

ZILDA FÁTIMA DA SILVA PAIM

**Mercantilização do Desemprego:
Trabalho e Educação nas páginas do Jornal *A Tarde***

**Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação
em Educação e Contemporaneidade da Universidade do
Estado da Bahia como requisito para obtenção do grau de
Mestre em Educação.**

Orientadora: Prof^ª Dr^ª Ronalda Barreto Silva

**Salvador
2009**

FICHA CATALOGRÁFICA : Sistema de Bibliotecas da UNEB

Paim, Zilda Fátima da Silva

Mercantilização do desemprego: trabalho e educação nas paginas do jornal A Tarde /
Zilda Fátima da Silva Paim . – Salvador, 2010.
145f.

Orientadora: Prof^ª. Dr^ª. Ronalda Barreto Silva.

Dissertação (Mestrado em educação) – Universidade do Estado da Bahia. Departamento
de Educação. Campus I. 2010.

Contém referências.

1. Educação. 2. Trabalho. 3. Capital humano. 4. Representações sociais. 5. Mídia. I.
Silva, Ronalda Barreto. II. Universidade do Estado da Bahia, Departamento de Educação.

CDD: 370

**Para Beatriz, aquela que me faz feliz e
ensina a não andar com os pés no chão.**

AGRADECIMENTOS

Impossível não me apropriar desse momento para tornar público o meu apreço por vocês. Citá-los não significa enumerar uma ordem de importância. Não existem, aqui, colaborações ou participações indiretas. Todos foram, são, decisivos nesse meu caminhar.

À Mãe, Rainha, Vencedora, Três Vezes Admirável de Schoentatt pela iluminação.

À prof. Dra. Ronalda Barreto Silva pela oferta generosa do seu conhecimento e do seu afeto. Na medida exata.

Às Professoras Dras. Alba Regina Neves Ramos, Alessandra Bandeira Antunes Azevêdo e Delcele Mascarenhas Queiroz, pela leitura cuidadosa, pelas observações que muito contribuíram com o meu trabalho.

Aos colegas do Grupo de Orientação de Políticas Públicas em Educação da UNEB, Ana Lúcia, Leonan, Filipe, Elivânia, José Humberto.

À companheira de jornada, de madrugadas a fio, Luciana Leitão, uma irmã que eu escolhi.

Às amigas Maria do Socorro Carvalho e Cláudia Aragão. Meninas superpoderosas. Presentes em um momento tão importante da minha vida

À Edite e Jacy, companheiras da Linha de Pesquisa 3 .

A meus pais, João e Iracy, pela vida, pelo apoio e confiança incondicionais.

À minha irmã Sueli, uma babá quase perfeita.

À Ana Bel, Cau e Thiago, fiéis escudeiros de Beatriz.

A Seo, pelo companheirismo, compreensão e amor.

Hoje a cidade está parada¹
E ele apressa a caminhada
Pra acordar a namorada logo ali
E vai sorrindo, vai aflito
Pra mostrar, cheio de si
Que hoje ele é senhor das suas mãos
E das ferramentas

Quando a sirene não apita
Ela acorda mais bonita
Sua pele é sua chita, seu fustão
E, bem ou mal, é seu veludo
É o tafetá que Deus lhe deu
E é bendito o fruto do suor
Do trabalho que é só seu

Hoje eles hão de consagrar
O dia inteiro pra se amar tanto
Ele, o artesão
Faz dentro dela a sua
oficina
E ela, a tecelã
Vai fiar nas malhas do seu ventre
O homem de amanhã

¹ NASCIMENTO, Milton. HOLANDA, Buarque Chico. *Primeiro de maio*. In: Milton&Chico. Marola Edições Musicais. 1977.

RESUMO

O presente estudo constitui-se em um esforço de compreensão das representações construídas na mídia impressa para o binômio Trabalho e Educação. O cenário que fundamenta a análise é a crise do capital, a partir do qual o campo educativo, em todos os seus níveis, acaba sendo organizado para uma perspectiva da produção, incentivando valores, atitudes e competências estabelecidas e definidas para e pelo mercado de trabalho. A reordenação do mundo do trabalho, sobretudo com a introdução das novas tecnologias operacionais e intelectuais, demanda um novo tipo de profissional, que, por sua vez, demanda um outro tipo de formação. Neste contexto percebe-se uma mitificação da educação como dimensão unilateral de inserção nos processos de reestruturação do modo de produção capitalista. Identificou-se diferentes sentidos atribuídos à relação trabalho-educação a partir de um *corpus* de estudo formado por algumas edições do caderno “*Empregos & Negócios*” do Jornal *A Tarde*, do ano 2009. Importante indicar que a mídia, além de ser instrumento de representações sociais, possui, também, dispositivos constituidores de realidades. Daí a pertinência deste *corpus* como objeto de empiria. Refletiu-se sobre a conexão ontológica e histórica própria da relação trabalho e educação, uma vez que o ser do homem é o trabalho e sobre a consolidação, atualização e banalização da Teoria a do Capital Humano.

Palavras-chave: Educação; Trabalho; Capital Humano; Representações; Mídia.

ABSTRACT

The recent study focus in an effort of understanding from constructed representatives in the print media to the work binominal and education. The setting that underlies the analysis is capital's crises, from which the educational field, on every level, it has just been organized for a production's perspective promoting values, attitudes and skills set and defined by and for labor market. Work world's reordering, especially with new operational technologies' presentation and intellectuals which it demands a different training's type. It notices an education's mystification as an integration dimension in the unilateral restructuring from capitalist production's mode. It identified different meanings attributed to the relationship between work education from study's corpus formed by some editions from section "*Empregos & Negócios*" from *Jornal A Tarde*, from 2009's year. It's important to indicate that media besides an instrument from social representation it can also devices capable of constituting realities. Hence corpus' relevance as an empirical object reflected on ontological connection and historic own employment relationship and education since Human Being is the work and the consolidation, updating and Human Capital Theory's trivialization.

Keywords: Education; Work; Human Capital; Representations; Media.

SUMÁRIO

LISTA DE TABELAS	9
INTRODUÇÃO: Retrato em branco e preto: Trabalho, educação, mídia e espaço público	11
CAPÍTULO I: <i>Notícia de jornal: fabricando consensos</i>	21
CAPÍTULO II: <i>Canção do Sal</i>	43
CAPÍTULO III: <i>Aquilo que o mundo me pede não é o que o mundo me dá</i>	85
<i>3.1 O dono da voz ou a voz do dono?</i>	89
CONSIDERAÇÕES FINAIS	139
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	142

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 Estimativa de ocupação por setor de atividade da RMS.....	76
Tabela 2 Estimativa do número de pessoas de 10 anos e mais, segundo condição de atividade da RMS	78
Tabela 3 População desocupada da RMS.....	78
Tabela 4 Fontes das matérias.....	99
Tabela 5 Caracterização das fontes	102
Tabela 6 Anúncios publicitários de produtos educacionais.....	125

INTRODUÇÃO

***Retrato em branco e preto*²: Trabalho, Educação, Mídia e Espaço Público**

A sociedade atual se caracteriza por uma hegemonia conservadora no campo econômico-social, ético-político, cultural e educacional conhecida como *neoliberalismo*. Muito tem sido escrito sobre o tema e, embora a intenção não seja, aqui, proceder em reiterações desnecessárias, não se pode deixar de reconhecer a sua importância como um referencial para o entendimento da natureza e do sentido do contexto que vivenciamos. Em linhas gerais, o *neoliberalismo* representou uma saída política, econômica, jurídica e cultural específica para a crise hegemônica que atinge a economia mundial entre os anos 1960 e 1970, como produto de um esgotamento do modelo fordista de acumulação do capital.

Este conturbado período de reestruturação econômica e de reajustamento social e político cede espaço para a experimentação de um novo regime de acumulação do capital, denominado por David Harvey (1992) de *acumulação flexível*. Flexibilidade, novos mercados locais e regionais, padrões de produção, de consumo, de administração, de comunicação, de rotinas e organização do trabalho inteiramente novos sinalizam um novo processo de acumulação. Como consequência, temos a conformação de uma sociedade na qual o universo mercantil se generaliza e onde as ideologias meritocráticas ajudam a legitimar hierarquias, em especial, no cada vez mais seletivo mercado de trabalho assalariado.

Neste contexto, em termos educacionais, a formação para o trabalho ancora-se sobre as bases da Teoria do Capital Humano, embasamento teórico com um viés marcadamente econômico e técnico, que propugnava, a partir da década de 1960, o uso utilitário, imediatista e fragmentário do conhecimento. A evolução histórica do quadro supra citado e a capilarização da Teoria do Capital Humano nos diversos setores da sociedade promoveram uma mudança importante no sentido atribuído à educação. Esta deixa de ser percebida como um direito e passa a ser entendida como mercadoria. Essa condição guarda a promessa de transferir àqueles que a *possuem* uma

² JOBIM, Tom. HOLANDA, Chico Buarque. *Retrato em branco e preto*. In: Chico Buarque de Hollanda. Vol. 3, 1968.

posição privilegiada, notadamente no mercado de trabalho. Assim, o campo educativo, em todos os seus níveis, acaba se organizando segundo a lógica da produção, assumindo, conseqüentemente, seus valores, atitudes e competências. Por outro lado, a reordenação do mundo do trabalho, sobretudo com a introdução das novas tecnologias operacionais e intelectuais, demanda um novo tipo de profissional, que, por sua vez, demanda um outro tipo de formação. Uma formação que se tornou acessível a camadas cada vez mais extensas da população, através de um processo de democratização do acesso aos títulos escolares.

Temos, pois uma situação singular: de um lado, um maior número de indivíduos portando títulos escolares e, de outro, a escassa disponibilidade de vagas no mercado de trabalho. Maior acesso à educação produz condições geradoras de trabalho? Segundo Ângela Borges (2007), em pesquisa realizada na Região Metropolitana de Salvador, o desemprego expandiu, apesar da rápida elevação da escolaridade da população. E cresceu especialmente entre os trabalhadores com maior número de anos de estudo. Na realidade, no atual processo de precarização das relações e das condições de trabalho estão incluídos segmentos até então pouco expostos às formas precárias e inseguras de trabalho como é o caso dos trabalhadores mais escolarizados que tinham no emprego formal a sua principal forma de inserção. Estamos, pois, diante de um modelo de crescimento no qual a “elevação da escolaridade não assegura ao trabalhador a inserção no mercado de trabalho, mas propicia aos empresários a oportunidade de usar trabalhadores mais qualificados para postos de trabalho mais simples, porque, como afirma Dedecca, a escolaridade não garante emprego onde não há desenvolvimento” (BORGES, 2007, p. 87).

E, apesar de os dados evidenciarem o contrário, uma *idéia-força* circula - nos meios de comunicação de massa, nos próprios ambientes escolares, nos gabinetes dos homens de negócios, mas também dos homens públicos - com bastante facilidade: “não existe falta de trabalho ou falta de emprego. Existem pessoas “não empregáveis” (FRIGOTTO, 2004, 279). Cabe, pois, aos indivíduos se ajustarem através do consumo de conhecimentos que, em tese, os habilitariam a uma competição produtiva e eficiente no mercado de trabalho. Esse movimento tornaria o indivíduo empregável. Portanto, a busca por uma empregabilidade nega a educação como um direito e reforça a identidade do cidadão-consumidor. Além disso, são eles, os desempregados, que garantem a vigência de todo um mercado de consumo e, ironicamente, de trabalho, que

gravita em sua órbita como, por exemplo, agências de emprego, organizações educacionais dos mais variados tipos, editoras, gráficas e empresas especializadas na elaboração de concursos e de apostilas para concursos públicos, etc. É o desemprego visto como um mercado. Daí o título do presente trabalho: *Mercantilização do Desemprego: trabalho e educação nas páginas do Jornal A Tarde*.

Tomando como base a perspectiva defendida por Saviani (2007), que identifica a necessidade de atualizarmos a discussão sobre a centralidade da conexão ontológica e histórica própria da relação trabalho e educação, uma vez que o ser do homem é o trabalho, sinalizamos que a qualificação, os processos de formação para o trabalho não podem ser pensados como práticas sociais não-neutras, pois se definem no centro da luta hegemônica, figurando como seus elementos constituintes.

O atual estágio do capitalismo guarda, portanto, várias possibilidades de pesquisas a respeito da sua reestruturação produtiva e as conseqüentes demandas por mudanças tanto no mundo do trabalho, quanto nos processos de formação do trabalhador. Busca-se, pois, no presente estudo, apreender a representação do papel econômico desempenhado pela educação, especialmente quando se estabelece um raciocínio de simplificação da relação trabalho-educação, reduzindo-a à perspectiva da educação para o emprego, orientada para e pelo mercado. Trata-se de enfatizar os discursos sobre trabalho e educação produzidos pelo suporte midiático eleito como objeto de empiria: o caderno *Empregos & Negócios* do jornal *A Tarde*.

O debate sobre o modo como a relação trabalho e educação é socialmente construída ilustra o funcionamento de mecanismos complexos de produção e disputa de sentidos entre diversas instituições. Evidencia, também, a importância do fenômeno da linguagem, na medida em que diferentes estratégias de enunciação tensionam falar sobre a relação. No presente estudo, a mídia impressa se destaca como uma instância que, no interior do espaço público, é dotada de competências peculiares que lhe conferem um determinado dispositivo constituidor de realidades. Determinado dispositivo porque é um fato a existência de outras instâncias que, a partir de seus próprios rituais, tecem, igualmente, noções de realidade (FAUTO NETO, 1999). Nessas circunstâncias, ganha notoriedade a peculiaridade do discurso jornalístico, exatamente pela sua

capacidade de, através das narrativas protagonizadas por diferentes atores sociais, hierarquizar, tematizar, selecionar, semantizar, produzir e reproduzir sentidos.

Esse fato aponta para a importância das mídias como um dos dispositivos instituidores do espaço público, na medida em que, pela sua ação ritualística e cotidiana, as mídias vão, não só anunciando a noção de realidade, mas convertendo-se, elas mesmas, como lugar pelo qual a realidade não só passa por elas, mas também se faz nelas (FAUSTO NETO, 1999, p. 16).

É evidente que os demais campos³ sociais não dependem do campo das mídias para sua existência, contudo, encontram nele “a instância de consolidação de sua respectiva estruturação enquanto campos portadores de saberes”. Nesses termos, a mídia pode ser entendida como um “lugar de passagem daquilo que a sociedade produz discursivamente” (FAUSTO NETO, 1999, p. 17, 19). O que, em absoluto, significa um *fazer passar*, uma mediação passiva. Existe um determinado grau de autonomia segundo o qual economias internas e leis próprias constroem uma realidade particular. Segundo esta perspectiva, pode-se afirmar que a relação trabalho e educação é o resultado, por um lado, de diferentes falas que foram e são produzidas por diversas instituições, falas que são anunciadas e disputadas em meio às estratégias discursivas que as instituições mobilizam para, a partir de determinados lugares e competências, a semantizarem. Por outro lado, a relação trabalho e educação apresenta-se como uma questão midiática tanto em função do papel que essas estratégias conferem à sua visibilidade, mas também pelo trabalho discursivo através do qual vão construindo essa relação (FAUSTO NETO, 1999).

O agendamento de determinada questão pela mídia é diretamente proporcional ao grande valor que esta assume na esfera pública. Contudo, o tratamento midiático a determinadas questões sociais não se dá impunemente. Elas sofrem, inevitavelmente, um certo número de deformações porque, longe de se limitar a registrá-las, o tratamento jornalístico fá-las experimentar uma outra construção que depende muito amplamente dos interesses próprios deste setor de atividade. Desse modo, um caderno específico sobre determinado tema revela a sua importância social. Se o desemprego é uma *questão social* de grande relevância na atualidade, conforme denuncia Castel

³ Campo, segundo a perspectiva de Pierre Bourdieu, é “um campo de forças, cuja necessidade se impõe aos agentes que nele se encontram envolvidos, e como um campo de lutas, no interior do qual os agentes se enfrentam, com meios e fins diferenciados conforme sua posição na estrutura do campo de forças, contribuindo assim para a conservação ou transformação de sua estrutura” (2003, p. 50).

(2005), um caderno cuja temática proclamada é “emprego e práticas alternativas geradoras de renda” se constitui em um espaço veiculador de relevantes representações sobre o tema aqui em evidência.

Segundo dados da pesquisa Marplan/EGM 2006⁴, o jornal é, com exceção das mídias gratuitas, rádio (96%) e TV (97%), a mídia mais consumida com 69% de menção pelos entrevistados, sendo domingo o dia de maior frequência e volume de leitura. Os anúncios classificados ocupam a sexta posição de leitura com 63% de indicação entre as seções/suplementos do jornal, antecidos pelo noticiário de cidade e primeira página (84%), noticiário policial (74%), divertimento/horóscopo (66%) e educação/Saúde qualidade de vida (64%). Ainda conforme a pesquisa, quando questionados sobre que tipo de mídia consultaria para ajudar a decidir sobre a compra de produtos ou serviços na área de educação, entre os que se definem como leitores de jornais, 18% indicaram esse veículo como primeira menção, enquanto entre os não-leitores 10% declararam tal intenção. 63% dos entrevistados declararam ser o jornal a fonte mais consultada na procura de empregos. E a consulta ao jornal é feita por conta de um significativo índice de confiança, uma vez que, entre os leitores, 27% declararam ser esta mídia a mais confiável, índice que entre os não-leitores chega aos 18%.

Os números citados, em parte, explicam os motivos que me levaram a escolher e analisar as representações sobre trabalho e educação utilizando o caderno *Empregos & Negócios* do jornal *A Tarde* como suporte empírico de pesquisa. Mas existe ainda outra razão. Sou formada em Comunicação Social com habilitação em Relações Públicas pela Universidade do Estado da Bahia – UNEB. E este o lugar da minha fala. Guardo uma certa preocupação com as possibilidades abertas pelas interfaces entre o campo educacional e o campo midiático, especialmente porque representações construídas e/ou multiplicadas pelo campo midiático sobre o tema aqui em questão afetam não apenas a comunidade alheia ao campo da educação como, por exemplo, os candidatos a uma vaga no mercado de trabalho, mas interferem, também, nos processos de subjetivação e construção de identidades dentro deles. Para mim, as possibilidades

⁴ IPSOS Marplan Media Research. ANJ. Quero comprar: 2ª Onda. Agost/2006. Disponível em < <http://www.anj.org.br/sala-de-imprensa/pesquisas/quero-comprar-2> > Acessado em 11.04.09.

criadas pela interface entre os campos da Educação e da Comunicação estão para além do estudo dos recursos das novas tecnologias da comunicação e suas aplicações nas práticas pedagógicas

Acredito, portanto, ser necessário ampliar e articular estudos e interações mais efetivas entre os citados campos, na medida em que questões como a formação de professores, a constituição de currículos, a proposição de políticas públicas educacionais, o uso e o domínio das tecnologias inteligentes no cotidiano das escolas, dizem respeito às possibilidades viabilizadas pelas novas formas de sociabilidade, comunicação e informação instauradas pela contemporaneidade e que refletem o atual estágio de reestruturação do modo de produção capitalista. Preocupo-me especialmente com a importância atribuída ao discurso e à lógica do mercado de trabalho na constituição de cursos, currículos, políticas públicas no campo da Educação.

Desconstruir essas representações guarda um expressivo sentido ético-político, pois, atrás deste procedimento, subjaz um compromisso com a luta por uma educação pública, de qualidade e gratuita, (re)significando-a para além da dimensão única e exclusiva do mercado. Educação que se materializa em um projeto capaz de desenvolver as múltiplas dimensões do ser humano.

Se uma parte de nossas experiências está baseada nos discursos protagonizados pelo campo das mídias, é fundamental entendermos as estratégias discursivas de cobertura das mídias sobre temas, questões, campos que compõem a nossa realidade, de modo a compreendermos os mecanismos através dos quais os processos midiáticos nos “dizem” ou nos “ensinam a ler” aspectos do nosso cotidiano. Trata-se da possibilidade de pensarmos o campo das mídias operando práticas pedagógicas, construindo e disseminando um currículo genérico, cultural. Como afirmam Henry Giroux e Peter MacLaren, “existe uma pedagogia em qualquer lugar onde o conhecimento é produzido, em qualquer lugar onde exista a possibilidade de traduzir a experiência e construir verdades, mesmo que estas verdades pareçam irremediavelmente redundantes, superficiais e próximas do lugar comum” (GIROUX e MACLAREN, 1995, p.144).

As práticas de representação constituem sítios para o exercício do poder. Logo, falar em representação significa identificar um lugar de onde se fala e um sujeito a quem se dirige determinado discurso, pois

As representações são sempre produzidas dentro de limites culturais e fronteiras teóricas e, como tal, estão necessariamente implicadas em economias particulares de verdade, valor e poder. Em relação a esses eixos mais amplos de poder no qual as representações estão envolvidas, é necessário perguntar: a quais interesses servem as representações em questão? Dentro de um dado conjunto de representações, quem fala, para quem, e sob que condições? Onde podemos situar essas representações, ética e politicamente, com respeito a questões de justiça social e liberdade humana? (GIROUX E MCLAREN, 1995, p.145)

Entendo, portanto, como um problema a representação da educação como dimensão unilateral de inserção nos processos de reestruturação do modo de produção capitalista construída e ampliada por diversas instâncias sociais. Seguindo esta linha de raciocínio foram levantadas as seguintes questões norteadoras da pesquisa:

1. Quais as representações construídas pelo caderno *Empregos & Negócios* do jornal *A Tarde* para o binômio Trabalho-Educação?
2. Quem fala sobre trabalho e Educação, para quem fala e em que condições de produção do discurso?

Embora o presente estudo não seja, *stricto sensu*, uma abordagem baseada na Análise do Discurso, pode-se afirmar que existiu um empenho em entender o modo como certas vozes recorrentes formam os discursos que ajudam no entendimento das representações sobre o binômio Trabalho-Educação. Desconstruir as relações instrumentais e técnicas que normalmente se estabelecem entre educação e trabalho, sobretudo no caderno aqui proposto como objeto de empiria, passa, é preciso reiterar este aspecto, por uma postura ética no sentido mais radical que se possa dar a esse termo polissêmico, avesso a simplificações. Uma postura que guarda a percepção – e a reprodução desta percepção – de que a educação, no movimento mais amplo do capital, não pode acumular a responsabilidade exclusiva sobre o futuro dos sujeitos, especialmente no mercado de trabalho. Tarefa nada fácil, pois a Teoria do Capital Humano é repetida, em diversos níveis e camadas sociais, quase à exaustão, ressoando bem ao nível do senso comum. Uma tarefa que deveria caber especialmente a nós, professores, educadores.

