como solução para os problemas e formas de inclusão social, mas o trabalhador deve ainda, segundo o Sesi, se adequar às exigências da indústria contemporânea. Por isso, a revista apresenta conteúdos que remetem ao novo contexto das organizações, consequência das transformações que marcaram o início do novo milênio, e ao perfil desejado para os trabalhadores (Figuras 12 e 13).

Figura 12 - Novo contexto das organizações



Fonte: Revista *Sesinho*, nº 8, p. 13

Figura 13 - Qualificação e trabalho



Fonte: Revista *Sésinho*, nº 44, p. 10-12

O discurso presente na revista é coerente com a nova organização da força de trabalho e a análise pode contribuir com as investigações sociológicas que tentam compreender o novo cenário social e econômico que envolve as organizações e os trabalhadores. As narrativas das histórias em quadrinhos mostram que as tecnologias, os processos produtivos e os recentes modelos de gestão determinam a nova postura que deve ser adotada pelos trabalhadores, cujo perfil educacional passa a ser mais técnico e, necessariamente, integrado com novas competências (Figura 14).

As histórias são permeadas de valores éticos e morais que visam nortear a conduta dos personagens e, mesmo tratando de temas diversos, indiretamente convergem para a formação de uma geração que tenha perfis e atributos semelhantes. Assim, ao entrarem no mercado de trabalho, os novos profissionais podem se adaptar aos novos modelos de gestão de pessoas, que, segundo Alves (2010, p. 6), “implica disseminar valores, sonhos, expectativas e aspirações que emulem o trabalho flexível”.

Figura 14 - Novo perfil do trabalhador



Fonte: Revista *Sesinho*, nº 8, p. 14

Para isso, o Sesi tem na turma do Sesinho um de seus porta-vozes. Várias observações apontam o aspecto institucional da publicação, produzida para reafirmar a missão que o Sesi se propõe, que é promover a qualidade de vida e a cidadania. Em várias histórias, a turma do Sesinho está explicitamente na condição de porta-voz do Sesi, na divulgação de sua missão, dos programas de educação, saúde, esporte, lazer e cultura, dos valores sociais e organizacionais pelos quais a entidade diz nortear suas práticas.

O processo de compreensão que ocorre na AD alterna a descrição do texto e imagem e a interpretação que possibilitam a compreensão, por parte do analista, das condições e do processo de produção de sentidos. Os processos discursivos constituem a fonte da produção dos efeitos de sentido no discurso e a língua é o lugar material em que se realizam os efeitos de sentido. Segundo essa perspectiva:

[...] se processo discursivo é produção de sentido, discurso passa a ser o espaço em que emergem as significações. E aqui o lugar específico da constituição dos sentidos é a formação discursiva, noção que, juntamente com a condição de produção e formação ideológica, vai constituir uma tríade básica nas formulações teóricas da análise do discurso (PECHEUX *apud* BRANDÃO, 2012, p. 42).

Os enunciados descritos nos quadrinhos acima permitem uma análise da formação discursiva do Sesi, quanto à produção de sentido do discurso que envolve educação, saúde e trabalho. Segundo Brandão (2012, p. 32):

Foucault (1969) concebe os discursos como uma dispersão, isto é, formados por elementos que não estão ligados por nenhum princípio de unidade. Cabe à AD descrever essa dispersão, buscando o estabelecimento de regras capazes de reger a formação dos discursos - “regras de formação” possibilitariam a determinação dos elementos que compõem o discurso.

Por meio dessas “regras de formação” é possível determinar os elementos presentes no discurso do Sesi: a) *Objetos* que aparecem, coexistem e se transformam num espaço comum discursivo: nesse caso os objetos identificados podem se referir às temáticas da educação, saúde e trabalho, tratadas repetidamente nos dez anos de publicação; b) *Tipos de enunciação* que podem permear o discurso: os tipos de enunciação podem se referir aos enredos e narrativas que conduzem as histórias; c) *Conceitos* em suas formas de aparecimento e transformação em um campo discursivo, relacionados em um sistema comum: os conceitos se referem ao aspecto institucional do Sesi, como promotor da educação, saúde e trabalho; e d) *Temas e teorias*, isto é, o sistema de relações entre diversas estratégias capazes de dar conta de uma formação discursiva, permitindo ou excluindo certos temas e teorias: referem-se às estratégias do Sesi em abordar os temas da educação, saúde e trabalho, de tal forma que os três temas estejam interligados e, na visão da organização, um sendo interface do outro; somente a coexistência dos três possibilita que o interlocutor possa usufruir dos benefícios que estes propiciam à sociedade.