É preciso, também, perceber tanto a prática educativa, quanto a prática midiática e a própria noção de mercado e emprego, como práticas e espaços sociais, mas numa dimensão de mediação, em um cenário de contradições estabelecido por conta do modo hegemônico de produção. A desconstrução cotidiana de categorias como as aqui evocadas – trabalho e educação – através do estudo qualitativo do objeto de empiria aqui proposto e que é percebido como uma peça da linguagem que se insere num processo discursivo bem mais abrangente, a saber, o contexto histórico, instrumentaliza o educador para exercer uma reflexividade necessária à vigilância intelectual de si para uma permanente (re)significação das representações dos impensados epistemológicos que permeiam sua prática.

A trilha sonora da pesquisa

Como objeto de empiria deste trabalho foram selecionadas sete edições do caderno *Empregos & Negócios* do jornal *A Tarde* do corrente ano, cuja periodicidade é semanal, aos domingos. O caderno *Empregos & Negócios* foi criado em abril do ano 2000 e já passou por algumas reformulações editoriais. A mais significativa foi a mudança do nome que, até o dia 16.04.2006, data comemorativa para o caderno, era *Empregos & Mercado*. O corpus de estudo compreende as edições publicadas no período de 01.02.2009 a 22.02.2009 e 01.03.2009 a 15.03.2009, com o escopo de evidenciar o modo como a relação trabalho e educação é nele representada. O objetivo, aqui, não é realizar um levantamento histórico sobre o tema. Trata-se, antes, de um *flash*, cuja intenção é revelar uma conjunção de diversas vozes que falam, fazem usos e compõem sentidos configuradores da relação Trabalho e Educação. É uma forma de participar da história do presente. Uma espécie de olhar sobre o cotidiano sem considerar “banal”, corriqueira, a oferta de anúncios de produtos educacionais e de vagas de emprego em um caderno específico, tão acostumados que estamos à sua presença todos nos domingos. Reconheço, desde já, a impossibilidade de, em função desta opção, dar conta de uma série de outros contextos e, portanto, de outros tantos nexos possíveis, mas acredito que a perspectiva de análise adotada possa oferecer pistas para subsidiar estudos futuros sobre como foi sendo tecida essa relação ao longo dos quase dez anos de existência do caderno. A escolha pelos números analisados se deu por um caráter de proximidade com a finalização do trabalho e a disponibilidade dos mesmos.

A escolha do jornal *A Tarde* deve-se ao fato de o mesmo se constituir no impresso de maior circulação do Estado, concentrando, portanto, um maior poder de imposição de uma determinada concepção de realidade e, também, em função do seu capital simbólico, uma vez que o referido periódico goza de uma legitimidade que lhe confere bastante credibilidade. Por conta disso, acredito ser o caderno um espaço privilegiado para uma percepção dos modos mediante os quais são construídas as matrizes discursivas, ou seja, os modos de abordagem da realidade que alicerçam as representações que os sujeitos envolvidos nas relações de produção constroem sobre si mesmos e sobre os acontecimentos que os cercam e que digam respeito ao mercado de trabalho local e às suas exigências com relação à formação do trabalhador. O que se pretende é, pois, delinear os contornos de uma certa “filosofia espontânea” das redações, através dos quais uma determinada visão legítima, porque legitimada pela mídia, se impõe, sobre trabalho e educação. Tal perspectiva de análise busca desmistificar o papel econômico atribuído à educação e a formação humana, bases da Teoria do Capital Humano, uma vez que no material jornalístico em questão, via de regra, o binômio trabalho-educação é constantemente evocado como “fórmula” e “caminho” para o sucesso profissional e pessoal.

O caderno *Empregos & Negócios* possui uma média de oito páginas, sendo que alguns fatores como um menor número de anúncios publicitários, ou o tamanho dos mesmos ou, ainda, o fato de o final de semana coincidir com um feriado podem diminuir esta média. Guarda três tipos de discursos que se organizam segundo lógicas diferenciadas: a) a *jornalística*, que é composta pelas matérias, pelas informações que buscam a orientação do trabalhador, ou aspirante a um posto de trabalho, mas também do empregador de modo a melhor ambientá-los no mercado de trabalho; b) a *publicitária*, que “oferece” diferentes tipos de produtos e serviços educacionais, onde a educação é claramente tratada como mercadoria; e, c) *A do mercado*, que se materializa através dos anúncios de emprego. É importante indicar que os dois últimos são pagos e, é claro, sustentam o primeiro. Em função do tempo para realização da pesquisa, foram levados em consideração, no presente trabalho de análise, apenas o discurso jornalístico e o publicitário. Contudo, é importante indicar a riqueza deste terceiro registro discursivo, reconhecendo as possibilidades que ele abriga para o avanço na compreensão das relações que se estabelecem entre trabalho e educação sob o ponto de vista da sua formação no âmbito da esfera pública, na

medida e que os dez anos de vida do caderno podem evidenciar movimentações e configurações importantes do mercado de trabalho local.

Meu guia para essa caminhada foram *certas canções que ouço e que cabem tão dentro de mim*. Essas canções musicaram o meu referencial teórico e empírico, ajudando na composição dos capítulos que se seguem. Uso as canções porque as percebo, tanto quanto os jornais, como discursos. São formas cotidianas de expressão dos sentidos. Dão a conhecer, através da sua leitura, traços importantes que auxiliam na construção de identidades, de consensos, de representações sociais. São, no meu entendimento, espaços que conferem modos bastante particulares de consensos de significação às categorias aqui retratadas: trabalho e educação. As canções aparecem como epígrafes para os capítulos. Foram minha trilha sonora. Escolhidas pela relação com o tema aqui em estudo, mas especialmente por um gosto pessoal. Não teria conseguido sem elas, as canções, dada a dureza de alguns temas aqui abordados: hegemonia, mercadoria, capital humano, trabalho e educação. Os teóricos aqui citados, oriundos de diferentes matizes, auxiliaram a compor uma obra, por vezes dissonante.

No primeiro capítulo, *Notícia de Jornal: fabricando consensos*, evidencia-se o *modus operandi* do processo de construção, produção e circulação de notícias, buscando-se explicitar o que transforma um fato em notícia a partir do referencial econômico do modo de produção capitalista. O segundo capítulo, *Canção do Sal*, persegue os acordes que compõem a relação trabalho e educação a partir da perspectiva da teoria do capital humano. E o terceiro capítulo, *Aquilo que o mundo me pede não é o que o mundo me dá*, expõe o processo de construção da relação trabalho e educação no jornal, prescrutando vozes e silêncios presentes no caderno *Empregos & Negócios*. Se o tom foi o correto? Prefiro, em concordância com João Gilberto, o grande mestre das dissonâncias musicais, acreditar que no peito dos desafinados, no fundo do peito bate calado um coração.

CAPÍTULO I

Notícia de Jornal: fabricando consenso

*Tentou contra a existência
 Num humilde barracão.
 Joana de tal, por causa de um tal João.
 Depois de medicada,
 Retirou-se pro seu lar.
Aí a notícia carece de exatidão,
 O lar não mais existe
 Ninguém volta ao que acabou
 Joana é mais uma mulata triste que errou.
 Errou na dose
 Errou no amor
 Joana errou de João
 Ninguém notou
 Ninguém morou na dor que era o seu mal
A dor da gente não sai no jornal⁵.*

A sorte da mulata triste que errou, na dose e de João, virou notícia e foi parar nos jornais. Mais um caso de tentativa de suicídio a figurar, por certo, nas páginas policiais. Em termos jornalísticos, temos informações que possibilitam o entendimento do fato que acabou virando notícia. Trata-se de um suicídio. Na realidade, uma tentativa. Um sujeito: a mulata. O motivo: um tal João. Fica evidente que a moça *errou na dose* e, após ter sido *medicada*, foi liberada para retornar ao seu *lar*. Onde estaria, então, a falta de *exatidão* da notícia? Se a entrada de Joana no sistema de saúde por conta de uma tentativa de suicídio é notícia, porque não o é o seu retorno para a casa? Porque não faz parte da notícia o seu lar desfeito, a sua história de vida, a sua dor? Porque *a dor da gente não sai no jornal*? O que tranforma um fato em notícia?

Um fato acontece em algum lugar. Esse fato tem a densidade do real: “é”. Sem qualificações. E, enquanto tal, não alcança os pré-requisitos necessários para atingir a condição de participar de um processo comunicativo, informativo, em suma, não pode circular. Estamos, pois, no âmbito do *real*. A inscrição desse fato na esfera de um processo comunicativo pressupõe o seu

⁵ BARBOSA, Haroldo, REIS, Luís. HOLANDA, Chico Buarque. *Notícia de Jornal*. In: *Chico Buarque e Maria Bethânia ao vivo*. Pedrinho Albuquerque. Rio de Janeiro. Philips, 46 min. 1975.

reconhecimento a partir de um código, de um discurso, no caso em questão, de um discurso informativo: a notícia. Nos encontramos, agora, no âmbito da *realidade*, entendida como “produto do tecido de códigos e discursos com que nos apropriamos do real” (RAQUENA, 1989 p.16).

Joana é apenas *mais uma mulata triste que errou*. E o modo como sua história foi contada, foi noticiada, supõe a eleição de um determinado enunciado. Nasce, assim, um sentido e é nele que o sujeito se inscreve no discurso. Entre o fato que serve como referência e a notícia, ou seja, o discurso informativo que chega ao leitor, temos todo um conjunto de procedimentos que orientam e caracterizam a lógica de construção dos discursos dos meios de comunicação de massa.

Uma notícia, segundo *O dicionário de comunicação*, de Carlos Rabaça e Gustavo Barros (1987), é o relato de um fato ou acontecimento atual, que guarda relativa importância para determinados públicos. Atualidade, interesse humano, importância e facilidade de assimilação constituem-se em seus principais atributos. Trata-se de um enfoque adotado por vários autores.

Para Raquena (1989), a construção de uma notícia depende de um conjunto de elementos entre os quais podemos citar: 1) A interpretação do fato. Ato que é realizado pelo jornalista através tanto da conceitualização, “eleição de códigos semânticos que permitam a aplicação ao fato das categorias intelectuais e ideológicas que permitam nomeá-lo” (idem, p. 8), quanto da inscrição do mesmo em uma cadeia narrativa. Tais procedimentos dependem do domínio de determinados contextos e códigos específicos e produzem o chamado enquadramento da notícia; 2) A valoração do *interesse informativo potencial* da notícia, que está sempre em função do sentido que pode ser alcançado para os seus destinatários; 3) A eleição ou não de um fato como suscetível de ser transformado em notícia. Esta decisão implica a existência de uma política informativa, das possibilidades guardadas pelo grau de exploração espetacular que a notícia pode atingir, das dramatizações, do material visual disponível, e que depende da valoração que se concede aos fatos que servem como referência; 4) A construção discursiva da notícia a partir de determinados códigos e linguagens específicas e que sejam capazes de garantir intelegibilidade

aos destinatários; e 5) O posicionamento da notícia na cadeia informativa - sessão, programa, coluna, página.

Já Ciro Marcondes Filho (1986) explora o uso (ou efeito) pretendido com a notícia. Assim, a produção da notícia no modo de produção capitalista possui três finalidades: 1) viabilizador da sobrevivência econômica da empresa jornalística; 2) veiculador ideológico; e 3) estabilizador político. Na perspectiva deste autor, o tratamento sofrido pela notícia (conjunto de procedimentos que alteram sensivelmente seu caráter e, especialmente, o efeito pretendido), até o momento do consumo, auxilia no processo de manipulação e adaptação ideológica com fins de valorização de interesses de classe, na medida em que encobre e falseia a realidade. Tal procedimento se expressa através da *visão fragmentada e personalizada* da realidade, do *uso da técnica e da lingüística* e do *destaque e sonegação de informações*.

Os processos fragmentados de produção da notícia evidenciam e ampliam a divisão da realidade em unidades estanques (forma geral de disposição do mundo na perspectiva burguesa). Desmembrado, o mundo se torna mais manejável, governável. E

uma vez que os problemas são manejáveis, a questão da governabilidade do mundo pode jamais aparecer na agenda ou pelo menos ser adiada infinitamente. A autonomia territorial e funcional produzida pela fragmentação dos poderes consiste primeiro e acima de tudo no direito de não olhar para além da cerca e de não ser olhado de fora da cerca (BAUMAN, 1999, p.20).

Acontece, prossegue Bauman, que a “autonomia das localidades e funções não passa de uma ficção que decretos e estatutos tornam plausíveis. (...) Os poderes é que são fragmentados; o mundo, teimosamente não o é” (Idem: 21). A fragmentação da realidade nos meios de comunicação de massa, portanto, ajuda a ampliar a quebra da lógica dos fatos entre si, na medida em que estes são tomados a partir de uma realidade imediata, afastados de uma dimensão totalizante que os subsuma e explique. É uma técnica mercadológica pautada na força do “aqui”, do “agora” e que desvincula o fato real de seu fundo histórico-social. Dado solto, independente, transformado em mercadoria, transferindo o distanciamento da visão conjunta dos acontecimentos sociais para a própria ordem social, produzindo um modo de interpretação difuso sobre a política, a economia, a cultura, a ética etc. Este modo de expor a realidade, contudo, não

se constitui em privilégio dos jornalistas, pois historiadores, políticos, administradores públicos, especialistas e comentadores em geral fazem uso do mesmo expediente.

O processo de *personalização* dos fatos sociais através das notícias diz respeito a mecanismos de intimização das questões públicas e do culto à personalidade. É possível, ainda, enxergar neste processo tratamentos discriminatórios a determinados grupos sociais, especialmente àqueles estigmatizados, a execração individualizada dos seus agentes sociais, de modo que seus verdadeiros suportes, as classes e grupamentos sociais maiores, sejam mantidos distantes dos fatos e das implicações que ensejam. Sem as condições necessárias para o correto entendimento do sistema social ao qual pertence, na medida em que este lhe é apresentado aos pedaços, o público é convidado

a questionar não as condições de sistema social no qual se trabalha e se vive, e sim as vantagens e desvantagens de pessoas, procedimentos através do qual esse público se vê, ao mesmo tempo, exortado a buscar continuamente em si mesmo as causas para os problemas e as dificuldades que surgem no próprio meio (HOLZER & SCHULER, 1971 apud MARCONDES FILHO, 1986, p. 42-43).

“Fontes bem informadas”, “porta-voz oficial”, expressões que guardam um tom formal, oficial, o uso de verbos na forma passiva, eufemismos, são exemplos de *expressões lingüísticas* cujo intuito é favorecer um comportamento receptivo. Da mesma forma, a linguagem técnica, a apresentação de gráficos, tabelas, expedientes que encobrem a mensagem, pois estes podem dificultar o entendimento da informação, facilitando, assim, a sua manipulação. Além disso, uma notícia deve, ainda, respeitar a própria técnica redacional, enquadrando-se às normas da empresa jornalística. Deve-se aproximar o fato noticiável ao estilo do jornal, uma operação que fatalmente produz desvirtuamento e deturpação da notícia.

A submissão de um fato a uma ordem anterior e superior a ele transfere-lhe, por motivo dessa própria padronização, uma perda de explosividade. A padronização redacional uniformiza o fato da cor do jornal, subtrai-lhe qualquer traço insubordinado e o domestica. Pela sua própria presença, o jornal funciona como forma uniformizadora, alinhadora, organizadora do real: a sua presença como institucionalizador dos fatos políticos e sociais como notícias confere-lhe a autoridade enquanto meio. A expressão “o meio é a mensagem” (...) corresponde a essa ilustração do meio *jornal*, que, enquanto forma (...), funciona como

instituição, portanto, como esvaziador de experiência, e como poder instituído (MARCONDES FILHO, 1986: 49).

As formas anteriormente citadas de encobrimento e falseamento da realidade, a fragmentação e a personalização da realidade, o uso de determinadas expressões lingüísticas e da linguagem técnica, não podem ser consideradas recursos específicos do universo jornalístico. Mas a *supressão de informações* e/ou seu *destaque* são práticas específicas do jornalismo e dizem respeito à definição política da notícia e ao espaço que esta deve ocupar. A partir desses dois atos tem-se um seccionamento e uma seleção no conjunto dos fatos sociais. Desse modo, a política de distribuição diferenciada de espaços para a veiculação de notícias, que pode variar do grande destaque ao silenciamento total, diz respeito a uma prática consciente e direcionada do jornalista na reprodução dos fatos sociais e históricos, de modo a reproduzir a vida pública e privada conforme os parâmetros ideológicos dominantes.

As falsidades, as distorções na apresentação dos fatos, a seleção de fontes, a polarização de conceitos, através do maniqueísmo noticioso, a saturação de informações são práticas que se somam às anteriormente citadas e “naturalizam” a função política efetiva do jornal na sociedade.

Os critérios e o processo de construção de notícias são, conseqüentemente, representativos tanto do perfil político-social e empresarial dos veículos em disputa pela preferência do público leitor-consumidor, quanto do compromisso dos profissionais envolvidos no seu processo produtivo, estando estes sujeitos a uma gama de variáveis internas e externas ao campo, a saber: as específicas do ritmo de trabalho imposto à prática jornalística, ditadas pela busca obstinada pelo “furo de reportagem”, pela notícia “em primeira mão”, de modo a atender às expectativas do público; as econômicas, que dizem respeito ao volume de capital da empresa jornalística, aspecto revelador da sua posição no interior do campo; as políticas, decorrentes da reverência aos poderes e ao mercado; e as propriamente simbólicas, resultado da concorrência entre os pares.

Existe, portanto, uma relação entre as condições de produção da prática jornalística e um estado de forte adesão à ordem social estabelecida, muitas vezes travestida de denúncia ou crítica. Como o discurso jornalístico sofre das mesmas condições ideológicas, sociais e econômicas de produção e circulação de mercadorias próprias do sistema econômico vigente, não é possível

falar de autonomia em relação às pressões do meio, sobretudo as comerciais, presentes através da força dos “índices de audiência”, do interesse dos leitores-consumidores. O certo é que

considerando o ritmo da profissão e os compromissos assumidos na aliança de seu pacto com os poderes temporais, pacto cada vez mais forte e indisfarçável à medida que se sobe nas hierarquias sociais, o jornalista encontra-se em geral incapaz de parar para refletir e discutir, pondo-se à distância das coisas e de si mesmo (ACCARDO, 1995 apud PEREIRA & ANDRADE, 2005 p. 130).

O papel da imprensa, em termos políticos e econômicos, como órgão de classe a garantir a legitimação das formas de dominação na sociedade, tende à progressiva e sistemática centralização dos processos de produção e circulação de discursos informativos, reduzindo os já limitados espaços de mobilização de opiniões e de organização da opinião pública. Uma prática possível apenas em função do caráter hegemônico dos discursos por ela produzidos e/ou distribuídos.

Segundo Gramsci, por hegemonia entende-se a capacidade que uma classe (um bloco social de forças, um *bloco histórico*) tem de manter seu *status*, sua dominação. Uma capacidade que se estende para além da força física e que se mantém a partir de uma liderança moral e intelectual, criada e recriada numa teia de instituições, relações sociais e idéias, ultrapassando seus interesses mais estreitos, mas sem perder de vista a sua perspectiva central. Sua maior função é a manutenção da unidade das instituições que realizam a reprodução ideológica, garantindo a estabilidade do sistema econômico. Assim,

o fato da hegemonia pressupõe indubitavelmente que sejam levados em conta os interesses e as tendências dos grupos sobre os quais a hegemonia será exercida, que se forme um certo equilíbrio de compromisso, isto é, que o grupo dirigente faça sacrifícios de ordem econômico-corporativa; mas também é indubitável que tais sacrifícios e tal compromisso não podem envolver o essencial, dado que, se a hegemonia é ético-política, não pode deixar de ser também econômica, não pode deixar de ter seu fundamento na função decisiva que o grupo dirigente exerce no núcleo decisivo da atividade econômica (GRAMSCI, 2000 apud NEGRÃO, 2005, p. 35).

O *bloco histórico* dominante trabalha para oficializar uma ideologia específica, particular, uma orientação para a ação dos homens, com vistas a torná-la universal, através da adesão e/ou consentimento dos grupos sobre os quais a hegemonia será exercida. Aqui, o jornalismo, como as

demais instituições sociais de reprodução simbólica (escola, justiça, prisões, agremiações etc.), a partir de complexos arranjos e conflitos, constitui-se em um poderoso instrumento no domínio e na “fabricação” das consciências, auxiliando na produção dos elementos necessários para a reprodução das relações de produção. E um domínio das consciências vai além do universo imediatamente político-conjuntural. Nas palavras de Enzenberger, “a distinção entre senhor e escravo não depende somente do fato de se dispor do capital, das fábricas e das armas, mas também, e isso cada dia mais claramente, do fato de se dispor de consciências” (1973 apud Marcondes Filho, 1986, p. 80). E é somente a correta localização do processo e da situação hegemônica que torna possível a identificação do caráter e da lógica dos mecanismos de produção, reprodução e distribuição de informações, apesar de se entender que a produção de consciências dá-se em variados espaços de socialização dentro da organização social de classe. O que caracteriza essa produção dentro do sistema econômico vigente é a função de silenciamento e entorpecimento viabilizadas pelos meios de comunicação de massa, cuja implicação mais séria diz respeito à criação de comportamentos conformistas e consensuais que ajudam a entender e explicar o seguinte questionamento:

De onde provém esse fenômeno singular de que no mercado nós encontremos um grupo de compradores, que possuem terras, maquinaria, matérias-primas e meios de vida, coisas essas que, exceto a terra, em seu estado bruto, são *produtos de trabalho*, e, por outro lado, um grupo de vendedores que nada têm a vender senão sua força de trabalho, os seus braços laboriosos e cérebros? Como se explica que um dos grupos compre constantemente para realizar lucro e enriquecer-se, enquanto o outro grupo vende constantemente para ganhar o pão de cada dia? (MARX, 1996, p. 97)

O espaço da hegemonia, segundo Gramsci, que vai servir de base de consentimento para determinada ordem social, é a *sociedade civil*. Esfera do Estado composta por diversos níveis não estatais, mas com igual capacidade de reprodução das relações sociais. Já o espaço do *domínio*, é representado pelas instituições da sociedade política, pois

podem-se fixar dois grandes “planos” superestruturais: o que pode ser chamado de “sociedade civil” (isto é, o conjunto de organismos designados vulgarmente como “privados”) e o da “sociedade política ou Estado”, planos que correspondem, respectivamente, à função de “hegemonia” que o grupo dominante exerce em toda a sociedade e àquela de “domínio direto” ou de comando, que se expressa no Estado e no governo “jurídico”. Estas funções são precisamente organizativas e conectivas. Os intelectuais são os “prepostos” do

grupo dominante para o exercício das funções subalternas da hegemonia social e do governo político, isto é: 1) do consenso “espontâneo” dado pelas grandes massas da população à orientação impressa pelo grupo fundamental dominante à vida social, consenso que nasce “historicamente” do prestígio (e, portanto, da confiança) obtido pelo grupo dominante por causa de sua posição e de sua função no mundo da produção; 2) do aparelho de coerção estatal que assegura “legalmente” a disciplina dos grupos que não “consentem”, nem ativa nem passivamente, mas que é constituído para toda a sociedade na previsão dos momentos de crise no comando e na direção, nos quais desaparece o consenso espontâneo (GRAMSCI, 2000 apud NEGRÃO, 2005, p. 36).

Ocorre que o jornal, como meio de comunicação, não faz parte do Estado⁶, é uma atividade puramente privada. Constitui o que Gramsci define como *aparelho privado de hegemonia*: organismos sociais, coletivos, voluntários e relativamente autônomos em face da sociedade política. Ainda segundo Gramsci, a importância do jornal deve-se ao fato de ele poder exercer a *função de partido político*, ou seja, aquela que confere forma homogênea à consciência da classe à qual está organicamente ligado.

Pode-se observar que no mundo moderno, em muitos países, os partidos orgânicos e fundamentais, por necessidade de luta ou por alguma outra razão, dividiram-se em frações, cada uma das quais assume o nome de ‘partido’ e, inclusive, de partido independente. Por isso, muitas vezes o Estado-Maior intelectual do partido orgânico não pertence a nenhuma das frações, mas opera como se fosse uma força dirigente em si mesma, superior aos partidos e às vezes reconhecida como tal pelo público. Esta função pode ser estudada com maior precisão se se parte do ponto de vista de que um jornal (ou grupo de jornais), uma revista (ou grupo de revistas), são também ‘partidos’, ‘frações de partido’ ou ‘funções de determinados partidos’. Veja-se a função do *Times* na Inglaterra, a que teve o *Corriere della Sera* na Itália, e também a função da chamada ‘imprensa de informação’, supostamente ‘apolítica’, e até a função da imprensa esportiva e da imprensa técnica (GRAMSCI, 2000 apud NEGRÃO, 2005, p. 50).

O jornalismo é, pois, uma forma de conhecimento. Um tipo de conhecimento aplicado à uma realidade histórica que é dominada pelo mercado. Um conhecimento que se encontra entre o

⁶ O art. 233 da Constituição estabelece que compete ao poder Executivo a outorga e renovação de concessões, autorizações para o serviço de radiodifusão sonora de sons e imagens, respeitando o princípio da complementaridade entre os 3 serviços de televisão: 1) Serviço público privativo do Estado (sistema de radiodifusão estatal) – destinado à informação de caráter institucional do; 2) Serviço público não privativo (sistema de radiodifusão público) – viabiliza a efetivação dos direitos à educação e à cultura, através das TV’s educativas, das TV’s comunitárias e universitárias, possibilitando o exercício direto dos cidadãos das liberdades de expressão e da comunicação social; 3) A atividade econômica em sentido estrito (sistema de radiodifusão privado) – exercício privado das emissoras quanto à execução dos aludidos direitos à liberdade de radiodifusão e, conseqüentemente, sua liberdade de programação, sempre respeitando as prerrogativas impostas no Capítulo V da constituição Federal – A comunicação Social.

senso comum e o saber científico, admitindo-se que ele se constitui em um conjunto de estratégias discursivas que determinam o recorte do fato (singular) de um determinado fenômeno e a sua codificação em discursos inteligíveis para seus públicos de interesse, sobretudo o consumidor, contextualizando-o através de situações concretas (particularização) e relacionando-o com outros níveis do real (universalização). Sua função principal é divulgar, tematizar, hierarquizar, selecionar acontecimentos, através das narrativas protagonizadas por diferentes atores sociais, de modo a suprir demandas de informações, tornando o cidadão apto para interpretar questões agendadas pela sociedade.

A participação do jornalismo contemporâneo como um dos aspectos fundantes da sociabilidade se concretiza na medida em que este alimenta uma agenda de discussões, cria imagens sociais, mitos, representações, fomentando novas experiências para os sujeitos sociais, a partir da publicização de realidades. Baseado em elementos referenciais do mundo fenomênico, (re)constrói realidades num processo que atinge o seu ápice com a cristalização do seu poder sobre o público. O contato com fragmentos (versões) dos acontecimentos sociais, distantes no espaço e tempo, permite ao sujeito a construção de uma realidade particular, através de relações e associações tecidas por ele e/ou pelo próprio veículo (MARCONDES FILHO, 1986).

Muito mais que meios de distribuição de algo, os fatos, que se produzem em outro lugar, no mundo real. Os meios de comunicação de massa, enquanto “*instituições geradoras de discursos sociais*”, são, portanto, *espaços de produção* de discursos que configuram a realidade social. Ao informar, no sentido de dar forma a algo, mas também, de transmitir, comunicar, fazer circular uma informação, a lógica informativa jornalística, sobretudo, o faz mediante um ditado normativo: *a objetividade*, ou seja, os fatos devem ser respeitados, excluindo, o quanto for possível, qualquer vestígio de subjetividade. Promove-se uma “aparência de objetividade” e isenção, impondo, assim, uma determinada representação do mundo, calcada em bens e conteúdos ideológicos dominantes, de modo que o “conhecimento do mundo passa a ser vinculado ao conhecimento da seleção temática levada a cabo pelo jornal” (BARROS FILHO & MARTINO, 2003, p. 179). Isso não quer dizer que todo discurso jornalístico esteja completamente afastado da *verdade dos fatos*.

Segundo Ciro Marcondes Filho (1986), a produção midiática se divide em dois sistemas: *sistema imaginário*, aquele formado por um conjunto de conteúdos que trabalham com a fantasia, os desejos, o não-real, as aspirações e ansiedades que servem de esteio para novelas, filmes, literatura, teatro, ou seja, produções culturais que guardam um mundo “diferente do nosso”, cuja função é a distração, o relaxamento, o conforto; e o *sistema realidade* que congrega a dimensão da programação formada pelos noticiários, documentários, debates políticos, econômicos, resenhas, produções que incomodam, angustiam, atemorizam o receptor, pois o chamam à vida real. Ainda segundo o referido autor, apenas em aparência esses dois universos de conteúdos informativos se opõem. Na verdade, eles se somam, reforçam, complementam. Isso porque a lógica de produção do discurso midiático obedece a um jogo dialético:

de um lado, a promessa de felicidade, de prosperidade, de tranquilidade, salto possível ao reino da liberdade inacessível por vias normais e pelos caminhos convencionais indicados no capitalismo; de outro, a descrição do martírio, da pobreza, da desgraça de nossas vidas, orientados segundo o princípio da realidade (do desempenho e da eficiência), nunca expostos como decorrência estrutural da irracionalidade da produção econômica em confronto com as aspirações de vida, mas sim como argumentos contra setores individualizados e molecularizados (MARCONDES FILHO, 1986, p. 15).

Tranquilização X Atemorização. Mediante este instável equilíbrio dialético, a notícia, forma “quebrada da realidade”, oferece ao leitor-consumidor um conjunto desconexo de fatos que desorganizam o real, incentivando uma postura passiva, cômoda, apática e despolitizada frente ao mesmo. Principalmente porque do real tenta-se retirar as marcas ambivalentes, os conflitos. No processo de produção da notícia ocorre a

apresentação dos fatos como algo unívoco (...); não há ambivalência, mas disciplina e adaptação ao modelo; são – enquanto desmontagens do real – confirmações do esperado, formas que encobrem a dialética e qualquer penetração inesperada além do visível. É uma organização do mundo não-contraditória. O real, o contraditório, é esvaziado, e, como consequência, o sistema reforça-se e é inocentado. O conflito, o polêmico, o questionador que existe em cada fato desaparece (MARCONDES FILHO, 1986, p.16)

Assim, a disseminação cotidiana das pequenas e grandes misérias humanas é atenuada por matérias que reconfortam psicologicamente o leitor-consumidor, convocando-o para o consumo de uma vida e prazeres institucionalizados. Desemprego, terrorismo, greves, violência, inflação,

crise. As peripécias da mais nova celebridade formada pelos *reality shows*, a vitória do time de futebol, a separação, o casamento de ídolos de todas as áreas. Miscelânea que se constitui na lógica da imprensa capitalista. Fragmentada, a realidade formada pelos veículos informativos acaba particularizando fenômenos sociais, sentimentalizando-os. A experiência com o mundo real é rompida e sua transmissão é realizada como algo alheio, distante, diferente do sujeito. Desvinculado da experiência imediata, pessoal, o contexto de vida acaba despolitizado. Não seria essa a história de *Joana*?

Joana atentou contra a própria vida. Um fato com características que lhe conferem o estatuto de notícia. Do real à realidade. Mas a *dor* de *Joana*, por causa do tal *João*, seu abandono, seu “mal-estar”, não cabem no jornal. Não são notícia. O “espetáculo da sua vida cotidiana não pode ser, para os jornalistas, senão ordinário e sem interesse” (CHAMPAGNE, 1997, p 68). Portanto, não é qualquer mal-estar que interessa ao discurso midiático e que resiste ao tratamento do discurso informativo. Ainda segundo Patrick Champagne,

Os mal-estares sociais não têm uma existência visível senão quando se fala deles na mídia, isto é, quando são reconhecidos como tais pelos jornalistas. Ora, eles não se reduzem apenas aos mal-estares sociais mediaticamente constituídos, nem, sobretudo, à imagem que os meios de comunicação dão deles quando os percebem. (...) Os mal-estares não são todos igualmente “mediáticos”, e os que o são sofrem inevitavelmente um certo número de deformações a partir do momento em que são tratados pela mídia porque, longe de se limitar a registrá-los, o tratamento jornalístico fá-los experimentar um verdadeiro trabalho de construção, que depende muito amplamente dos interesses próprios deste setor de atividade (CHAMPAGNE, 1997, p.63).

Saúde, segurança, educação, habitação, desemprego. Mal-estares sociais, carências que em conjunto conformam a grande miséria, referência sempre evocada para fins de condenação ou consolo de parcelas cada vez maiores da população. Mal-estares diluídos no conjunto de preocupações gerais vivenciadas pela classe dominante, na medida em que são noticiados sem uma apresentação ou investigação que dêem conta dos reais determinantes sociais, políticos e econômicos que os engendraram. O equilíbrio tranquilização X atemorização anteriormente mencionado entra sempre em cheque frente aos mal-estares supra citados, mas o temor gerado no receptor, em função do modo de enunciação dos mesmos, no lugar do questionamento das razões históricas que os possibilitaram, transfere a solução dos problemas para o sistema como um todo. Segundo Ciro Marcondes Filho, “a produção política do medo por meio do processo jornalístico

vai ser, assim, a repercussão na opinião pública das preocupações de classe (econômicas, políticas) do jornal” (1986, p. 17). Por isso, *Joana*, mas também, por certo *o tal João*, são a

evidência (grifo do autor) desta espécie de miséria coletiva que fere, como uma fatalidade, todos aqueles que estão amontoados nos lugares de *rejeição social* (grifo do autor), onde as misérias de cada um são redobradas por todas as misérias nascidas da coexistência e da coabitação de todos os miseráveis e sobretudo, talvez, do efeito de destino que está inscrito na pertença a um grupo estigmatizado. (BOURDIEU, 1997, p. 85).

Nas palavras de Loïc Wacquant, o fato, a notícia e o silêncio sobre *o que não mais existe* representariam um exemplo do tipo de relação que se estabelece

quando o Estado abandona sua missão primeira, que é a de sustentar a infraestrutura organizacional indispensável ao funcionamento de toda sociedade urbana complexa. Adotando uma política de erosão sistemática das instituições públicas, o Estado abandona às forças do mercado a lógica de “cada um por si” camadas inteiras da sociedade, em especial aquelas que, privadas de todos os recursos, econômicos, cultural ou político, dependem completamente dele para chegar ao exercício efetivo da cidadania (1997, p.167).

Para alguns mal-estares existe espaço “garantido” no cenário midiático. São os mal-estares cotidianamente reproduzidos através das colunas, das páginas, dos cadernos, dos suplementos, das editoriais *fixas* dos jornais. É a certeza absoluta de que nada vai mudar. O problema é que o modo como os meios selecionam e tratam esses mal-estares diz tanto sobre os modos-de-fazer jornalístico quanto sobre os grupos sociais a que dizem respeito. Daí que a seleção, a tematização, a hierarquização de fatos e, conseqüentemente, de notícias, estão diretamente ligados a uma forma de apresentar e de representar determinadas questões sociais. Questões de Segurança Pública, por exemplo, se resumem a uma questão de polícia, a uma *Página Policial*; longe, portanto, da *Coluna Social*, reservada aos eventos, fatos e fotos dos abastados da cidade; Trabalho e Educação são complementarmente reunidos na temática desemprego⁷, uma vez por semana, no caderno *Empregos & Negócios*.

⁷ Um indício do crescente interesse midiático pelo problema do desemprego pode ser lido, também, a partir de quadros fixos que abordam a temática aqui em discussão nos principais telejornais – nacionais e locais. Ex: a coluna “Emprego S/A: a nova fronteira”, do *Bom dia Brasil*; O quadro “Fazer o quê?” no *Jornal Hoje*; A sessão “Emprego”, no *Jornal da Manhã*, “Desempregados” no *Bahia Meio Dia*.

Uma notícia ocupa um *lugar*. Um *lugar* físico. Possui extensão, superfície, volume. *Lugar* que em um jornal é tudo, dada a sua escassez. É uma restrição, uma limitação bastante evidente ao discurso. Assim, pode-se questionar se, dadas as suas condições de enunciação, algo, de fato, é dito. É, por exemplo, o caso de notícias que interessam a “todo mundo”, aquelas cujos fatos que as originaram não chocam ninguém, não envolvem disputas, não dividem, formam consenso e, como não tocam em nada de importante, consistem em um tipo de informação, apenas em aparência, sem conseqüências. Acontece que a notícia ocupa, também, um *espaço social*, *espaço* que poderia ser dispensado para dizer outras coisas. E se algo tão precioso, o *espaço*, é empregado para que coisas fúteis possam ser ditas, é porque essas coisas ocultam aspectos outros, que deveriam ser trazidos a público. Cabem, portanto, análises sobre o silêncio, o não-dito. Aspectos que um certo tipo de crítica até percebe, mas que ocultam estratégias, práticas invisíveis, através das quais censuras de toda ordem são exercidas, transformando os meios de comunicação de massa em autênticos instrumentos eficientes para a manutenção da ordem simbólica. Contudo, tão importante quanto o não-dito é aquilo que, paradoxalmente, oculta mostrando, “mostrando uma coisa diferente do que seria preciso mostrar caso se fizesse o que supostamente se faz, isto é, informar; ou ainda mostrando o que é preciso mostrar, mas de tal maneira que não é mostrado ou se torna insignificante, ou construindo-o de tal maneira que adquire um sentido que não corresponde à realidade” (BOURDIEU, 1997, p.24).

Se, ainda com Pierre Bordieu,

a posição de um agente no espaço social se exprime no lugar do espaço físico em que está situado (...), e pela posição relativa que as localizações temporárias (...) e, sobretudo, permanentes (...) ocupam em relação às localizações de outros agentes; ela se exprime também no lugar que ocupa (...) no espaço através de suas propriedades, que são mais ou menos embaraçosas (...) (1997, p. 160/161).

Assim, faz muita diferença ser repórter de esportes, de política, dos cadernos especiais ou da página de polícia. Do mesmo modo, aparecer na *Coluna Social*, na *Página Policial* ou na *Coluna Oportunidades* (no caderno *Empregos & Negócios*). Definir o que vai sair, como, com que destaque, com que favorecimento, através de qual angulação, manchetes, a posição na página, ou mesmo se a notícia deve ou não ser publicada, reflete um ato consciente de seleção e exclusão

que revela opções ideológicas de indivíduos ou grupos em afirmar publicamente informações e opiniões, tornando o jornal um veículo de reprodução e de representação parcial da realidade.

O perfil dos sujeitos que ocupam cotidianamente a *Página Policial* do jornal de maior circulação no estado é bem diferente daquele observado no sujeito que é protagonista da coluna *Oportunidades*, no mesmo jornal. Os capitais em jogo, nos diferentes lugares, são reveladores das distâncias sociais que separam estes sujeitos. São espaços hierarquicamente organizados que produzem efeitos socialmente hierarquizantes. O problema é a dissimulação do “efeito de *naturalização* (grifo do autor) que a inscrição durável das realidades sociais no mundo natural acarreta: diferenças produzidas pela lógica histórica podem, assim, parecer surgidas da natureza das coisas” (BOURDIEU, 1997, p. 160).

O efeito de *naturalização* reduz a percepção dos fenômenos informativos a processos de transmissão e troca de mensagens, ignorando e ocultando a questão da produção da informação, camuflando, assim, o caráter mercadoria da notícia. Essa natureza de produto conferida às notícias permite ao empreendimento jornalístico empresarial: 1) uma maior flexibilidade editorial, uma vez que este pode navegar ao sabor dos apelos do mercado, posicionando um veículo em relação a outro; 2) o uso de estratégias de marketing e relações públicas com o intuito de melhor posicionar o produto no mercado e fortalecer a sua imagem institucional; 3) identificar e ampliar com mais precisão o seu público leitor-consumidor .

Editorias, cadernos, sessões e suplementos são criados de modo a agradar os mais diversificados segmentos de públicos leitores. Mas em absoluto o atendimento às aspirações de públicos diversificados deve ser entendido como *variedade* de opiniões. O mito da variedade, resultante ideológico do processo de dominação econômica, encobre a verdadeira situação criada pelo crescimento dos monopólios na imprensa: a redução dos espaços de produção de opiniões divergentes das opiniões dominantes. O que de fato se verifica é uma transferência da *variedade* de fora para dentro dos jornais. Da *variedade dos* jornais à *variedade nos* jornais. Uma variedade interna iludindo quanto a uma multiplicidade externa (MARCONDES FILHO, p. 1986).

O jornal presta-se, também, aos interesses e demandas de outro mercado, o publicitário. O jornal é, portanto, a um só tempo, portador de informação, opinião e de espaços publicitários. Aparentemente trata-se de dois diferentes mercados, mas, na verdade, não passam de um só, uma vez que o comprador do espaço publicitário visa ao mesmo leitor-consumidor do jornal ao qual ele pretende ter acesso. Nesse cenário,

a notícia é a informação transformada em mercadoria com todos os seus apelos estéticos, emocionais e sensacionais; para isso a informação sofre um tratamento que a adapta às normas mercadológicas de generalização, padronização, simplificação e negação do subjetivismo. Além do mais, ela é um meio de manipulação ideológica de grupos de poder social e uma forma de poder político (MARCONDES FILHO, 1989, p. 13).

Se a notícia é a informação transformada em mercadoria, “célula germinativa do modo de produção capitalista” (GORENDER, 1996, p.28), sua condição de mercadoria é marcada pela satisfação de uma determinada *necessidade social*, e seu *valor* é determinado pela cristalização de um *trabalho social realizado*, ou seja, todo trabalho incorporado em uma mercadoria está subordinado à *divisão de trabalho dentro da sociedade*. Assim, dispor de uma informação pura e simples não significa dispor de uma mercadoria, pois esta encerra em si uma dupla dimensão: o *valor de uso* e o *valor de troca*. Logo,

uma coisa pode ser valor de uso, sem ser valor. (...) Uma coisa pode ser útil e produto do trabalho humano, sem ser mercadoria. Quem com seu produto satisfaz sua própria necessidade cria valor de uso mas não mercadoria. Para produzir mercadoria, ele não precisa produzir apenas valor de uso, mas valor de uso para outros, valor de uso social. (...) Finalmente, nenhuma coisa pode ser valor, sem ser objeto de uso (MARX, 1996, p. 170).

Para o leitor-consumidor a notícia satisfaz determinadas necessidades ou interesses, possui uma utilidade, um *valor de uso* que se realiza no consumo da mesma.

A utilidade de uma coisa faz dela um valor de uso. (...) O valor de uso realiza-se somente no uso ou no consumo. Os valores de uso constituem o conteúdo material da riqueza, qualquer que seja a forma social desta. Na forma de sociedade a ser por nós examinada, eles constituem, ao mesmo tempo, os portadores materiais do valor de troca (MARX, 1996, p. 165).

O jornal, *aparelho privado de hegemonia*, guarda uma outra dimensão de valor. Para além do *valor de uso* protagonizado pelo leitor-consumidor, o mercador de mensagens obtém da notícia-

mercadoria um *valor de troca*. E é este que garante a sobrevivência econômica da empresa jornalística. Produzir uma notícia significa adaptar um fato social de modo a torná-lo *rentável*. O sempre tenso equilíbrio entre o conteúdo jornalístico e os espaços publicitários na imprensa é a expressão direta dessa realidade mercadológica. É óbvio que para além do aspecto econômico há implicações de outra natureza (política, ideológica), pois todas as mercadorias se constituem em veículos de ideologia. Elas, contudo, de modo algum negam que é a sobrevivência econômica o fator determinante na existência de um empreendimento jornalístico. Também é um fato a interpenetração entre as duas dimensões da mercadoria, de modo que

nesse sentido, já não se pode dizer que haja uma separação nítida entre o caráter de uso do informe jornalístico, ou seja, o caráter não-econômico do político, assim como do caráter de troca da mercadoria jornal, ou seja, o caráter não-político do econômico. (MARCONDES FILHO, 1986, p. 27).