Essas regras podem determinar a formação discursiva do Sistema Indústria aplicados pelo Sesi; nesse sentido, o sistema de

relações entre objetos, tipos enunciativos, conceitos e estratégias possibilitam a passagem da dispersão para a regularidade do discurso (BRANDÃO, 2012, p. 33).

Um funcionamento da formação discursiva evidenciada nos quadrinhos analisados é a utilização de paráfrases, quando os enunciados são repetidamente reformulados e retomados, sempre mantendo uma identidade que pode ser reconhecida sob diferentes aspectos, de tal forma que o objeto ideológico possa ser assimilado tanto pelo enunciador como pelos interlocutores do discurso, o que pode garantir a permanência e consolidação da comunidade discursiva do Sistema Indústria.

Considerações finais

A Análise do Discurso tem o desafio de fazer com que o pesquisador realize leituras críticas e reflexivas que não reduzam o discurso a análises somente no âmbito da linguística, nem tão somente ao âmbito histórico e/ou ideológico isoladamente. Por suas características teórico-metodológicas é possível utilizá-la para realizar análises nas mais diversas áreas do conhecimento, como a comunicação organizacional e a comunicação visual, aqui especificada pelos quadrinhos. As conclusões aqui obtidas são frutos de interpretações analíticas considerando os aspectos históricos e sociais que envolvem o discurso do Sesi.

As análises permitiram identificar que o Sesi se apropriou da linguagem verbal e visual dos quadrinhos para revelar sua identidade organizacional e para interferir na percepção do público e, conseqüentemente, na formação de sua imagem perante a sociedade, além de tentar determinar os caminhos pelos quais a sociedade deve trilhar para que se crie um ambiente favorável ao fortalecimento e desenvolvimento industrial.

Outro aspecto importante é que as histórias em quadrinhos não podem ser analisadas apenas como portadoras de um discurso institucional, pois se configuram como práticas comunicativas

relevantes para o estabelecimento de relacionamento com os públicos das organizações no contexto de uma comunicação de fato interativa. O estudo de suas formas de linguagem também pode contribuir em novos enfoques que considerem as organizações como construções discursivas.

As páginas da revista *Sesinho* materializam práticas discursivas acerca das relações políticas, sociais e ideológicas inerentes aos processos discursivos da indústria, bem como seus impactos na sociedade, que somente futuras análises permitirão compreender e desvelar. O referido produto comunicativo ainda poderá servir de base para outros estudos que contribuam com os campos da Comunicação Organizacional e da Comunicação Visual subsidiado pelas contribuições da Análise do Discurso.

Referências

ALVES, Giovanni. **Trabalho, subjetividade e capitalismo manipulatório: o novo metabolismo social do trabalho e a precarização do homem que trabalha**. 2010. Disponível em: <http://www.giovannialves.org/Artigo_GIOVANNI%20ALVES_2010.pdf>. Acesso em: 10 jun. 2013.

BRAGA, José L. Os estudos de interface como espaço de construção do campo da comunicação. **Contracampo**, Rio de Janeiro, v. 10/11, n. 2, p. 219-235, 2004.

BRANDÃO, Helena H. Nagamine. **Introdução à análise do discurso**. 3.ed. Campinas, Ed da Unicamp, 2012.

CAGNIN, Antonio Luiz. **Os quadrinhos**. São Paulo: Ática, 1975.

CONFEDERAÇÃO NACIONAL DA INDÚSTRIA. **Educação para a nova indústria: uma ação para o desenvolvimento sustentável do Brasil**. Brasília, 2007.