A notícia-mercadoria tem um tempo de vida útil bastante curto. É altamente perecível. Daí a necessidade de estabelecer o maior *valor de troca* possível, em condições de minimização dos custos envolvidos. Para isso, o *valor de uso* deve sofrer uma *aparência* do *valor de uso*, ou seja,

deve ser tão escasso que a procura por novas mercadorias permaneça constante e, se possível, até mesmo aumente. Isso significa (...) que as necessidades de informação devem ou ser satisfeitas só aparentemente ou só a curto prazo, para que a demanda se mantenha. (...) Quanto menor for o valor de uso real para o leitor, tanto mais se faz necessária a produção de uma manifestação do valor de uso” (COLETIVO DE AUTORES., 1984 apud MARCONDES FILHO, 1986, p. 29).

Manchetes, diagramação, destaques, novos e diversificados cadernos, fotos, tipos de papel, cores, tipos gráficos, a exclusividade de informações, de fontes, novos colunistas, maior número de páginas, menor preço, são todos elementos que servem apenas ao objetivo de ampliar o *valor de troca* sob a forma *dinheiro*, sem que o *valor de uso* para o leitor seja alterado. São expedientes que aprimoram a embalagem da mercadoria, tornando-a mais atraente. “Isso porque até a venda, com a qual a perspectiva do valor de troca atinge seu objetivo, o valor de uso tem tendencialmente um papel somente como aparência. É o estético no sentido mais amplo: a manifestação sensível e o sentido do valor de uso separam-se aqui do objeto” (HAUG, 1972 apud MARCONDES FILHO, 1986, p. 29).

Neste cenário, a informação, matéria-prima e mercadoria dos meios de comunicação de massa, guarda uma particularidade: não se destrói no ato do consumo, ao contrário, se expande, criando um ambiente, cultural e ideológico, favorável para o próprio consumo, ou seja, “a mídia doravante faz parte integrante da realidade ou, se se preferir, produz efeitos de realidade criando uma visão mediática da realidade que contribui para criar a realidade que ela pretende descrever” (CHAMPAGNE, 1997, p.5). Cria-se, pois, novos e diferentes usos e trocas para a notícia-mercadoria.

Uma mercadoria importante para variados setores da sociedade. Em algumas esferas nada acontece sem que exista uma intenção de transformação de um fato em notícia. Conscientes da importância de estarem bem situadas no processo de construção da realidade, instituições, públicas e privadas, investem cada vez mais na implantação de assessorias de comunicação ou na contratação de serviços de consultoria nessa área, com o objetivo de influenciar a construção de notícias que lhes sejam favoráveis. “E essa necessidade de produzir e comunicar informação gerou uma categoria de profissionais inteiramente nova, os *analistas simbólicos*, mais capacitada intelectualmente e altamente especializada, que atua no processo de gestão de um fluxo de informações” (FONTENELLE, 2002, p. 164).

Serviços, como a clipagem⁸, realizados por empresas especializadas, passam a ser oferecidos como parte de um conjunto de estratégias de ações realizadas junto à mídia. É quando a redação de notícias, as reportagens, os relatos aparentemente objetivos, “neutros”, se prestam a ações de venda de produtos e/ou serviços. É o caso, por exemplo, da matéria “Editais têm R\$ 461 mi (sic) de incentivo à inovação – Finep e Fapesb estão com inscrições abertas para as empresas que buscam apoio financeiro na elaboração de projetos na área de tecnologia⁹”. Nela são apresentadas as agências financiadoras, os editais, os prazos, os valores, as condições de financiamento. Na matéria aparecem duas falas: a do Diretor de Inovação de uma das agências financiadoras, a Fapesb – Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado da Bahia e a do diretor de uma organização especializada na gestão da inovação. Ao final da matéria, de um modo nada sutil, surge a fala de uma organização privada interessada em vender um curso, para elaboração de projetos. E é esta

⁸ Técnica que consiste na extração de notícias, notas e informações que são publicadas na mídia, relacionadas à Instituição. Funciona como um instrumento de avaliação gerencial e como material de consulta.

⁹ A *TARDE*, *Empregos & Negócios*, 08.03.09, p. 8.

voz que encerra a matéria, anunciando um curso de capacitação para aqueles que desejam aprender sobre a elaboração de projetos com vistas a submetê-los aos editais sobre os quais a matéria versa.

PROJETO - De acordo com Flávio Marinho, diretor da Brain-Brasil Inovação, empresa de consultoria especializada na gestão da inovação, ainda dá tempo de elaborar o projeto para requerer o financiamento. ‘É claro que as empresas que se preparam com antecedência vão sair na frente, mas existem inúmeros empresários que estão iniciando este processo agora’, garante ele.

Amanhã, a Brain estará realizando o workshop Capacitação para Subvenção Econômica Inovação/2009, com intuito de tirar as dúvidas dos empresários na hora da elaboração dos projetos. O evento acontecerá no Centro de Convenções do Fiesta Bahia Hotel, das 8h30 às 12h e das 14h às 17h30.

‘Vamos oferecer um pacote que dará direito ao workshop e, posteriormente, mais algumas horas de consultoria, quando daremos orientações, lado a lado com os empresários, para o desenvolvimento de projetos’, informa Marinho¹⁰.

É um tipo de prática reveladora de ações estratégicas de marketing, relações públicas e publicidade que indicam um aperfeiçoamento próprio do sistema de dominação, na medida em que submetem aspirações, desejos, idéias, mas também aspectos do real vivenciado pelo público leitor-consumidor, aos modelos predeterminados de satisfação e consumo (MARCONDES FILHO, 1986).

Mas é nos chamados *Classificados* onde a pertinência do termo informação-mercadoria melhor se evidencia, pois é sobretudo neste espaço que o serviço noticioso ganha contornos de pura “prestação de serviços”. É através da força da notícia, da credibilidade devotada ao veículo, que um periódico consegue força simbólica para constituir-se como espaço de mercado, funcionando como cenário para a venda de produtos e serviços junto aos mais diversos públicos. É o que se pode inferir da Missão do Jornal *A Tarde*:

Somos um grupo de comunicação multimídia a serviço do público baiano, comprometido em levar informação com interatividade, qualidade, credibilidade, relevância e pluralidade sob os princípios da ética e da responsabilidade social e ambiental por meio da excelência profissional. *A Tarde*: informação com credibilidade¹¹.

¹⁰ A TARDE, *Empregos & Negócios*, 08.03.09, p. 8.

¹¹ A Tarde. Disponível em < <http://www.jornaltrade.com.br> > Acessado em 15/07/2008.

Uma credibilidade legitimada, segundo o próprio jornal, por “uma média de 4.700 ofertas diárias, 94% de participação de mercado”¹². Os *Classificados* que “mais vende na Bahia.” É, portanto, o investimento em uma notícia de “qualidade” que fortalece institucionalmente o jornal, tornando-o crível, confiável. Um mercado atraente.

Além dos classificados *Populares*¹³, outros dois espaços se destacam pela venda de espaços para venda de produtos e serviços: o caderno *Imobiliário*¹⁴ e o caderno *Empregos & Negócios*. Como já exposto, em um jornal, espaço é tudo. Assim, o lugar que uma palavra ocupa, acaba sendo a referência para a definição de critérios e valores a serem cobrados para os anúncios publicados nos cadernos citados. Na *Tabela de Preços 2008*, o valor de uma *palavra* pode variar de R\$ 0,94 (noventa e quatro centavos) a R\$ 4,88 (quatro reais e oitenta e oito centavos), a depender do dia de publicação. E os anúncios podem ganhar destaque a partir de determinados recursos estilísticos e de diagramação. Assim, um anúncio com moldura, por exemplo, além do valor do anúncio (cobrado a partir do número de palavras, do tipo de título utilizado, do número de dias que será veiculado), sofre um acréscimo de R\$ 11,29 (onze reais e vinte e nove centavos). E, no caso do caderno *Empregos & Negócios*, anúncio de emprego-palavra a partir de R\$ 40,00 (quarenta reais), acrescido de uma taxa de R\$ 29,40 (vinte e nove reais e quarenta centavos) tem direito a contar com um serviço extra: o recebimento dos currículos no próprio jornal.

Na realidade, os preços da tabela supra citada possibilitam a seguinte constatação: não é verdade que *a dor da gente não sai no jornal*. Sensacionalizada e mutilada para se tornar mais rentável, mas ainda um artigo de real procura dos leitores-consumidores, nossa *dor* ganha uma *segunda natureza*, diferente e ao mesmo tempo oposta à sua verdadeira natureza. Só assim é possível explicar a seguinte assertiva: “Nós somos um produto. As pessoas se vendem o tempo todo, os pais para seus filhos, os filhos para seus pais. Nos vendemos no bom sentido, mas nos vendemos”¹⁵. “Vender-se” é “vender seu peixe”. Atitude que exige pro-atividade. Saída (?) que

¹² Folheto de propaganda do Jornal A Tarde 2008.

¹³ Folheto de propaganda do Jornal A Tarde 2008.

¹⁴ *Guia de compra, venda, aluguel e serviços imobiliários do Caderno Populares. Com aproximadamente 3.000 ofertas, o Caderno Imobiliário é hoje a principal referência para quem quer comprar, vender ou alugar um imóvel na Bahia. Folheto de divulgação do Jornal A Tarde.*

¹⁵ Rosa Maria Machado, *A Tarde, Empregos & negócios* 31.08.08, p.3.

transfere para o desemprego uma causalidade que parte do próprio indivíduo. Negligencia-se a dimensão e a responsabilidade coletiva sobre o problema. Segundo dados do Instituto Datafolha, divulgados no dia 3 de dezembro de 2008, 25% dos brasileiros dizem, espontaneamente, que a saúde é o principal problema nacional. O percentual de menções ao desemprego oscilou de 20% para 18% e a taxa dos que citam a segurança passou de 17% para 16%. Já os dados da pesquisa de Opinião Pública CNT/Sensus relativa ao período de 02 a 06 de abril de 2007, ao questionar sobre qual o principal problema brasileiro a ser resolvido pelo presidente da República, apontam: Emprego e Renda (26,3%); Saúde Pública (25,7%); Segurança Pública (18,2%); Educação Pública (16,7%); Previdência Social (5,5%); Defesa Nacional (2,9%) e Inflação (1,7%). Os institutos de pesquisa, as percentagens e os períodos das pesquisas citadas variam. E embora os dados estatísticos não tragam explicações sobre a ocorrência dos fenômenos citados, sobre sua natureza, suas causas, eles “revelam” o que “todo mundo sabe”: é cada vez maior o número de pessoas que se vêem na condição de desemprego.

E estar desempregado implica um desvio de rota. Uma parada no tempo. Um estado de agonia, de dúvidas com relação ao presente e ao futuro. Em muitos casos é motivo de *dor*. Uma dor que, como a dor de *Joana*, e quem sabe a de *João*, vai sempre, nos parâmetros estabelecidos pelo aparato midiático carecer, sim, de *exatidão*. A partir do momento em que o valor mercantil passa a ser a medida de todas as coisas em nossa sociedade, o *não-emprego* implica em limitações ao ato de consumo. É um estado que reduz os sujeitos às suas funções no mercado de produção e circulação de mercadorias e serviços. No capítulo que se segue tentaremos perscrutar a relação entre trabalho e educação a partir da perspectiva da Teoria do Capital Humano.

Faz-se necessário, contudo, esclarecer alguns aspectos com relação ao poder exercido pelo meios de comunicação de massa em nossa sociedade. É certo, pois, que os meios de comunicação de massa impactam, de modo profundo, as experiências e os padrões de interação nas sociedades contemporâneas. Podemos mesmo afirmar que o conhecimento que possuímos dos *fatos* que se dão para além do nosso meio social mais imediato é, em grande parte, derivado de processos de recepção de formas simbólicas mediadas pelo campo das mídias. Nossas experiências desses *fatos* são o resultado de um conjunto de práticas institucionalizadas que conferem a elas o *status* de notícia (THOMPSON, 1998). Contudo, as rotinas de produção, tanto quanto as de recepção,

devem ser vistas dentro de uma totalidade social anterior, ou seja, “com práticas, discursos e conhecimentos incorporados, distribuídos de forma desigual, mas presentes em todos os ambientes para um mínimo necessário de reconhecimento social do agente” (BARROS FILHO & MARTINO, 2003, p. 220).

A mídia é, aqui, percebida como *espaço de produção* de discursos, mais próxima de um cenário onde os sentidos estão em constante disputa, um campo de lutas, uma vez que “os bens produzidos obedecem à lógica específica do campo, mas essa obediência às próprias regras cria, em certas circunstâncias, as condições necessárias para que a hegemonia de um grupo seja ao menos contestada, quando não relativizada” (BARROS FILHO & MARTINO, 2003, p. 221-222). É preciso, também, ter em conta que a luta de classes se reproduz na notícia-mercadoria, na medida em que as realidades dialéticas e não-monolíticas de produção de significados reinscrevem conflitos reais. Trata-se, pois, de um produto capitalista que “pode, mais do que as demais mercadorias, não produzidas para a indústria de consciência”, quebrar, se bem que parcialmente, o monolitismo da fetiche-mercadoria da sociedade capitalista” (MARCONDES FILHO, 1986: 31).

Na perspectiva gramsciana isso significa levar em consideração o fato de o caráter hegemônico dos discursos produzidos e distribuídos pelos meios de comunicação de massa encontrar-se em constante disputa. Disputa entre classes, frações de classe, concepções de mundo. Contra-hegemonia. Ora, o capitalismo produz um imaginário social e condutas capitalistas, mas em seu interior são naturalmente produzidas utopias, certas condições de vida que despertem entre seus membros desejos de espontaneidade, de atos gratuitos, de tempos perdidos, de paixões fortes e de novas formas de convivialidade. Uma sociedade que se baseia no lucro e na eliminação dos mais fracos secreta, então, outras exigências éticas.

Além disso, a hegemonia se constitui, antes, em um processo e, como tal, está sujeita a cisões, esgarçamentos, rearranjos, entre grupos sociais, mas também ante reestruturações conjunturais ou orgânicas. Segundo Raymon Willians,

uma hegemonia vivida é sempre um processo. Não é, exceto analiticamente, um sistema ou uma estrutura. É um complexo realizado de experiências, relações e

atividades, com pressões e limites específicos e mutáveis. Isto é, na prática a hegemonia não pode nunca ser singular [...] Além do mais (e isso é crucial, lembrando-nos o vigor necessário do conceito), não existe apenas passivamente como forma de dominação. Tem de ser renovada continuamente, recriada, defendida e modificada. Também sofre uma resistência continuada, limitada, alterada, desafiada por pressões que não são as suas próprias pressões. Temos então de acrescentar ao conceito de hegemonia o conceito de contra hegemonia e hegemonia alternativa, que são elementos reais e persistentes da prática [...]. A realidade de qualquer hegemonia, no sentido político e cultural ampliado, é de que, embora por definição seja sempre dominante, jamais será total ou exclusiva. A qualquer momento, formas de política e cultura alternativas, ou diretamente opostas, existem como elementos significativos na sociedade (WILLIAMS, 1979 apud NEGRÃO, 2005, p. 43).

Sem a percepção dessa complexidade, o entendimento do crescente processo de mercantilização das notícias e dos próprios veículos de informação e a sua conseqüente subordinação às estratégias de *marketing* na obstinada captura de leitores-consumidores acaba ganhando contornos absolutos. O que deve a todo custo ser evitado.

CAPÍTULO II

Canção do Sal

Trabalhando o sal é amor é o suor que me sai
 Vou viver cantando o dia tão quente que faz
 Homem ver criança buscando conchinhas no mar
Trabalho o dia inteiro pra vida de gente levar

Água vira sal lá na salina
 Quem diminuiu água do mar
 Água enfrenta sol lá na salina
 Sol que vai queimando até queimar

**Trabalhando o sal pra ver a mulher se vestir
 E ao chegar em casa encontrar a família sorrir
 Filho vir da escola problema maior é o de estudar
 Que é pra não ter meu trabalho e vida de gente levar.**¹⁶

Problema maior é o de estudar que é pra não ter meu trabalho e vida de gente levar. Trabalho. Educação. Não se trata, aqui, de abordar primeiro um tema, trabalho, em seguida, o outro, educação. Buscam-se as razões que levam o *homem que trabalha o sal* a guardar tal desejo: estudar para obter um trabalho. Na verdade, obter um trabalho melhor. Melhor que o seu. Isso porque existe uma conexão ontológica e histórica própria da relação trabalho e educação que precisa ser compreendida, uma vez que o ser do homem é o trabalho. Ao modificar a natureza em função do atendimento às suas necessidades, e, portanto, ao transformar *água* em *sal*, através da redução da água do mar, o homem se distingue dos outros animais e começa a *produzir* seus meios de vida e, conseqüentemente, a sua própria vida material. A condição de existência humana é fruto do seu trabalho. Um trabalho que se complexifica nas contradições da dinâmica real através de um processo histórico, de modo que “tal e como os indivíduos manifestam sua vida, assim são. O que são coincide, por conseguinte, com sua produção, tanto com *o que* produzem como com o modo *como* produzem” (MARX & ENGELS, 1974 apud SAVIANI, 2007, p. 154).

¹⁶ NASCIMENTO, Milton. *Canção do Sal*. In: Milton Nascimento-Travessia. Leonel Pereda e Ronaldo Bastos. Dubas Música, 2002.

Se a existência humana não pode ser explicada a partir de uma dádiva natural, mas precisa ser produzida pelo próprio homem, significa que este, ao nascer, carece daquilo que o faz humano. Por que o que o faz humano ocorre por meio de um processo de formação. “Portanto, a produção do homem é, ao mesmo tempo, a formação do homem, isto é, um processo educativo. A origem da educação coincide, então, com a origem do homem mesmo” (SAVIANI, 2007, p.174). Trabalho e Educação. Ponto de partida do processo de formação da própria identidade do ser humano.

Na justaposição entre trabalho e educação, o homem aprende a produzir sua existência no próprio ato de produzi-la. A preservação das funções vitais da reprodução individual e societal se dá através de um sistema de mediação de *primeira ordem* que apresenta as seguintes características:

- 1) os seres humanos são parte da natureza, devendo realizar suas necessidades elementares por meio do constante intercâmbio com a própria natureza;
- 2) eles são constituídos de tal modo que não podem sobreviver como indivíduos da espécie à qual pertencem (...) baseados em um intercâmbio sem mediações com a natureza (como fazem os animais), regulados por um comportamento instintivo determinado diretamente pela natureza, por mais complexo que esse comportamento instintivo possa ser (MÉSZÁROS, 1995 apud ANTUNES, 2006, p.20).

Essas determinações são dadas pela *ontologia singularmente humana do trabalho* e devem responder a algumas funções vitais de *mediação primária* ou de *primeira ordem*, a saber: 1) a regulação da atividade biológica reprodutiva em consonância com os recursos existentes; 2) a regulação do processo de trabalho através do intercâmbio comunitário com a natureza; 3) o estabelecimento de um sistema de trocas compatível com as necessidades requeridas, de modo a preservar os recursos humanos e naturais disponíveis; 4) a organização, coordenação e controle de atividades materiais e culturais diante de um sistema de reprodução social cada vez mais complexo; 5) a alocação racional dos recursos materiais e humanos, de modo a evitar a escassez, através do uso econômico dos meios de produção, sintonizado com a produtividade e os limites socioeconômicos existentes e 6) a constituição e organização de regulamentos societais designados para a totalidade dos seres sociais. Assim, a lida com a natureza e com os pares é o que permite um acúmulo de conhecimentos, informações, o desenvolvimento de técnicas, instrumentos, práticas e processos de aprendizagem que, ao serem validados pelas experiências

eficazes, passam a ser preservados com o intuito de transmissões futuras de modo a garantir a viabilidade da espécie. Era o que se observava nas chamadas comunidades primitivas, onde as funções vitais de *mediação primária* vigoravam sem o estabelecimento de hierarquias estruturais de dominação e subordinação características do sistema capitalista e suas conseqüentes *mediações de segunda ordem* (ANTUNES, 2006). Nas palavras de Saviani, “estão aí os fundamentos histórico-ontológicos da relação trabalho-educação. Fundamentos históricos porque referidos a um processo produzido e desenvolvido ao longo do tempo pela ação dos próprios homens. Fundamentos ontológicos porque o produto dessa ação, o resultado desse processo, é o próprio ser dos homens” (2007, p.155).

No entanto, a partir da instituição da propriedade sobre a terra, basilar meio de produção, verifica-se uma divisão do trabalho, mudando radicalmente o funcionamento e a estrutura das comunidades primitivas. Surgem as classes. Os que possuem a terra e os que não a possuem. E se o trabalho se constitui na essência do ser humano, é possível uma existência sem trabalho? O advento da propriedade privada sobre a terra tornou isso possível. Ainda segundo Saviani,

sendo a essência humana definida pelo trabalho, continua sendo verdade que sem trabalho o homem não pode viver. Mas o controle privado da terra onde os homens vivem coletivamente tornou possível aos proprietários viver do trabalho alheio; do trabalho dos não-proprietários que passaram a ter a obrigação de, com o seu trabalho, manterem-se a si mesmos e ao dono da terra, convertido em seu senhor (2007, p. 155).

Muda a compreensão ontológica do homem. Dividido o processo de trabalho, dividida também a educação. Uma para a classe proprietária e outra para os não-proprietários. Esta ligada ao processo de trabalho e aquela às atividades intelectuais, a ser adquirida na escola.

A palavra escola deriva do grego e significa, etimologicamente, o lugar do ócio, tempo livre. Era, pois, o lugar para onde iam os que dispunham de tempo livre. Desenvolveu-se, a partir daí, uma forma específica de educação, em contraposição àquela inerente ao processo produtivo. Pela sua especificidade, essa nova forma de educação passou a ser identificada com a educação propriamente dita, perpetrando-se a separação entre educação e trabalho (SAVIANI, 2007, P. 155).

A escola transformou-se na instituição responsável pela organização de um tipo de educação que se tornou dominante, medida principal para aferir as demais formas de educação disponíveis no interior das relações sociais. Um avanço sobre outras formas de conhecimento que, em absoluto, significa fechar os olhos para um intenso processo de rupturas dentro do próprio campo educacional e que se faz notar, sobretudo, com as mudanças dos modos de produção da existência humana. Rupturas que guardam, também, continuidades identificadas, principalmente, com aquilo que pode ser considerado uma *constante da história da educação*: a separação entre instrução e trabalho. Para dar conta dessa constante, Saviani (2007) apresenta duas citações que a evidenciam em dois momentos diferentes da história da humanidade: uma no Egito Antigo, a partir dos estudos de Manacorda, onde a separação entre instrução e trabalho tem relação com a

discriminação entre a instrução para os poucos e o aprendizado do trabalho para os muitos, e a definição da instrução “institucionalizada” como *institutio oratoria*, isto é, como formação do governante para a arte da palavra entendida como arte de governar (o “dizer”, ao qual se associa a arte das armas, que é o “fazer” dos dominantes); trata-se, também, da exclusão dessa arte de todo indivíduo das classes dominadas, considerado um “charlatão demagogo”, um *meduti*. A consciência da separação entre as duas formações do homem tem a sua expressão literária nas chamadas “sátiras dos ofícios”. Logo esse processo de inculturação se transforma numa instrução que cada vez mais define o seu lugar como uma “escola”, destinada à transmissão de uma cultura livresca codificada, numa áspera e sádica relação pedagógica (MANACORDA, 1989 apud SAVIANI, 2007, p. 156).

E outra a partir de Baudelot e Establet, que fazem uma análise sobre o funcionamento da escola francesa no século XX:

a realização da forma escolar no aparelho escolar capitalista é diretamente responsável pelas modalidades segundo as quais este concorre para a reprodução das relações de produção capitalistas. Isto supõe evidentemente que nós elaboraríamos pouco a pouco uma definição sistemática da forma escolar, da qual nós simplesmente indicamos que ela repousa fundamentalmente sobre a *separação* escolar, a separação entre as práticas escolares e o trabalho produtivo (Baudelot & Establet, 1971 apud SAVIANI, 2007, p. 157).

É, pois, o modo como a sociedade organiza o seu processo de produção, seu meio de vida, que determina tanto o processo de trabalho quanto o aparelhamento da escola. A separação entre *práticas escolares* e *processos produtivos* se constitui em uma forma de relação específica da sociedade de classes e reflete uma outra dicotomia: trabalho manual *versus* trabalho intelectual.

Contudo, no entender de Saviani (2007), a separação entre escola e produção não pode ser traduzida literalmente como a separação entre trabalho e educação. O que se verifica é uma dupla identidade da educação, na medida em que, no caso do trabalho manual, ela se realizava simultaneamente ao processo de trabalho. Apesar disso, a partir do advento do capitalismo, este tipo de trabalho acaba viabilizando um saber eminentemente prático, fruto de experiências empíricas, parciais, ligado à uma hierarquia técnica, fragmentada, onde “o homem ativo de massa atua praticamente, mas não tem uma clara consciência teórica desta sua ação que, não obstante, é um conhecimento do mundo na medida em que o transforma” (GRAMSCI, 1981 apud KUENZER, 1997, p. 23). Constitui-se de uma forma de conhecimento que se distingue pelo princípio explicativo e pelo modo utilitário como se contrapõe aos problemas oriundos da prática cotidiana, distante, portanto, do domínio teórico-metodológico que o rege.

Por outro lado, passamos a ter a educação de tipo escolar destinada à educação para o trabalho intelectual. E, no interior da escola, o “saber teórico”, formado a partir de um primado teórico-metodológico produzido e sistematizado historicamente, concorre para a certificação que permitirá ao trabalhador “ocupar, na hierarquia do trabalhador coletivo, o exercício das funções intelectuais: são os técnicos de nível médio e os profissionais de nível superior” (KUENZER, 1997, p. 21).

A sociedade capitalista ou burguesa ao constituir a economia de mercado mediante a geração sistemática de excedentes e a ativação do comércio, tem um processo de organização da produção especificamente voltado para a troca. Segundo Rousseau (1999), duas idéias são importantes para o funcionamento deste tipo de sociedade: a idéia do *ser individual* enquanto referência para a sociedade e a idéia do *ser social* que deve ser capaz de seguir normas reguladas pelo Estado a partir de um *contrato*. Liberdade individual *versus* um contrato socialmente estabelecido. Uma situação que produz *desigualdades de crédito e de autoridades*. Essas desigualdades tornam inevitáveis a constituição de agentes com diferentes capacidades dentro do mercado: o indivíduo, liberado de suas “*coletividades originais*” torna-se um trabalhador livre, “parte contratante da relação de trabalho” (ROUANET, 1985, p.12), enquanto os agentes econômicos, liberados das contingências proporcionadas pela natureza, “tornam-se livres para produzir e distribuir os bens produzidos sem a intervenção do Estado” (ROUANET, 1985, p. 12). “Trata-se da sociedade

contratual, cuja base é o direito positivo e não mais o direito natural ou consuetudinário” (SAVIANI, 2007, p. 158).

A defesa da figura de um sujeito *individual e livre* coincide com a assunção do mercado à condição de centro organizador da realidade, sobretudo a partir da indústria moderna. Uma realidade que

precisa do conceito de indivíduo livre que se relaciona com outros por meio da relação contratual, dotada de validade apenas se os contratantes forem livres e iguais. Justamente porque o mercado é o centro organizador da nova realidade, algo interessante se passará no campo ético. As paixões, tidas como vícios que a educação moral corrigiria, tornam-se sinônimo de interesse e utilidade e já não podem ser afastadas pelo simples respeito a valores racionais, pois o movimento passional dos interesses e das utilidades torna-se o cerne da racionalidade moderna. Como então continuar a definir a virtude pelo domínio racional da vontade sobre as paixões? (CHAUÍ, 2000, p. 351).

A partir desse ponto de vista, existem dois caminhos para a ética moderna: o clássico (liberal), que prega a utilidade dos *interesses* como critério para a inclusão ou exclusão de determinados valores morais, desde que estes sejam úteis para a nova dinâmica sócio-política e econômica e aquele que consiste na separação entre o reino empírico das necessidades e dos interesses e o reino transcendental da liberdade e da finalidade. O empírico segue causalidades particulares, enquanto o transcendental impõe a universalidade ética a partir da lógica da racionalidade.

A moral dos interesses garante a nova economia e a nova política, mas pagando o preço da perda da universalidade. A moral do imperativo ético garante a liberdade e a responsabilidade éticas como valores universais, mas pagando o preço de não corresponder às exigências cotidianas. Relativismo e universalismo legam para nós uma dupla moralidade: aquela que afirma que os fins justificam os meios e aquela que exige a adequação racional ou a proporção entre fins e meios (CHAUÍ, 2000, p. 351- 352).

Cabe, então, a seguinte questão: Os fins justificam os meios? Na modernidade, no caso

da ética, a resposta é negativa: os meios precisam estar de acordo com a natureza dos fins e, portanto, para fins éticos os meios precisam ser éticos também. (...) uma vez que as ações realizadas em vista de um certo fim já fazem parte do próprio fim a ser atingido, são o caminho para ele. Ao contrário, no caso da política, a resposta tende a ser positiva e, portanto, estabelece uma diferença de natureza entre meios e fins, exigindo-se, porém, que haja alguma proporção (ou racionalidade) entre eles. A idéia que parece prevalecer, portanto, é a de que na política, todos os meios são bons e lícitos, se o fim for bom para coletividade (CHAUÍ, 2000, p. 354).

E é esse mesmo sentido ético, que se observa no campo político, o utilizado pelo mercado. Nas palavras de Marilena Chauí, um grande déspota (2000). Um déspota que, a partir da consolidação da nova ordem social propiciada pela Revolução Industrial, estabelece uma outra determinação para a relação trabalho-educação. É quando o eixo produtivo converte saber intelectual em potência material, de modo que o domínio de uma cultura intelectual se impõe como exigência generalizada a todos os membros da sociedade. Objetiva-se, simplifica-se e mecaniza-se o trabalho através da transferência, para as máquinas, do trabalho manual. E o que antes era inerente ao trabalho manual, seus elementos intelectuais, a exemplo do artesanato, agora, incorpora-se à máquina. Nasce o *trabalho abstrato*.

Sobre este aspecto é esclarecedor o que diz Marx:

todo trabalho é, por um lado, dispêndio de força de trabalho do homem no sentido fisiológico, e nessa qualidade de trabalho humano igual ou trabalho humano abstrato gera o valor da mercadoria. Todo trabalho é, por outro lado, dispêndio de força de trabalho do homem sob forma especificamente adequada a um fim, e nessa qualidade de trabalho concreto útil produz valores de uso (MARX, 1996, p. 175).

Quando o caráter *útil* do trabalho produz coisas *socialmente necessárias* é que se realiza o *trabalho concreto*. O trabalho em sua dimensão qualitativa. Mas quando uma sociedade abandona o caráter *útil* do trabalho, o que resta é, segundo Ricardo Antunes (2003), um dispêndio de força humana produtiva, física ou intelectual, socialmente determinada. E quando desaparece

o caráter útil dos produtos do trabalho, desaparece o caráter útil dos trabalhos neles representados, e desaparecem também, portanto, as diferentes formas concretas desses trabalhos, que deixam de diferenciar-se um do outro para reduzir-se em sua totalidade a igual trabalho humano, a trabalho humano abstrato (MARX, 1996, p. 168).

E se a máquina materializou as funções intelectuais no processo produtivo, o caminho para objetivar a ampliação das funções intelectuais na sociedade foi a escola, através da educação básica. Portanto, nas palavras de Saviani, “à Revolução Industrial correspondeu uma Revolução Educacional: aquela colocou a máquina no centro do processo produtivo; esta erigiu a escola como forma principal e dominante de educação” (2007, p. 159). Mais do mesmo. Ainda assim,

o ponto de partida para a produção de conhecimento, portanto, são os homens em sua atividade prática, ou seja, em seu trabalho compreendido como todas as formas de atividade humana através das quais o homem apreende, compreende

e transforma as circunstâncias ao mesmo tempo que é transformado por elas. Desta forma, o trabalho é a categoria que se constitui no fundamento do processo de elaboração do conhecimento (KUENZER: 1997, p. 26).

O problema é a privatização do saber socialmente produzido, pois, historicamente, os detentores dos instrumentos materiais também mantêm a guarda sobre os instrumentos intelectuais, ou seja, aqueles capazes de sistematizar o conhecimento socialmente produzido, a saber, a teoria. Privatização concretizada e atualizada nos currículos escolares através da reprodução clássica da divisão social do trabalho: educação (para a burguesia) *versus* formação especial (para o trabalhador). Assim sendo, a posse de determinados “saberes” passou a se constituir em critério seletivo do mercado de trabalho. As desigualdades - sociais, culturais, econômicas, políticas - de oportunidades, de acesso, de permanência e de êxito no sistema escolar, que normalmente são lidas como *diferenças de dons*, apenas atualizam contradições fundamentais do sistema social, materializando-se através de *mecanismos objetivos* que determinam a eliminação contínua dos desde sempre menos favorecidos.

Mecanismos objetivos presentes em práticas pedagógicas equivocadas que partem de uma percepção senão equivocada, no mínimo, limitada de trabalho. Quem sabe os desde sempre desfavorecidos das favelas, dos morros, das periferias não consigam entrar no mercado de trabalho porque lhes falte preparo técnico e cívico apropriados? Não seria o caso de lançar mão de atividades que sirvam para a sobrevivência, sob a categoria de “trabalho”?

Cursos para cabeleireiros e manicuras, para vendedores de quinquilharias ou de artesanatos caseiros. (...) Erroneamente, pensam que a criança ou o adulto que vende pentes ou cintos nas praças das nossas cidades estão ‘trabalhando’ assim como está trabalhando um operário numa grande fábrica multinacional ou um funcionário de um grande supermercado. (...) Se do ponto de vista subjetivo, qualquer atividade humana é merecedora de respeito, pois é a forma imediatamente encontrada para se sobreviver, do ponto de vista histórico a diferença é essencial (NOSELLA, 2002, p.39).

Mas qual o sonho do *homem que trabalha o sal*? Uma vida melhor. A assunção à condição proletária, operária ou salarial. Daí a assertiva: *trabalho o dia inteiro para vida de gente levar*. Nosso proletário, operário, assalariado anseia participar mais amplamente da vida social através do acesso ao consumo, à habitação, à saúde, à educação e, por que não, ao lazer? Quer ver seus direitos assegurados, ter acesso às subvenções extra-trabalho (aposentadoria, auxílio doença,

acidentes etc). Ele deseja as garantias que lhe permitam prever um futuro e assegurá-lo dentro de padrões minimamente aceitáveis:

Essa aposta quanto ao futuro não é apenas um ato de fé nas virtudes do progresso em geral. Através de seus modos de consumo, seu investimento em bens duráveis, seu uso do crédito, o assalariado antecipa a cada dia a perenidade do crescimento e vincula concretamente seu destino a um progresso indefinido. Na sociedade salarial, a antecipação de um futuro melhor está inserida na estrutura do presente (CASTEL, 2005, p.480).

O trabalho, neste contexto, está para além de uma possibilidade de remuneração por conta de uma tarefa realizada. Ele emerge como uma questão social e um *direito*. Um *direito* que, segundo Castel (2005), é regulado e negociado coletivamente por instituições representativas dos trabalhadores organizados (associações, sindicatos, partidos, etc) mediante contratos individuais. Assim, através de um conjunto de leis e regras cujo escopo é frear a violência promovida pela exploração do capital, o Estado instaura uma intervenção mais direta no planejamento econômico e social, de modo a garantir um conjunto de direitos dos trabalhadores no âmbito de uma esfera *pública burguesa* (FRIGOTTO, 2009). O capitalismo regulado, contudo, não apaga nem supera a existência das classes e, portanto, as desigualdades sociais. É, antes, uma integração subordinada, em que pese o fato de a condição assalariada passar a definir, inclusive, uma identidade social, onde “cada um se compara a todos, mas também se distingue de todos” (CASTEL, 1998, p. 417) em uma graduação crescente, a partir da qual diferenças em relação ao escalão inferior são sublimadas e o desejo de se posicionar nos estratos superiores é alimentado.

Fundamentais para a compreensão da discussão aqui empreendida são as ideologias meritocráticas e do individualismo, na medida em que ajudam a legitimar hierarquias no mercado a partir de um princípio que, em tese, auxiliaria a estabelecer normas de igualdade entre os aspirantes à condição de assalariado: *o princípio do mérito*.

Este princípio sustenta que os velhos esquemas institucionais premiavam os ineficientes, enquanto os novos, ao aumentar a dependência de cada um do valor de troca no mercado de sua capacidade individual, farão com que as retribuições sejam de acordo com sua maior ou menor eficiência como participante do sistema de trabalho social (LO VUOLO, 1993 apud GENTILLI, 1995, p. 234).

A sociedade estrutura-se em torno de sistemas de classificação - taxonomias que, em absoluto, representam apenas formas neutras ou passivas de organização das condições de existência do indivíduo. Os referidos sistemas estruturam estruturas objetivas das quais são subprodutos, operando como instrumentos de comunicação social e de conhecimento que auxiliam no estabelecimento de sentidos e de consensos sobre o sentidos. São, portanto, elementos estruturados e estruturantes da realidade, de modo que a sua função social ganha corpo, sobretudo, nos processos de legitimação das classificações que empreende. (BOURDIEU, 1998).

O acesso ao *jogo escolar* por parte das categorias sociais excluídas faz crescer um sentimento de euforia pelas possibilidades de mobilidade social trazidas pela escola. Paradoxalmente, por conta dos mecanismos de classificação estruturados e estruturantes da sociedade, a universalização do ensino e sua *democratização* ajudaram a promover uma progressiva desvalorização - simbólica e econômica - de títulos escolares, acarretando uma exclusão mais sutil, mais branda, por isso mesmo mais perversa. Instala-se, em relação ao acesso, à permanência e ao êxito escolar um sentimento de *mal-estar*. Aos excluídos o acesso à tal mobilidade só se faz possível através *da superseleção*.

Assim,

para que a meritocracia tenha aparência democrática, dando a todos igual oportunidade, a base da pirâmide é expandida ao máximo, (podendo) até incluir toda a população no grau mínimo de escolaridade obrigatória. Ao mesmo tempo, porém, a altura da pirâmide aumenta sem cessar, pois a estrutura social capitalista nada tem de igualitário e o papel da escola é essencialmente selecionador. Entre a base e a altura da pirâmide tem que haver uma tal proporção que apenas uma fração “adequada” da clientela possa alcançar os estágios mais altos (SINGER, 1980 apud FRIGOTTO, 1993, p.3).

Cria-se um princípio dissimulado de diferenciação, a partir do mérito, através de uma falsa diversificação oficial (em ramificações de áreas de conhecimento, por exemplo) ou oficiosa (Dize-me em que escola estudas e eu dir-te-ei quem és!) que evidencia um sistema, em tese, aberto a todos e, ao mesmo tempo, estritamente reservado a poucos e que consegue a “façanha de reunir as aparências da democratização e a realidade da reprodução, que se realiza num grau superior de dissimulação, e por isso com um efeito maior ainda de legitimação social” (BOURDIEU, 1998, ?). Um efeito que guarda uma função dupla e contraditória: empreender uma operação de classificação social mascarando-a e servir de instrumento de barreira entre a

classificação de entrada no/do sistema de ensino, que é abertamente social, e a *classificação de saída*, que se quer exclusivamente escolares, operando a lógica da denegação: “faz o que faz sob modalidades que tendem a mostrar que ele não o faz” (BOURDIEU, 1998, p. 195).

Aos excluídos, a realidade dos acessos ao sistema de ensino só se faz sob as *categorias fictícias da aparência*. Na ótica de Bourdieu,

Para uma parte bastante grande da sociedade, esta contradição é aquela de uma ordem social que tende cada vez mais a dar tudo a todo mundo, especialmente em matéria de consumo de bens materiais ou simbólicos, ou até políticos, mas sob as categorias fictícias da aparência, do simulacro e do falso, como se esse fosse o único jeito de reservar para poucos a posse real e legítima destes bens exclusivos (1998, pg. ?).

Contudo, possuir um diploma, um certificado não é garantia para o ingresso no tão desejado e sonhado mercado de trabalho, dada a escassa disponibilidade deste último. Promessa vã. Um enigma que, para os neoliberais, só o mercado pode resolver, na medida em que o que existe é mais uma “expansão desmedida do mercado de bens educacionais do que uma limitação estrutural das novas formas de competição no mercado mundial dirigidas a produzir e ampliar o desemprego” (GENTILLI, 1995, p. 249). Desse modo, o *problema maior é o de estudar, que é pra não ter meu trabalho e vida de gente levar* torna-se realmente um problema. Afinal, em um mundo onde a incerteza do trabalho é quase uma certeza, o que significa preparar para o trabalho? Que conhecimentos? Para que trabalho? A resposta, ou a solução, para estas questões, cada vez mais presentes entre os discursos proferidos pelos teóricos dos “recursos humanos” e das agências de recrutamento é o Capital Humano, ou, na visão de Theodore Schultz, *educação*.

Embora a educação seja, em certa medida, uma atividade de consumo que oferece satisfações às pessoas no momento em que obtém um tipo de educação, é predominantemente uma atividade de investimento realizado para o fim de aquisição de capacitações que oferece satisfações futuras ou que incrementa rendimentos futuros da pessoa como um agente produtivo. Desta forma, uma parte sua é um bem de consumidor, e outra parte é um bem de produtor. Proponho, por isso mesmo, tratar a educação como um investimento e tratar suas conseqüências como uma forma de capital. Dado que a educação se torna parte da pessoa que a recebe, referir-me-ei a ela como *capital humano*. (...) A principal hipótese que está subjacente a este tratamento da educação é a de que alguns aumentos importantes na renda nacional são uma conseqüência de adições a esta forma de capital (1973b, p. 79).

Vista como atividade de consumo, a educação oferece a possibilidade de satisfação do consumidor no momento presente, a exemplo da alimentação. Contudo, a maior parte da satisfação do consumidor se destina ao consumo futuro. Consumo de algo que possui um componente *duradouro*. “Muito mais do que outros bens duráveis. (...) Esse componente, conseqüentemente, é como o investimento em uma casa, num automóvel ou num refrigerador” (1973b, p. 58). Por outro lado, ao fazer progredir as capacitações das pessoas incrementando os seus rendimentos futuros, a educação é percebida como investimento. Seguindo a classificação proposta pelo autor temos o seguinte:

(1) educação para o consumo em curso, corrente; (2) educação para o consumo futuro de longo período, fazendo com que seja um investimento num componente duradouro para o consumidor que, indubitavelmente, é de considerável importância; (3) educação para a obtenção de capacitações e conhecimentos úteis ao esforço econômico e, dessa forma, um investimento nos rendimentos futuros (1973b, p. 58).

O tipo de capital humano que incrementa a capacitação de produtor relativa ao indivíduo, “dado que cada capacitação produzida pelo investimento humano torna-se parte do agente humano e, por isso mesmo, não pode ser vendida, acha-se, não obstante, ‘em contato com o mercado’ ao efetuar os salários e ganhos que o agente humano pode auferir” (1973b, p.42). Vista como investimento, portanto, a educação seria a potencializadora tanto do aumento da produtividade quanto dos lucros auferidos pelos trabalhadores. Estes foram alçados à condição de

capitalistas, não pela difusão da propriedade das ações das empresas, como o folclore colocaria a questão, mas pela aquisição de conhecimentos e de capacidades que possuem valor econômico. Esse conhecimento e essa capacidade são em grande parte o produto de investimento e, combinados com outros investimentos humanos, são responsáveis predominantemente pela superioridade produtiva dos países tecnicamente avançados (SCHULTZ, 1973b, p. 35).