CURVELO, João José Azevedo. **Estudos de comunicação organizacional**: entre a análise e a prescrição. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 25, 2002, Salvador. Anais. São Paulo: Intercom, 2002.

EISNER, Will. **Quadrinhos e arte sequencial**. São Paulo: Martins Fontes, 2010.

FAIRHURST, Gail; PUTNAM, Linda. As organizações como construções discursivas. In: MARCHIORI, Marlene (Org.). **Comunicação e organização**: reflexões, processos e práticas. São Caetano do Sul, SP: Difusão Editora, 2010.

FOUCAULT, Michel. **A arqueologia do Saber**. 7.ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2005.

FRANÇA, Vera V. O objeto da comunicação/A comunicação como objeto. In: HOHLFELDT, A. *et al.* (Org.). **Teorias da comunicação**: conceitos, escolas, tendências. Petrópolis: Vozes, 2001. p. 39-60.

_____. Sujeitos da comunicação, sujeitos em comunicação. In: GUIMARÃES, César; FRANÇA, Vera (Org.). **Na mídia, na rua**: narrativas do cotidiano. Belo Horizonte: Autêntica, 2006. p. 61-88.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada**. São Paulo: Summus, 2003.

MAIA, Vanessa. Verbete Comunicação (Busca de sentido do). In: ENCICLOPÉDIA Intercom de Comunicação - São Paulo: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2010.

MAINGUENEAU, Dominique. **Novas tendências em análise do discurso**. 3.ed. Campinas, SP: Pontes: Ed. da Unicamp, 1997.

_____. **Termos chave da análise do discurso**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 1998.

MARCHIORI, Marlene. **Cultura e comunicação organizacional: um olhar estratégico nas organizações**. 2.ed. São Caetano, SP: Difusão, 2008a.

_____. Comunicação organizacional e perspectivas metateóricas: interfaces e possibilidades de diálogos no contexto das organizações. In: OLIVEIRA, Ivone de Lourdes; SOARES, Ana Thereza Nogueira (Orgs.). **Interfaces e tendências da comunicação**. São Caetano do Sul, SP: Difusão Editora, 2008b.

MATTOS, Maria Ângela. Interfaces do saber comunicacional e da comunicação organizacional com outras áreas de conhecimento. In: OLIVEIRA, Ivone de Lourdes; SOARES, Ana Thereza Nogueira (Org.). **Interfaces e tendências da comunicação**. São Caetano do Sul, SP: Difusão Editora, 2008.

NASSAR, Paulo. Conceitos e processos de comunicação organizacional. In: KUNSCH, Margarida Maria Krohling (Org.). **Gestão estratégica da comunicação organizacional e relações públicas**. São Caetano do Sul, SP: Difusão Editora, 2009. p. 61-76.

ORLANDI, Eni Pulcinelli. **Análise de discurso: princípios e procedimentos**. 10.ed. Campinas, SP: Pontes, 2013.

O'SULLIVAN, Tim et al. **Conceitos-chave em estudos de comunicação e cultura**. Piracicaba: UNIMEP, 2001.

RIBEIRO, Elena Godoy Anely. A contribuição das ciências da linguagem para o estudo da comunicação organizacional. In: KUNSCH, Margarida M. Krohling (Org.). **Comunicação organizacional: linguagem, gestão e perspectiva**. São Paulo:

Saraiva, 2009, v. 2. p. 159-188.

ROYER, Marlene Ferreira. **Revista Sesinho e o discurso do SESI para a infância**: a apropriação da linguagem dos quadrinhos no âmbito da comunicação institucional. Londrina, 2014. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Universidade Estadual de Londrina, Londrina, 2014.

TAYLOR, James R.; CASALI, Adriana Machado. Comunicação: o olhar da “Escola de Montreal” sobre o fenômeno organizacional. In: MARCHIORI, Marlene (Org.). **Comunicação e organização**: reflexões, processos e práticas. São Caetano do Sul, SP: Difusão Editora, 2009. p. 69-82.