Na verdade, Theodore Schultz reconhece a dificuldade de estabelecer a extensão daquilo que designa como investimento humano. Nas suas palavras, “como distinguir entre os gastos para o consumo corrente e os que se efetivam para a formação do capital? (...)” (SCHULTZ, 1973b p. 42). Sua intenção em decifrar “o mistério da abundância moderna” (idem, p. 12) pode ser creditada à confiança no aparato teórico-metodológico sobre o qual se fundamenta.

A teoria do capital humano é uma teoria do desenvolvimento que articula uma relação direta entre distribuição de renda, incremento econômico e educação. Ao nível macroeconômico, a preocupação é com os nexos entre os avanços educacionais e o desenvolvimento econômico de um país. E um exemplo do esforço no sentido de estabelecer uma expressão científica acentuada desta teoria é a fórmula $r^2 = 0,789$, que representaria, em números, a relevância da educação para o desenvolvimento econômico. Cientificismo que acaba por mascarar a perspectiva ideológica que ela abraça. Tal referencial analítico é bastante criticado entre os próprios adeptos da teoria do capital humano. Contudo, as críticas internas, na realidade, observam apenas “o caráter de maior ou menor possibilidade de precisão na apreensão do dado ou a representatividade da amostra, validade dos testes etc” (FRIGOTTO, 1993, p. 44). A visão positivista, neste tipo de análise, não consegue impor o rigor formal do modelo físico de ciência às ciências sociais e a inviabilidade de se mensurar, em nível macro, a contribuição da educação para o desenvolvimento, acaba deslocando a discussão para o nível microeconômico.

Dentro da ótica microeconômica, muitos trabalhos perseguiram análises de custo-benefício, taxa de retorno, técnicas de provisão de mão-de-obra (*manpower approach*), objetivando tanto mensurar o efeito de diferentes tipos e níveis de escolarização, em termos de retorno econômico, quanto ajustar requisitos educacionais do mercado de trabalho nos diferentes setores econômicos. Análises também muito criticadas, especialmente pelo privilégio que concediam ao primado cognitivo para explicar sucesso profissional, maior rentabilidade etc. Daí o incremento de pesquisas que valorizam aspectos ligados às atitudes, aos valores enquanto resultados de processos de socialização estabelecidos a partir da escola e que contabilizam ganhos de produtividades para as pessoas nas organizações, sobretudo as empresariais, uma vez que fornece hábitos de funcionalidade, respeito à hierarquia, disciplina.

Para Theodore Schultz, “as grandes diferenças de rendimentos parecem refletir, antes, principalmente, as diferenças em saúde e na educação (...) Acentuar que as diferenças no quantitativo do investimento humano podem explicar essas diferenças parece coisa elementar (1973b, p.36). Deste modo, pouco importa o fato de o indivíduo ser ou não proprietário dos meios de produção, pertencer ou não à classe burguesa. Ao afirmar que o indivíduo, através do investimento em capital humano, pode aumentar *sua* renda e que, “a médio ou longo prazo, este

investimento lhe permitirá ter acesso ao capital físico ou dispor do mesmo status e privilégios dos que o possuem” (FRIGOTTO, 1993, p. 50), ocorre uma inversão importante dos fatos, cujas conseqüências podem ser traduzidas como o *caráter circular da teoria do capital humano*.

Enquanto a educação é tida, na ótica do capital humano, como fator básico de mobilidade social e de aumento da renda individual, ou fator de desenvolvimento econômico, nestas análises, o “fator econômico”, traduzido por um conjunto de indicadores sócio-econômicos, é posto como sendo o maior responsável pelo acesso, pela permanência na trajetória escolar e pelo rendimento ao longo da trajetória. O que é determinante vira determinado (FRIGOTTO, 1993, p. 51).

O filho do *homem que trabalha o sal*, ao buscar nas instituições de ensino uma forma de conhecimento, estaria exercendo sua liberdade como capitalista, elevando suas futuras rendas. Determinante? Determinado? Na teoria do capital humano

sempre que a instrução elevar as futuras rendas dos estudantes, teremos um investimento. É um investimento no capital humano, sob a forma de habilidades adquiridas na escola. (...) Pode-se dizer, na verdade, que a capacidade produtiva do trabalho é, predominantemente, um meio de produção *produzido*. Nós “produzimos”, assim, a nós mesmos e, neste sentido, os recursos humanos são uma conseqüência de investimentos entre os quais a instrução é da maior importância (SCHULTZ, 1973a, p.25).

Aqui, ainda segundo Theodore Schultz, a *educação* é

considerada como um conjunto especializado de atividades: algumas das quais organizadas, conforme se apresenta nas escolas (...) “empresas especializadas” em produzir instrução. A instituição educacional, que congrega todas as escolas, pode ser encarada como uma indústria. (1973a, p.19).

Educação: *empresa especializada* que opera dentro de um sistema industrial. Oxímoro absurdo que demarca a educação como mercadoria. Objeto de venda que no modo de produção capitalista tem suas superfícies apagadas, distanciadas dos signos da relação social de exploração que a produziu, do tempo de trabalho incorporado na sua produção. Amnésia que aniquila a história comum de produção, cortando todo significado que provém desta. Ocultam-se, desse modo, as próprias condições que tornam possíveis o capital. Isso significa que,

na moderna sociedade de mercado, o emprego (como a educação de qualidade) não é um direito, nem deve sê-lo. Esta redução da relação educação-trabalho à fórmula “educação para o emprego” deriva-se quase logicamente tanto de uma série de formulações apologéticas acerca do funcionamento autocorretivo dos mercados (em termos gerais), como de uma particular interpretação acerca da dinâmica que caracteriza as novas formas de competição e intercâmbio comercial nas sociedades pós-fordistas (GENTILLI, 1995, p. 247).

Ora, este é de um tipo de discurso que busca convencer o trabalhador da necessidade de transformar a sua existência, em todas as suas dimensões – física (destreza, habilidade, potência, resistência), moral (consciência moral e profissional, coragem, perseverança), intelectual (inteligência, conhecimentos gerais e especializados, imaginação), estética (gosto, talento), relacional (capacidade de empatia, senso de relação, negociação) – em um processo de constante acúmulo do capital “conhecimento”, a fim de se valorizar ao máximo no mercado de trabalho.

A crueldade do aparato teórico do capital humano, ou seja, o acúmulo de conhecimento portador de um valor econômico, traz em seu bojo a possibilidade de enriquecimento por meio do trabalho árduo e disciplinado. Indistintamente. Para todos os homens. Assim, através da virtude universal do trabalho a acumulação de capital é não apenas real. É sobretudo legítima. Mas como enriquecer *trabalhando o sal*? Idéia perigosa que pressupõe a superação das desigualdades entre as classes sem a devida supressão da lógica do valor ou da mais-valia. Verifica-se uma inversão da lógica social, onde o *valor de uso* das coisas fica totalmente subordinado ao *valor de troca*. O que significa dizer que um sistema de *mediação de segunda ordem* passa a se sobrepor e a conduzir as *mediações de primeira ordem*, subsumindo o trabalho ao capital por intermédio dos seguintes elementos:

- 1) a *separação e alienação* entre os trabalhadores e os meios de produção;
- 2) a *imposição* dessas condições objetivadas e alienadas sobre os trabalhadores, como um poder separado que exerce o *mando sobre eles*;
- 3) a *personificação do capital* como um valor egoísta - com sua subjetividade e pseudopersonalidade usurpadas – voltada para o atendimento dos imperativos expansionistas do capital;
- 4) a equivalente *personificação do trabalho*, isto é a personificação dos operários como *trabalho*, destinado a estabelecer uma relação de dependência com o capital historicamente dominante; essa personificação reduz a identidade

do sujeito desse *trabalho* a suas funções produtivas fragmentárias (MÉSZÁROS, 1995, apud ANTUNES, 2006, p.22).

Na sua essência, a teoria do capital humano entende a educação como um instrumento de mobilidade social e ocupacional. Uma visão mecânica que esbarra em um cenário onde se concretiza uma transição no interior do modo de produção capitalista. Um novo processo de acumulação cunhado por David Harvey de *acumulação flexível* (2001). Flexibilidade, novos mercados locais e regionais, padrões de produção, de consumo, de administração, de comunicação e de rotinas e organização do trabalho inteiramente novos caracterizam o referido processo. Para o mundo do trabalho, segundo Ricardo Antunes (2003), as conseqüências são desastrosas sob o ponto de vista da *classe que vive do trabalho*, a saber: 1) a *desproletarização do trabalho industrial e fabril* nos países de capitalismo avançado; 2) a expansão do trabalho assalariado a partir do assalariamento no setor de serviços; 3) a heterogeneização do trabalho expressa pela entrada do contingente feminino no mercado de trabalho; 4) a *subproletarização* intensificada por conta da expansão do trabalho parcial, terceirizado, subcontratado, precário. Tudo isso redundando em uma complexificação, fragmentação e heterogeneização da classe trabalhadora e se materializa no desemprego estrutural. E onde se lê *subproletarização* deve-se ter em conta: 1) a precariedade do emprego e da remuneração; 2) a regressão dos direitos sociais; 3) a ausência de proteção e expressão sindical e 4) a desregulamentação das condições de trabalho em relação às normas legais.

Uma realidade possível em um cenário onde o ideário do mercado atingiu tamanha relevância na dinâmica social, a ponto de suas principais representantes, as empresas, se constituírem nos chamados “novos leviatãs” (BORON, 1999), matrizes de base da sociedade salarial. Fonte da riqueza nacional, escola de sucesso, referência para a competitividade, a empresa moderna é, também, uma máquina, por excelência, de vulnerabilização, de pauperização, de exclusão, pelo fato de estabelecer padrões de qualificação, de mobilização, de competências – técnicas, sociais e culturais - cada vez mais elevadas como condição para manutenção e/ou garantia de uma vaga no mercado de trabalho (CASTEL, 1998).

Um mercado que produz um tipo de trabalho mais complexo e intenso no que diz respeito aos seus ritmos e processos. Do cronômetro e da produção em série (*fordismo*) à flexibilização da

produção e do trabalho (*toyotismo*). Da ênfase no processo produtivo à ênfase na demanda. Círculos de qualidade, gestão participativa, qualidade total, exigências de produção cada vez mais *individualizadas*, onde o melhor aproveitamento do tempo é garantido pelo *just in time*. Estratégias de adequação à nova lógica do mercado. Neste contexto, o que deve ser produzido no menor tempo e com maior qualidade baseia-se em um processo de trabalho que solicita um operário multifuncional. Multifuncionalidade que vem acompanhada de um duplo movimento: a *qualificação* e a *desqualificação* do trabalho.

Acontece que a crescente substituição do *trabalho vivo* pelo *trabalho morto* causou uma redução *quantitativa* do operariado industrial. Fato que provocou uma mudança *qualitativa* na forma de ser do trabalho. Sobre este aspecto, Gaudêncio Frigotto afirma que,

se fica claro, então, que a escola enquanto instituição produtora ou simplesmente sistematizadora e divulgadora de saber – e de um saber que no interior da sociedade capitalista é força produtiva comandada pelos interesses do capital, ainda que não exclusivamente – tem uma contribuição nula ou marginal na qualificação para o trabalho produtivo material e imediato, tendo em vista a desqualificação crescente deste tipo de trabalho, o mesmo não ocorre em termos de fornecimento de um certo nível de conhecimento objetivo e elementar para a grande massa de trabalhadores, e /ou de um saber mais elaborado para minorias que atuam em ocupações a nível de gerência e planejamento, supervisão, controle e mesmo para determinadas funções técnicas das empresas capitalistas de capital privado ou “público-privado (1993, p. 153).

Para além da formação de um quadro de assalariados composto de “supervisor e regulador do processo de produção” (MARX, 1972 apud ANTUNES, 2003, p.55), que administra, planeja e gerencia em nome do capital, a escola é também responsável pela formação dos quadros das instituições do próprio Estado. A *qualificação*, portanto, trouxe uma tendência à *intelectualização* de uma parcela da classe trabalhadora que está bem distante de poder ser generalizada.

Por outro lado, as mutações no universo do trabalho, que variam a depender do ramo, viabilizaram um processo de *desqualificação*. Esta tendência levou à *desespecialização*, sobretudo do operário industrial oriundo do *fordismo*, que perdeu seu espaço para os trabalhadores multifuncionais/polivalentes gerados pelo *toyotismo*, e promoveu o esfacelamento

de postos de trabalho, ao mesmo tempo em que afetou o poder de negociação que a qualificação conferia ao trabalhador.

O resultado desse movimento é a expansão do trabalho dotado de uma maior dimensão intelectual, a saber: setores de serviços, comunicações, de atividades industriais mais especializadas, gerando um assalariamento desses setores médios, em concomitância com a expansão de uma *nova periferia* da força de trabalho. Segundo Ricardo Antunes, essa *periferia* compreende dois subgrupos: uma formada por “empregados em tempo integral com habilidades facilmente disponíveis no mercado de trabalho, como pessoal do setor financeiro, secretárias, pessoas de áreas de trabalho rotineiro e de trabalho manual menos especializado”(2003, p.61), que se constitui em um grupo de alta rotatividade. E aquela que “oferece uma flexibilidade numérica ainda maior e inclui empregados em tempo parcial, empregados casuais, pessoal com contrato por tempo determinado, temporários, subcontratação e treinados com subsídio público, tendo ainda menos segurança de emprego do que o primeiro grupo periférico” (2003, p.61-62).

Este contingente cada vez maior de trabalhadores, em tese, deveria ter se beneficiado das inúmeras ações promovidas pelo Estado tendo em vista a democratização do acesso ao sistema educacional. A universalização do acesso à escola e o aumento de escolaridade, portanto, é um fato histórico. Hoje, ao contrário de outros momentos, longe se de constituir em um problema para o modo de produção capitalista, tal acesso é funcional ao sistema, a partir do momento em que garante um domínio mínimo de cálculo, escrita e leitura, além de um conjunto de habilidades, comportamentos, traços sócio-culturais, políticos e ideológicos, fundamentais para empresas e organizações diversas, bem como para a instauração de uma racionalidade consumista. E se há um maior número de pessoas escolarizadas, novos critérios de seleção passam a ser adotados no mercado de trabalho, de modo que o capital humano passou a depender, cada vez mais, de características pessoais, subjetivando a qualificação através do incentivo às virtudes, atitudes, disposições motivacionais e competências diversas que nem sempre dependem de uma aprendizagem sistemática, institucionalizada. Na perspectiva de Pierre Bourdieu (1996), isso diz respeito a diferentes espécies de capital, a saber: cultural, informacional e simbólico, ou seja, um conjunto fixo de habilidades, experiências e posições sociais que originam a ação

individual. Segundo Vanilda Paiva, as habilidades atuais, as experiências e as conexões sociais passam a se constituir no

capital humano economicamente relevante do indivíduo e determinam suas opções de atividades econômicas (...) Conseguir um emprego, passar em uma prova, dá acesso a um leque de oportunidades e o comportamento prévio é consequência de detenção de capital econômico (um emprego anterior) ou social (ex. rede pessoal de amigos e conhecidos), cultural (informações culturais absorvidas ao longo vida) ou ainda educacional, adquirido pela escolaridade (2001, p. 113).

Parte-se, então, para uma lógica estritamente privada, cuja dominância individualista aponta para um modo de pensar onde os fenômenos sociais podem e devem ser ponderados a partir de decisões individuais que atuem em defesa de interesses próprios. Eis a quinta-essência do Capital Humano:

ênfase nas capacidades e competências que cada pessoa deve adquirir no mercado educacional para atingir uma melhor posição no mercado de trabalho. Morta definitivamente a promessa do pleno emprego, restará ao indivíduo (e não ao Estado, às instâncias de planejamento ou às empresas) definir suas próprias opções, suas próprias escolas que permitam (ou não) conquistar uma posição mais competitiva no mercado de trabalho. A desintegração da promessa integradora deixará lugar à difusão de uma nova promessa, agora sim, de caráter estritamente privado: a promessa da empregabilidade (GENTILLI, 1998, p. 81).

Nessa ambiência, a formação para o trabalho toma a educação a partir de um viés utilitarista, imediatista e fragmentário, onde o conhecimento presta-se “às áreas de interesse” daquele que o adquire, sob a forma de mercadoria. O saber perde seu “valor de uso”, passando a ser comercializado e consumido a partir das lógicas próprias do sistema produtivo capitalista:

em vez de serem difundidos em virtude do seu valor “formativo” ou de sua importância política (..), pode-se imaginar que os conhecimentos sejam postos em circulação segundo as mesmas redes da moeda, e que a clivagem pertinente a seu respeito deixa de ser saber/ignorância para se tornar como no caso da moeda, “conhecimentos de pagamento/conhecimentos de investimento”, ou seja: conhecimentos trocados no quadro da manutenção da vida cotidiana (reconstituição da força de trabalho, ‘sobrevivência’) *versus* créditos de conhecimentos com vistas a otimizar as performances de um programa (LYOTARD, 2006, p. 07).

E a condição de mercadoria confere àqueles que a *possuem* (a educação) uma posição privilegiada no mercado. Assim,

a educação transforma-se – apenas para as minorias – em um tipo específico de propriedade, o que supõe: direito a possuí-la materialmente; direito a usá-la e desfrutá-la; direito a excluir outros de seu usufruto; direito de vendê-la ou aliená-la no mercado; e direito de possuí-la como fator gerador de renda (GENTILLI, 1995, p. 243).

A educação, portanto, como propriedade de um seletivo grupo de indivíduos, os cidadãos-consumidores, materializa o exercício pleno de um direito muito caro aos neoliberais: o direito de propriedade. Um tipo de propriedade que se adquire livremente no mercado educacional. Desse modo, a escolha por um curso, mas, também, pela instituição de ensino mantenedora do mesmo acaba engendrando um importante princípio *de diferenciação* na medida em que

o consumo comanda um sistema de relações entre as categorias sociais, segundo o qual os objetos possuídos são os marcadores das posições sociais, ‘os indicadores de uma classificação.’ Compreende-se, a partir disso, que seu valor seja sobredeterminado: o que os sujeitos põem em jogo aí não é sua aparência, mas sua identidade. (...) Analogia do sagrado numa sociedade de agora em diante sem transcendência, o consumo de objetos significa, no sentido forte do termo, o valor intrínseco de um indivíduo em função do lugar que ocupa na divisão do trabalho (CASTEL, 1996: 475).

Provoca-se um acirramento das disputas por mecanismos de competição social, colocando sob a inteira responsabilidade do indivíduo, o caminho para o ingresso no mercado de trabalho.

Nessas circunstâncias, a universidade, o ensino e a pesquisa adquirem novas dimensões: formam-se pesquisadores ou profissionais, investe-se na pesquisa e na sua infra-estrutura não mais com o objetivo de preparar indivíduos eventualmente aptos a levar a nação à sua “verdade”, mas sim formar competências capazes de saturar as funções necessárias ao bom desempenho da dinâmica institucional (BARBOSA, 2006, p.XIII).

E o caráter estratégico assumido pelo conhecimento nas relações de propriedade da sociedade capitalista transforma o saber na nova sede do poder, de modo que a forma mais importante da força de trabalho assumida na contemporaneidade, ou seja, o maior capital humano, é o intelecto. Assim, a conversão do saber intelectual em potência material, produzida a partir do advento da Revolução Industrial, e a conseqüente simplificação, mecanização e transferência do trabalho manual (*trabalho vivo, produtivo*) para as máquinas (*trabalho morto, improdutivo*) tem sua

vigência acentuada, em função de uma maior interpenetração entre as atividades laborativas e as ciências. Retroalimentação constante entre ambas que, de modo algum, pode ser entendida como a substituição de uma por outra. Maior interpenetração. Maior inter-relação. Na realidade, se verifica a necessidade de uma ampliação da percepção sobre o trabalho, sobretudo porque em tal contexto, impõe-se sobre o capital uma força de trabalho ainda mais complexa, intensa e sofisticada, especialmente sensíveis ao incremento tecnológico (ANTUNES, 2003).

Um exemplo eloqüente dessa lógica foi a transformação da condição da Universidade de *instituição social* à *organização*. Resultado de um processo histórico que se inicia com a regime militar que veio a partir de 1964, e que ganha concreticidade com a reforma do Estado, realizada no último governo da república (onde a Educação deixou de ser um direito e passou a ser um serviço que pode ser privado ou privatizado, com o intuito de adequar-se ao mercado), a *Universidade-Organização* acaba

regida por contratos de gestão, avaliada por índices de produtividade, calculada para ser flexível, (...) está estruturada por estratégias e programas de eficácia organizacional e, portanto, pela particularidade e instabilidade dos meios e dos objetivos. Definida e estruturada por normas e padrões inteiramente alheios ao conhecimento e à formação intelectual, está pulverizada em microorganizações que ocupam seus docentes e curvam seus estudantes a exigências exteriores ao trabalho intelectual (CHAUÍ, 2003, p. 71).

Portanto, na lógica da teoria do capital humano, o trabalhador é um gestor de um tipo de capital, aquele formado por conhecimentos e habilidades que possuem um valor econômico. Mas o que há para administrar se um número cada vez maior de trabalhadores encontra-se pura e simplesmente excluído do mercado de trabalho? Número que se amplia quando a eles se somam aqueles trabalhadores que trocam sua força de trabalho contra salários cada vez mais baixos. Precariedade. Desemprego. Uma força de trabalho sem os atrativos necessários à sua venda enquanto mercadoria. Ou porque não se constitui em algo significativo para ser trocado ou porque não é corretamente comercializada. Pobre trabalhador. Se sua condição é o desemprego, a subproletarização, a culpa é sua, porque não investiu em qualificação. Nesse sentido, esse capital humano estaria impossibilitado de realizar a sua função primeira: valorizar, frutificar, produzir enriquecimento ao seu portador.

Segundo Theodore Schultz, a educação, o capital humano, “dado que se torna parte integral da pessoa, não pode ser comprada ou vendida ou tratada de acordo com as nossas instituições, como propriedade. Não obstante, é uma forma de capital se presta serviços de um determinado valor (1973b, p.79). A característica distintiva do capital humano estará assentada no fato de que ela é parte *do* homem. Se configura *no* homem. E

onde os homens sejam livres, o capital humano não é um ativo negociável, no sentido de que possa ser vendido. Pode, sem dúvida, ser adquirido, não como um elemento de ativo, que se adquire no mercado, mas por intermédio de um investimento no próprio indivíduo. Segue-se que nenhuma pessoa pode separar-se a si mesma do capital humano que possui (SCHULTZ, 1973b, p.53).

Ao declarar que o investimento humano, o capital humano, não pode ser vendido, mas *alugado*, sob a forma de *serviço*, mediante a troca de pagamento por tempo determinado, verifica-se uma alteração, sob o ponto de vista jurídico, da relação entre capital e trabalho (SAUL, 2004). Qual a natureza de um contrato de trabalho? Qual a sua diferença em relação qualquer outro contrato de troca mercantil? Se se trata de uma mercadoria qualquer se tem um contrato civil. Se a mercadoria em questão é a força de trabalho, tem-se um contrato de trabalho. A diferença consiste no fato de que “em um caso (do contrato civil), o objeto é o resultado de um trabalho e, no caso de um (contrato de) trabalho é o trabalho mesmo” (CORRÊAS, 1980 apud SAUL, 2004, p.267). A questão é que no caso de um contrato de trabalho subjaz a relação de subordinação do trabalhador em relação ao patrão, evidência do enfrentamento das classes no modo de produção capitalista, o que não está presente nas relações de troca perpetradas pelas relações de compra e venda características da sociedade civil, onde vigora a pressuposição de simetria entre os agentes participantes da relação de troca.

A venda de serviços produz a maximização da condição do trabalhador como capital de si mesmo. E se o serviço representa o valor de uso particular do trabalho, na medida em que não é útil como coisa, mas como atividade, a Teoria do Capital Humano promove a um só tempo a individualização do trabalhador e a homogeneização do trabalho. Isso ocorre porque, na teoria do capital humano,

os dispêndices (investimento) em instrução influenciam e diferenciam as habilidades cognitivas pessoais. Como conseqüência, a mão-de-obra

apresentará qualificações distintas. Os salários apresentarão diferentes níveis, função da menor ou maior participação da mão-de-obra no processo produtivo. Implica dizer, conceitualmente, que a produtividade marginal da mão-de-obra na função de produção será reflexa dos distintos níveis de qualificação, determinando, por conseguinte, salários diferentes. Os mais qualificados, que investiram mais em instrução, ganharão mais. *In nuance*, quanto mais se investe na qualificação da mão-de-obra, maiores serão os ganhos salariais. É um raciocínio transportado da dinâmica de acumulação de capital para o ‘fator trabalho’ (CASTRO, 1990, p.19-20).

Neste contexto,

aparece como evidente que são os ofertadores (os trabalhadores) que devem se adaptar às condições da demanda de trabalho que emana das empresas, ou, dito de outra maneira, é preciso aproximar o vetor das competências adquiridas pelos indivíduos às competências desejadas pelas empresas. (...) O objetivo requerido ao sistema de formação, tanto inicial quanto continuado, público ou privado, será, de acordo com essa visão, de produzir em quantidade e em qualidade as novas competências exigidas pelo sistema produtivo (VATIN, 1999 apud SAUL, 2004, p.262-263).

Para o trabalhador, essa dinâmica social implica uma dupla *expropriação*: material e intelectual. Uma expropriação que se concretiza através de um duplo movimento do capital. De um lado, se verifica a necessidade de lutar contra, negando ou obstaculizando, o saber próprio do trabalhador (Frigotto, 2002). Aqui, vale destacar a importância dos *Princípios da Administração Científica* de Frederick Taylor, publicada em 1911, pois se constituiu em um passo significativo na direção do uso de uma gerência científica assentada tanto na disciplina do trabalho, quanto no controle do conhecimento adquirido pelo trabalhador. Frederick Taylor se defendia do uso de seus métodos:

Desejo tornar claro (...) que um trabalho desse tipo empreendido pela gerência leva ao desenvolvimento de uma ciência, ao passo que é quase impossível para o operário desenvolver uma ciência. Há muitos operários que são intelectualmente capazes de desenvolver uma ciência, que têm cérebro, e são perfeitamente capazes de desenvolver uma ciência como os que trabalham na administração. Mas a ciência de fazer trabalho de qualquer espécie não pode ser desenvolvida pelo operário. Por quê? Porque ele não tem tempo nem dinheiro para isso. (...) Se coubesse a qualquer operário descobrir um meio novo, ou se lhe coubesse revelar um novo método, os senhores podem perceber imediatamente que se tornaria de seu interesse guardar o descobrimento para si mesmo e não ensinar a outro o método mais rápido. É de seu interesse fazer o que os operários sempre fizeram, guardar os segredos do ofício para si mesmos e para seus amigos. Esta é a velha idéia de segredos de ofício. O operário guardava seu conhecimento para si mesmo em vez de desenvolver uma ciência

e ensiná-la a outros, *tornando-a propriedade pública* (BRAVERMAN, 1981, apud SAUL, 2004, p.243-244, grifo RPS).

Mas qual a *propriedade pública* dos ensinamentos propostos Frederick Taylor, se o que de fato ocorre é o uso privado, pelo capital, do conhecimento produzido pelo trabalhador? O método de controle do trabalho proposto por ele é mais um exemplo denunciador do quanto o nível de escolarização e treinamento do trabalhador varia historicamente. Segundo Frigotto, “esse nível, necessário à funcionalidade do capital, é historicamente problemático ao capital na medida em que, por mais que o capital queira expropriar o trabalhador do saber, não consegue de todo, uma vez que a origem deste saber é algo intrínseco ao trabalhador e à sua classe” (1993, p. 26).

Por outro lado, a organização assimila, privadamente, o conhecimento adquirido coletivamente no processo de trabalho, mas também aquele buscado isoladamente, pelo trabalhador, através do *investimento humano*, devolvendo-o como conhecimento incorporado à máquina, contra o próprio trabalhador. É o que ocorre, por exemplo, com a pesquisa. A partir de Theodore Schultz, esta teria por função descobrir e desenvolver formas especiais de informação nova. E uma informação nova constitui-se de duas partes: “(1) a que se transforma em novas capacidades técnicas que, quando adquiridas, são formas de capital humano; (2) a que se transforma em novos materiais que, quando realizados, são novas formas de capital não-humano” (1973b, p.18).

O certo é que aceitar a lógica segundo a qual é a formação que deve adaptar-se ao emprego e não o oposto, é um paradoxo, sobretudo porque, para o senso comum, o caráter dialético presente nos espaços sociais de formação e do emprego se perde em meio a uma suposta harmonia possibilitada pelos mecanismos auto-corretivos do mercado. Perde-se, também, a compreensão de que o trabalho, na sociedade capitalista, se constitui em uma relação social assentada sobre os pilares do poder, da força e da violência. Afasta-se a perspectiva do trabalho como relação essencial para a definição do modo “humano de existência, e que, enquanto tal, não se reduz à atividade de produção material para responder à reprodução físico-biológica (mundo da necessidade), mas envolve as dimensões sociais, estéticas, culturais, artísticas, de lazer, etc. (mundo da liberdade)” (FIGOTTO, 2002, p.14). E assim se constroem propostas de educação para o trabalho, ao longo da história, buscando transformá-las em senso comum. A noção de capital humano chega para interpretar o paradoxo supra citado e para dar-lhe um nome.

E, no entanto, apesar do significativo investimento em capital humano, os *raros recursos que provêm do trabalho socialmente útil* (CASTEL, 2005), representados pelo trabalho produtivo e pelas proteções mínimas para escapar da precariedade, transformaram o desemprego, hoje, no risco social mais grave e cujos efeitos desestabilizadores e dissocializantes são desastrosos para os que o sofrem. Mas o desemprego não é um risco como outro qualquer, a exemplo dos acidentes de trabalho ou das doenças ocupacionais. Sua generalização inviabiliza o financiamento dos outros riscos e, portanto, a cobertura de si mesmo. Mas o desemprego pode ser “coberto” pelo trabalho? O problema é que

num universo em que, de um lado, o número das pessoas idosas e das crianças escolarizadas cresce e, de outro lado, os vínculos entre a produção, o emprego e a renda se enfraquecem, a fração reduzida da população ativa que trabalha desvia um aparte cada vez mais importante de seus recursos para financiar a proporção esmagadora dos que não trabalham ainda, que não trabalham mais ou que nunca trabalharão (OLIVENNES, 1992 apud CASTEL, 2005, p. 509).

Ora, apesar da existência de teses que buscam invalidar a centralidade do trabalho (a perda do sentido da teoria do valor, substituída pela ciência, e a vigência de uma lógica societal intersubjetiva, interativa e informacional), este continua sendo o principal fundamento da cidadania. Uma *cidadania econômica*, através da remuneração do trabalho a partir do salário. E uma *cidadania social*, uma vez que representa a participação de cada um no processo produtivo na sociedade e, portanto, na produção da sociedade (CASTEL, 2005). E a participação na produção social da sociedade é precisamente o que funda a dignidade social de um indivíduo.

O desemprego e a precarização do emprego manifestam um *déficit de lugares* ocupáveis na estrutura social que diz respeito a posições às quais estão associados uma utilidade social e um reconhecimento público. E, no entanto, não é possível pensar neste *déficit* como um dado contingencial. São elementos plenamente inseridos na dinâmica atual da modernização. Refletem os novos modos de estruturação do emprego, das indústrias e a lógica da eficiência, da eficácia e da competitividade subjacente a esta realidade. E a corrida à eficácia, à eficiência e à competitividade promove tanto a desqualificação dos considerados menos aptos, quanto a elevação das exigências para a admissão da força de trabalho no mercado produtivo, viabilizando uma realidade cada vez mais concreta: a possibilidade da *não-empregabilidade* dos qualificados, o que acaba por *desestabilizar os estáveis*, vulnerabilizando, através do desemprego e da

desfiliação, parcelas que até então encontravam-se integradas, aumentando o número dos que cotidianamente aspiram por uma vaga, pelo sonho do emprego interino, permanente. Ora, “o trabalho, como se verificou ao longo deste percurso, é mais que o trabalho, portanto, o não-trabalho é mais que o desemprego” (CASTEL, 2005, p. 496), nessas circunstâncias,

não se sabe se é cômico ou sinistro, por ocasião de uma perpétua, irremovível e crescente penúria de empregos, impor a cada um dos milhões de desempregados – e isso a cada dia de cada semana, de cada mês, de cada ano – a procura “efetiva e permanente” deste trabalho que não existe. Obrigá-lo a passar horas, durante dias, semanas, meses e, às vezes, anos se oferecendo todo dia, toda semana, todo mês, todo ano, em vão, barrado previamente pelas estatísticas. Pois, afinal, ser recusado cada dia útil, de cada semana, de cada mês, de cada ano, será que isso constituiria um emprego, um ofício, uma profissão? Seria isso uma colocação, um *job*, ou mesmo uma aprendizagem? Seria destino plausível? Uma ocupação razoável? Uma forma realmente recomendável de emprego do tempo? (FORRESTER, 1997 apud FRIGOTTO, 1998, p. 47).

Realidade vivenciada por uma parcela cada vez mais numerosa da população ativa, mas, também, por um contingente de *supranumerários*, de *inúteis para o mundo*, de não integráveis, essa *nova categoria* de pobres, sociais e degenerescentes, que ameaçam a ordem política e social (CASTEL, 2005), colocados em situação de inatividade forçada e que acabam, seguindo a lógica do capital humano, produzindo avarias às capacidades técnicas, sociais, culturais e motivacionais, adquiridas pelos trabalhadores por conta da ociosidade gerada pelo desemprego. O capital humano como as demais formas de capital reproduzível, deprecia-se. Torna-se obsoleto. Exige manutenção. “Perdas em rendimentos podem ser atenuadas por pagamentos apropriados, mas estes não têm o dom de fazer com que a ociosidade cubra o seu atributo ao capital humano” (SCHULTZ, 1973b, p. 49). Assim, as políticas de qualificação costumam ser evocadas como caminho glorioso para evitar o desemprego ou mesmo para sair dele. Contudo, se do ponto de vista da democracia é legítimo e necessário o investimento na qualificação, sobretudo dos não-qualificados, é, no mínimo, ingênua a crença no emprego a partir da elevação da escolaridade. O mercado do emprego aponta para o desemprego recorrente, para o emprego descontínuo, para a precariedade como destino. Este cenário não pode servir de base para o planejamento. Para o futuro. E esta maneira de habitar o mundo social impõe estratégias de sobrevivência fundadas no presente, no cultivo ao dia-a-dia.

Trabalhando o sal pra ver a mulher se vestir e ao chegar em casa encontrar a família sorrir. Consciente de que seu trabalho é duro, por isso mesmo não é este o legado que espera para o seu filho, uma vez que deseja que ele estude para não ter o mesmo “fim”, *o homem que trabalha o sal* parece entender que o trabalho é “um princípio, um paradigma, algo enfim que se encontra nas diversas integrações concernidas e que então torna possível a integração das integrações sem fazer desaparecerem as diferenças ou os conflitos” (CASTEL, 2005, p. 532), o que significa que, na sua ausência, redes de sociabilidades, inscrições relacionais, uma identidade a partir do trabalho estão perdidas, pois o desemprego leva a uma ausência de vínculos, de inscrições do sujeito em estruturas portadoras de sentido, ou seja, à *desfiliação*. Conseqüentemente, o desemprego passa a representar muito mais do que a privação do salário. Ele exprime um distanciamento de todo um conjunto de relações que se configuram em torno do trabalho. Um exemplo eloqüente desta situação é a vida de Lídia D., entrevista de Pierre Bordieu:

Ela tem 35 anos. (...) Ela enumera longamente a lista de compromissos, para o carro, para a casa, para o tabelião, para o telefone, aos quais se somam as despesas correntes, se bem que ela tem reduzido ao mínimo, mesmo para seu filho, a taxa de habitação, a taxa da televisão (...); ela se indigna com as verdadeiras perseguições pelas quais empregados dos bancos a fazem passar, telefonando para sua casa ou mesmo para a de conhecidos, ameaçando obrigá-la a vender a casa, incapazes de compreender que ela gostaria de pagar, *se pudesse* (...).

O mais duro de suportar nestas circunstâncias é, sem dúvida, a hostilidade, um pouco desdenhosa, da família, e a solidão que daí resulta. À exceção de uma amiga, ela também desempregada, e de sua mãe, antiga operária abandonada por seu marido e obrigada a criar sozinha quatro filhos, todos, à sua volta, longe de ajudá-la, ainda criticavam sua situação: seu sogro, servente alcoólatra, também *obrigado* ao desemprego, sua sogra, que lhe recusava o uso do telefone ou demorava a lhe dar os recados sobre um possível emprego, e, principalmente sua irmã mais velha, com ciúmes da ajuda que lhe dá sua mãe, todos esforçando-se em lhe lembrar sua situação e fazê-la entender que, se seu marido e ela mesma estão desempregados, é porque eles são preguiçosos, não fazem nada para encontrar trabalho, ignorando os esforços e os sacrifícios extraordinários que eles fazem para procurá-lo e os obstáculos não menos extraordinários que eles encontram.

O terrível isolamento, em parte suportado, em parte desejado, por uma espécie de orgulho do desespero, se faz também como uma ausência de qualquer recurso contra a ameaça tão temida da última desgraça (...). Sua irmã caçula é mais gentil com ela que a irmã mais velha, mas ela é deficiente e o rapaz, um servente com quem ela acabou de casar, também está desempregado. Ela só pode se valer dela mesma, de seu marido, que ela defende com muita ternura

das acusações da família, e de seu filho, que ela ajuda o melhor possível a superar suas dificuldades escolares, ligadas a graves problemas psicológicos.

Fechada no círculo vicioso da miséria, ela não pode comprar a bicicleta a moto ou o carro que lhe permitiriam responder às ofertas de emprego de fim de estágio (ela não tem, por outro lado, nem a licença para dirigir nem a possibilidade de preparar-se para isso). Exposta com seu marido à repetição desesperadora das promessas e das recusas, à violência dos empregadores sem escrúpulos que aproveitam a situação de subemprego para oferecer salários de fome sob pretexto de falsas promessas de admissão definitiva, ela procura em vão um apoio nos burocratas que a sobrecarregam com pedidos insaciáveis de documentos e a obrigam a repetir indefinidamente suas diligências (...) (BOURDIEU, 1999 p. 425-428).

E Lídia D. se questiona: “não é possível que se viva numa época como esta, que ainda haja problemas como estes. Dizem que o progresso avança, mas não é verdade. Eu acho que ele recua mais do que avança. Não é possível, é preciso que haja soluções, é preciso que eles ajam.” (BOURDIEU, 1999, p. 433). “Eles”? Quem são “Eles”? A empresa? Não. É, no mínimo, ingenuidade creditar-lhe a responsabilidade pela ruptura dos riscos sociais, na medida em que estes decorrem exatamente do seu funcionamento. A empresa opera a partir do código do mercado e a economia é seu campo institucional por excelência. “Eles” são o Estado Social. É “Ele” o interpelado a gerir a questão social. A dar garantias de proteção, em toda e qualquer circunstância, aos indivíduos que trabalham em condições que não possibilitam a sua subsistência, aos que ainda não trabalham, aos que não trabalham mais e aos que nunca trabalharão.

O denominado breve Século 20 (HOBSBAWM, 1988), aquele compreendido entre os idos de 1914 e início da década de 1990, demarca períodos de catástrofes seguidos de um forte crescimento econômico e social, que é, então, substituído por uma nova era de decomposição, incerteza e crise. O fato é que a Era de Ouro (1974-1973) criou um cenário sem precedentes na história da humanidade: uma economia em escala mundial, global, afetando de modo contundente as percepções sobre grandes categorias como fronteiras geográfica, ideológicas e políticas entre os até então denominados “Estados-Nação”. Espaços antes vistos como soberanos. É onde a mão invisível e pretensamente absoluta do mercado acena com grande força, instaurando-se como grande referencial social, econômico, político, cultural e ético, deflagrando, em contrapartida uma crise social, econômica, política, cultural e ética. O horizonte aponta para a escuridão. “O colapso de uma parte do mundo revelou o mal-estar do resto” (HOBSBAWM,

1988, p.19-20). O lugar seguro parece estar em espaços aparentemente opostos: nas, já perdidas no tempo e no espaço, comunidades, ou na emergente sociedade civil organizada.

O mundo do final do Breve Século 20, início do século 21, possui três características básicas: não é mais eurocêntrico, é global e desintegrado, pois seus padrões de relacionamento promovem um esmaecimento das nuances entre presente, passado e futuro. Um é tomado pelo outro. “No final deste século, pela primeira vez, tornou-se possível ver como pode ser um mundo em que o passado, inclusive o passado no presente, perdeu seu papel, em que os velhos mapas e cartas que guiavam os seres humanos pela vida individual e coletiva não mais representam a paisagem na qual nos movemos, o mar em que navegamos” (HOBSBAWM, 1988, p. 25).

E a nova ordem erigida pelo mercado aumentou os níveis de tensão internacional ao promover o alargamento do fosso entre os ricos e os pobres, os que possuem mais e os que possuem menos e, cada vez mais, os que possuem mais e os que nada possuem. O resultado? Morte, destruição, explosão demográfica, desastres ecológicos, crise identitárias, as conseqüências sócio-políticas-culturais e éticas engendradas pelas novas tecnologias (entre outras coisas, o desemprego em massa), o enfraquecimento dos Estados–Nação, o aumento do controle interno do Estado sobre a vida dos cidadãos, a crise do sistema democrático liberal, do sufrágio universal como possibilidade de acesso ao poder. E é este Estado, oprimido pelo poder da ofensiva neoliberal, que, particularmente no domínio do emprego é interpelado a dar respostas. Respostas tão numerosas e variadas quantas assim o exigirem a situação. Respostas que podem ser reunidas em duas grandes linhas de intervenção e que pressupõem objetivos e clientelas diferenciadas: *políticas de integração versus políticas de inserção*.

Castel (2005) define as *políticas de integração* como aquelas portadoras de uma grande ambição: equilibrar, homogeneizar a sociedade através da promoção da acessibilidade aos serviços públicos e à instrução, da redução das desigualdades sociais, da divisão das oportunidades, da consolidação da condição salarial e das proteções sociais. Elas normalmente fazem parte de um quadro geral de diretrizes nacionais. Em contrapartida, as *políticas de inserção* “obedecem a uma lógica de *discriminação positiva*: definem com precisão a clientela e as zonas singulares do espaço social e desenvolvem estratégias específicas para elas (...). Podem ser compreendidas

como um conjunto de empreendimentos de reequilíbrio para recuperar a distância em relação a uma completa integração” (2005, p. 2005). Ambas partem do reconhecimento da existência de grupos, de regiões que têm e são menos. Se é possível identificar no público atingido pelas *políticas de inserção* um determinado *deficit de integração*, as diferenças entre elas estão muito distantes de representarem uma medida entre o alcance geral das *políticas de integração* e as medidas específicas destinadas a uma clientela de populações particulares.

A distinção entre as *políticas de integração* e *políticas de inserção* parece, antes, reeditar uma outra relação de complementaridade no domínio da proteção social: A seguridade Social e a Ajuda Social. Enquanto esta “herda a função muito velha da assistência de dar recursos subsidiários a todos aqueles cuja existência não pode ser assegurada a partir do trabalho ou da propriedade, [aquela] realiza uma socialização generalizada dos riscos, ‘cobrindo’ os assalariados, suas famílias e, finalmente, todos os que se inscrevem na ordem do trabalho” (CASTEL, 2005, p. 539).

A partir dos anos 1970, o que se percebe é uma ampliação, seguida de uma definição mais precisa, do quadro que compõe o público-alvo a ser beneficiado com a ajuda social, movimento que vem acompanhado de uma especialização institucional, técnica, profissional e regulamentar. Neste cenário, o Estado atua legislando, fundando e coordenando a implantação de estabelecimentos especializados, garantindo a homogeneidade de diplomas e dos profissionais, bem como gerenciando a colaboração dos setores públicos e privados. “Não se trata mais de tentar reduzir as desigualdades, mas de deixar o máximo de margem ao mercado, controlando apenas as conseqüências mais extremas do liberalismo” (CASTEL, 2005, p. 540). E Castel complementa:

A multiplicação dos públicos-alvo e das políticas específicas faz duvidar da capacidade do Estado para conduzir políticas de integração com vocação universal e homogeneizadora. Entretanto, todas essas populações que dependem de regimes especiais caracterizam-se por uma *incapacidade* para acompanhar a dinâmica da sociedade salarial, seja porque são afastadas por alguma desvantagem, seja porque dispõem de muito poucos recursos para se adaptarem ao ritmo do progresso. O inchaço da categoria de ‘inadaptados sociais’ (...) é o efeito dessa operação, que – diferentemente da maioria das desvantagens, perturbações psíquicas etc – circunscreve uma população residual por

subtração em relação às novas coerções, aliás, não definidas, da sociedade moderna, (...) os rejeitados do crescimento (CASTEL, 2005, p. 541).

É, contudo, na década de 1980, que as *políticas de inserção* ganham os contornos que hoje assumem, ou seja, passam se mover em uma zona movediça, incerta, onde o emprego não é garantido. Essa dinâmica social interroga todas as instâncias de socialização - trabalho, saúde, justiça, serviços públicos, educação etc – sem que nenhuma delas possa oferecer respostas, pois “suscitam uma *questão transversal*, sobre a qual se pode dizer que é *a questão de sua integração*” (CASTEL, 2005 p. 545). É a sociedade salarial anunciando sua crise. E o que era para ser pontual, instalou-se *no provisório como modo de existência*.

As *políticas de inserção* e, por conseguinte, as medidas políticas e econômicas utilizadas para conferir-lhe materialidade, partem do reconhecimento de que a pobreza está, cada vez mais, ligada a situações de precariedade no trabalho, o que significa que a miséria ronda, de perto, famílias que, mesmo não se encaixando no registro da deficiência, da desvantagem, da anormalidade, distantes, portanto, da rubrica dos “casos sociais”, encontram-se fragilizadas, apesar de não estarem privadas do emprego. Configura-se um novo perfil de *populações com problemas*: “problema de lugar, ter um lugar na sociedade, isto é, ao mesmo tempo e correlativamente, uma base sólida e uma utilidade sociais” (CASTEL, 2005, p. 545).

Ora, se tanto aqueles que se encontram na velha esfera da “desvantagem”, ou seja, os que em razão da idade, do estado físico ou mental, da situação da economia e do emprego, encontram-se incapacitados para o trabalho, quanto aqueles que deveriam pertencer à esfera do mercado de trabalho passam a ser públicos assistidos pelas referidas políticas, ocorre um fato inusitado na história das políticas de proteção social: o corte entre as populações aptas para o trabalho e as que não podem trabalhar é recusado. Faz-se necessário encontrar um lugar *normal* para esse novo perfil de pessoas. Pessoas que não escolheram estar na situação do não-trabalho. Desse modo, a compreensão sobre a inserção deve, pois, estar para além do direito à assistência. Deve pressupor uma inserção profissional e outra social.

Segundo Castel, “a inserção profissional corresponde ao que se chamou até aqui a integração: encontrar um lugar pleno na sociedade, reinscrever-se na condição salarial com suas sujeições e

suas garantias” (2005, p. 554). Na verdade, a autonomia e uma inserção social duradoura só se verificam mediante uma inserção profissional, ou, então, aquilo que deveria ser uma ajuda transitória, a ser utilizada em momentos difíceis, acaba se constituindo em um ”beco-sem-saída onde correm o risco de ser espremidos todos aqueles cuja existência não é justificada socialmente (...). Em outros termos, em que pode consistir uma inserção social que não leva a uma inserção profissional, isto é, à integração? Uma condenação à eterna inserção, em suma. O que é um inserido permanente?” (CASTEL, 2005, p. 555-556). O sucesso das políticas de inserção social significa sua autodissolução por transformação de sua clientela de sujeitos a inserir em sujeitos integrados.

E, apesar disso, as proteções organizadas pelo Estado Social ainda possuem um lugar vital, de modo que erradicá-las, aceitando a hegemonia do mercado sem mediações, pressupõe muito mais do que simplesmente suprimir conquistas sociais sobre as quais ainda possam existir algum tipo de discussão quanto à sua importância. O que está em jogo é uma forma moderna de coesão social. Coesão impossível de ser alcançada a partir da lógica econômica do mercado auto-regulado, entregue a si mesmo, porque este não admite nenhum elemento imperativo à fundação de uma ordem social. Uma sociedade inteiramente submetida às suas leis seria ingovernável. No entender de Castel,

as interações tecidas pelo Estado Social tornaram-se o componente maior do seu tipo de sociabilidade, e o social forma, de agora em diante, a ossatura do societal. Bastaria, então, deixar as ‘leis naturais’ do mercado reinarem totalmente para advir uma forma do pior cuja representação é difícil esboçar, salvo para saber que não comportaria as condições mínimas para formar uma sociedade de semelhantes (2005, p. 564).

O fato é que para o Estado social de tipo social-democrata não

era mais necessário subverter a sociedade pela revolução para promover a dignidade do trabalho, que continuava a ocupar um lugar central como base do reconhecimento social e como alicerce a que se prendiam as proteções contra a insegurança e o infortúnio. Ainda que a penosidade e a dependência do trabalho assalariado não estivessem completamente abolidas, o trabalhador recebia uma compensação para elas, tornando-se um cidadão em um sistema de direitos sociais, um beneficiário das subvenções distribuídas pela burocracia do Estado e, também, um consumidor reconhecido das mercadorias produzidas pelo mercado. Esse modo de domesticação do capitalismo tinha, assim, reestruturado as formas modernas da solidariedade e da troca em torno do trabalho, sob a garantia do Estado (CASTEL, 2005. p. 513).

O processo de globalização conferiu aos grupos econômicos, especialmente ao capital financeiro, poderes maiores do que aqueles garantidos pelos estados nacionais. Como resultado, observa-se: 1) uma falência dos estados nacionais mediante a perda da capacidade de suas moedas, concretizada por uma crise fiscal e por uma crescente dilapidação do fundo público para manter o superávit primário, elevado para responder positivamente aos ganhos do capital especulativo; e 2) a implementação de reformas assentadas sob os pilares da desregulamentação/flexibilização, autonomia/descentralização e privatização. Em suma, efetiva-se um conjunto de políticas de desmonte da sociedade salarial (FRIGOTTO, 2009).

Os indicadores do presente são inequívocos, especialmente a partir dos anos 1980, e ratificam a importância do trabalho ser pensado, para além de uma perspectiva econômica, levando-se em consideração suas dimensões sociais e políticas. Em janeiro de 2009, a Pesquisa de Emprego e Desemprego¹⁷, realizada na Região Metropolitana de Salvador (RMS), mostrou um contingente de ocupados¹⁸ estimado em 1.471 (um milhão quatrocentos e setenta e um mil) trabalhadores distribuídos conforme a tabela a seguir:

¹⁷ A Pesquisa de Emprego e Desemprego na Região Metropolitana de Salvador (PED/RMS) produz informações sobre a estrutura e a dinâmica do mercado de trabalho desta região, através do levantamento mensal e sistemático sobre o emprego, o desemprego e os rendimentos do trabalho. PED/RMS é uma iniciativa do Governo do Estado da Bahia, realizada pela Superintendência de Estudos Econômicos e Sociais da Bahia (SEI), órgão da Secretaria de Planejamento (Seplan) e da Secretaria do Trabalho, Emprego, Renda e Esporte (Setre), em parceria com o Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos (Dieese), a Fundação Sistema Estadual de Análise de Dados (Seade) e a Universidade Federal da Bahia (UFBA), representada pela Faculdade de Ciências Econômicas. A pesquisa é financiada com recursos orçamentários do tesouro do estado da Bahia e do Fundo de Amparo ao Trabalhador (FAT), do Ministério do Trabalho (MTE), através do Sistema Nacional de Emprego (Sine-BA), conforme a Resolução no 55, de 4 de janeiro 1994, do Conselho Deliberativo do Fundo de Amparo ao Trabalhador (Codefat).

¹⁸ **Ocupados** – são os indivíduos que possuem: a) trabalho remunerado exercido regularmente; b) trabalho remunerado exercido de forma irregular, desde que não estejam procurando trabalho diferente do atual. Excluem-se as pessoas que, não tendo procurado trabalho, exerceram de forma excepcional algum trabalho nos últimos 30 dias; c) trabalho não remunerado de ajuda em negócios de parentes, ou remunerado em espécie ou benefício, sem procura de trabalho.

Tabela 1

Estimativa de ocupação por setor de atividade RMS

Tabela 2 Estimativas da Ocupação por Setor de Atividade Região Metropolitana de Salvador Janeiro/2008-Janeiro/2009							
Setores	Estimativas (em mil pessoas)			Variações			
				Absoluta (em mil pessoas)		Relativa (%)	
	jan/08	dez/08	jan/09	jan/09 dez/08	jan/09 jan/08	jan/09 dez/08	jan/09 jan/08
Total	1.493	1.470	1.471	1	-22	0,1	-1,5
Indústria	140	129	127	-2	-13	-1,6	-9,3
Comércio	246	235	250	15	4	6,4	1,6
Serviços	872	883	869	-14	-3	-1,6	-0,3
Outros Setores (1)	235	223	225	2	-10	0,9	-4,3

FONTE: PED-RMS – Convênio SEI, SETRE, UFBA, DIEESE, SEADE, MTE/FAT.
(1) Incluem construção civil, serviços domésticos e outras atividades.

Do total de ocupados cerca de 1.343 (um milhão trezentos e quarenta e três mil) trabalhadores concentram-se na área do comércio, dos serviços e do agregado *outros setores*, que inclui serviços domésticos, construção civil e outras atividades. Atividades que evidenciam a *desproletarização* do trabalho fabril e a conseqüente expansão do assalariamento no setor de serviços, ampliando, assim, as formas de *trabalho imaterial*. Seria essa *panóplia de empregos possíveis* a saída para a sociedade salarial? Em que medida essas formas de trabalho proporcionam a possibilidade de apreensão, compreensão e transformação das circunstâncias que as produziram? É falsa a percepção segundo a qual qualquer trabalho é igualmente humanizador e transformador das relações sociais. É o caso de questionar com Castel: E

se o emprego se reduz a uma “transformação de serviços em mercadoria”, como fica o *continuum* das posições que constituía a sociedade salarial, e que é sempre necessário também para construir uma sociedade solidária? Um conglomerado de *baby-sisters*, de garçons no *McDonald's* ou de empacotadores nos supermercados faz ‘sociedade’? Isso não é dito com desprezo pelas pessoas que se entregam a essas ocupações; mas, ao contrário, é para que se interogue sobre as condições que fazem do emprego um vetor de dignidade da pessoa. Uma sociedade ‘de plena atividade’ não é, apesar disso, uma sociedade de plena dignidade (CASTEL, 2005, p. 576).

E concordar com Nosella: “se do ponto de vista subjetivo, qualquer atividade humana é merecedora de respeito, pois é a forma imediatamente encontrada para se sobreviver, do ponto de

vista histórico a diferença é essencial” (2002, p.39). Só com muito eufemismo é que determinadas formas de ocupação podem se enquadrar no rol das chamadas *políticas de emprego* (CASTEL, 2005).

Por outro lado, a taxa de desemprego¹⁹ para o mesmo período foi de 19,4% da PEA (população economicamente ativa), o que representa um contingente de 354 (trezentos e cinquenta e quatro mil) pessoas, sendo que quase a metade, 144 (cento e quatorze mil) trabalhadores, ou possuem um emprego precário (ocasional, irregular ou eventual), cerca de 99 (noventa e nove mil) pessoas, ou não possuem trabalho algum, um número em torno de 45 (quarenta e cinco mil) pessoas, conforme a tabela abaixo:

¹⁹ 1. desemprego aberto: pessoas que procuraram trabalho de modo efetivo nos 30 dias anteriores ao da entrevista e não exerceram nenhum trabalho nos últimos sete dias; 2. desemprego oculto: (i) por trabalho precário: pessoas que realizam de forma irregular, ou seja, em caráter ocasional e eventual, algum trabalho remunerado (ou pessoas que realizam trabalho não remunerado em ajuda a negócios de parentes) e que procuraram mudar de trabalho nos 30 dias anteriores ao da entrevista, ou que, não tendo procurado neste período, o fizeram até 12 meses atrás; (ii) por desalento: pessoas que não possuem trabalho e nem procuraram nos últimos 30 dias, por desestímulos do mercado de trabalho ou por circunstâncias fortuitas, mas procuraram efetivamente nos últimos 12 meses.

Tabela 2

Estimativa do número de pessoas de 10 anos e mais segundo condição de atividade RMS

Tabela 1							
Estimativas do Número de Pessoas de 10 anos e mais, segundo Condição de Atividade							
Região Metropolitana de Salvador							
Janeiro/2008-Janeiro/2009							
Condição de Atividade	Estimativas (em mil pessoas)			Variações			
				Absoluta (em mil pessoas)		Relativa (%)	
	jan/08	dez/08	jan/09	jan/09 dez/08	jan/09 jan/08	jan/09 dez/08	jan/09 jan/08
População em Idade Ativa	3.013	3.092	3.098	6	85	0,2	2,8
População Economicamente Ativa	1.862	1.833	1.825	-8	-37	-0,4	-2,0
Ocupados	1.493	1.470	1.471	1	-22	0,1	-1,5
Desempregados	369	363	354	-9	-15	-2,5	-4,1
Desemprego Aberto	218	214	210	-4	-8	-1,9	-3,7
Desemprego Oculto pelo Trabalho Precário	112	106	99	-7	-13	-6,6	-11,6
Desemprego Oculto pelo Desalento	39	43	45	2	6	4,7	15,4
Inativos com 10 anos e mais	1.151	1.259	1.273	14	122	1,1	10,6

FONTE: PED-RMS – Convênio SEI, SETRE, UFBA, DIEESE, SEADE, MTE/FAT.

Segundo dados do IBGE, a população desocupada da Região Metropolitana de Salvador, com relação aos Anos de Estudos, está distribuída conforme a tabela a seguir

Tabela 3

População Desocupada²⁰ da Região Metropolitana de Salvador (%)

Anos de Estudo

	2007	2008	2009
Sem instrução e menos de 8 anos	28,3	25,8	22,6
8 a 10 anos	21,8	22,1	17,5
11 anos ou mais	49,9	52,0	60,0

FONTE: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Trabalho e Rendimento, Pesquisa Mensal de Emprego

Os dados evidenciam um aumento progressivo dos anos de estudo entre aqueles que se encontram sem ocupação. Se, como dito anteriormente, é ingênua a crença no aumento da

²⁰ Segundo O IBGE, Pessoas desocupadas são aquelas sem trabalho na semana de referência, mas que estavam disponíveis para assumir um trabalho nessa semana e que tomaram alguma providência efetiva para conseguir trabalho no período de referência de 30 dias, sem terem tido qualquer trabalho ou após terem saído do último trabalho que tiveram nesse período.

escolarização como garantia para o emprego, e os números acima provam isso, não é possível abrir mão de uma melhoria nas condições de escolarização e formação, pois a ausência de qualificação, mais do que a ausência de trabalho, produz a não-empregabilidade, de sorte que ações promotoras de uma maior socialização do trabalhador e a ampliação de suas qualificações profissionais representam um movimento no sentido de buscar um reequilíbrio, uma integração profissional.

O modo de produção capitalista atribui ao trabalho características que lhe são próprias, originadas pela relação que se estabelece entre capital e trabalho, as quais, por sua vez, determinam certas relações entre educação e trabalho. Não obstante se reconheça as limitações da formação profissional na escola, que se expressam na distribuição dessemelhante do saber socialmente produzido e da qualidade desse saber, é evidente o valor do *certificado escolar*. Sua importância assenta-se tanto nas possibilidades que abre para o exercício das funções intelectuais no mercado de trabalho, quanto na obtenção de habilidades, comportamentos e conhecimentos básicos necessários à aquisição de competências mediante o exercício profissional. A escola é, pois, para um contingente cada vez maior de indivíduos,

a única alternativa de apropriação do saber sobre o trabalho, de forma sistematizada e em sua dimensão de totalidade, (...) apesar de seus limites. Configura-se, deste modo, a necessidade premente de se propor formas de educação para o imenso contingente de trabalhadores que já foram ou estão sendo absorvidos pelo processo produtivo, bem como daqueles que sequer conseguem nele ingressar (KUENZER, 1997, p. 23).

Contudo, a defesa pelo acesso à educação não deve se resumir ao acesso à escola. Uma luta assentada neste pilar é redutora e reprodutora de uma realidade histórica própria do processo histórico de construção do modo de produção capitalista. Uma redução que separa instrução e educação, limitando o educativo ao espaço institucionalizado e que evoca outras tantas cisões: criança e adulto, escola e trabalho, educação e produção, teoria e prática. O texto reproduzido a seguir é denunciador desta posição:

Julgamos que defender o direito dos trabalhadores à educação é uma proposta mais radical do que apenas defender escola para todos. A distinção entre educação, entendida enquanto instrução, e educação entendida enquanto produção – formação de homens, construção da identidade de uma classe - é

uma velha distinção que vai além de uma pura diferença nominal e encontra uma longa e tensa tradição teórica e prática. Entre nós, a negação da escola do povo faz parte, não apenas de uma negação dos instrumentos básicos transmitidos pela escola, mas da negação do direito das classes trabalhadoras à educação e formação da cultura e da identidade enquanto classe. Se integrarmos à democratização da instrução ao direito básico à educação terá maior sentido político a luta por mais escolas, melhores escolas, material didático bom e farto, profissionais com melhores condições para exercer um trabalho competente (ARROYO, 1986 apud KUENZER, 1997, p. 93-94).

O conceito de educação do homem integrado às forças sociais está, portanto, para além da mera submissão às forças produtivas. O problema é que a teoria do capital humano ajuda a promover uma *metamorfose* dos conceitos que compõem todo um sistema de legitimação que acompanha as transformações econômicas, científicas, culturais, éticas e políticas da atualidade. Ao não vincular a idéia do desigual desenvolvimento entre as nações e os indivíduos aos processos históricos de dominação, das relações de poder assimétricas e de classe, transferindo-a para a lógica segundo a qual a educação responderia, de modo linear, ao sucesso nacional e individual, a teoria do capital humano embaralha, ofusca e paralisa o pensamento, obstaculizando uma reação individual e/ou coletiva. Trata-se, segundo Gaudêncio Frigotto e Maria Ciavatta, de uma *metamorfose conceitual* “cujo ideário pedagógico vai afirmar as noções de polivalência, qualidade total, habilidades, competências e empregabilidade do cidadão produtivo (um trabalhador que maximize a produtividade) sendo um cidadão mínimo” (2006 p. 62). O mesmo ideário silencia sobre conceitos como educação integral, omnilateral, laica, unitária, politécnica ou tecnológica e emancipadora. Cidadania, bem comum, democracia, educação pública. Esses conceitos, junto com seus valores, suas imagens, suas representações são substituídos pelo quadro ético do *livre mercado do consumo*.

A elaboração e concretização de medidas efetivas e pontuais, destinadas a transformar materialmente o aparato institucional da escola e sintonizá-lo como o ‘novo’ ordenamento político e econômico, exigem uma mudança cultural. Têm como condição de possibilidade e como ferramenta a dissolução de representações ancoradas no imaginário social acerca das vantagens conquistadas, após anos de luta, pela democratização da vida social e política, e construídas historicamente em detrimento do interesse individualista, da competição selvagem e do lucro indiscriminado prometidos pelo mercado entregue à sua própria legalidade (ou seja, sem ajustamento e controles públicos). O horizonte da ofensiva neoliberal é, então, substituir a legitimidade e o consenso edificados sobre estes significados por outro consenso e outra legitimidade, que incorporem como centrais (e talvez únicos) os valores

próprios da empresa, da competitividade, da mensurabilidade e do lucro. Torna-se imperativo substituir a ética pública, cunhada coletivamente pelo combate cívico e democrático, por uma ética do livre mercado, importada sem mediações do mundo empresarial e que supõe a supressão da política (SUAREZ, 1995, apud SILVA, 2003, p. 71).

Confinada durante muito tempo no estreito círculo dos economistas neoclássicos, a teoria do capital humano deve seu sucesso a um conjunto de percepções lastreadas por uma retórica discursiva que a legitima. Instituiu-se sobre ela um tipo de consenso a partir do qual a educação tornou-se o principal antídoto para superar e estabilizar as combalidas sociedades atingidas pelos déficits de toda sorte. Retórica presente nas administrações governamentais, materializada em propostas, documentos e argumentos oficiais, bem como na definição de políticas públicas destinadas ao setor. Para além dos limites oficiais, assentou-se, capilarmente, no senso comum. Popularizada acadêmica e midiaticamente, engendra um discurso hegemônico que subjaz nas decisões e práticas políticas, mas também nas mais mezinhas práticas orientadas para enfrentar os desafios criados pela crise originada no modo de produção capitalista. Assim, é possível percebê-la em sua dimensão institucional, mas também retórica.

Um discurso que se apropria, de modo distorcido e falacioso, da educação como base para a sustentação de um *consenso falsificado* sobre as possíveis saídas apontadas pelo campo educacional para a crise do capital. Um consenso que se fundamenta em uma reiterada apelação ao pragmatismo do investimento no capital humano, a partir do qual as famílias e os indivíduos seriam os grandes responsáveis pelo investimento em educação. Nestes termos, “a educação como ‘capital humano’ individual, deve ser um assunto que compete pura e exclusivamente à esfera das decisões e escolhas privadas que cada um precisa assumir, com o objetivo de melhorar sua posição relativa nos mercados.” (GENTILI, 1998, p. 22). Longe de ser percebida como um direito social, a educação é pensada como um bem, uma mercadoria pronta para o consumo e que responde às regras impostas pelos referenciais de competição da lógica presente no mercado, espaço por excelência para o exercício empírico da liberdade.

O *falso consenso* criado em torno da acessibilidade garantida ao mercado de trabalho, através de um investimento no capital humano, cria a ficção de que a portabilidade dos títulos e do conhecimento adquirido propiciam condições de produção de senhas capazes de promover uma

distribuição diferencial das oportunidades, fundamentada no mérito e no esforço individual. Uma liberdade de escolha expressa no convite feito ao cidadão-consumidor a partir de uma pauta definida e estabelecida para e pelo mercado de trabalho, uma vez que é este quem orienta decisões e práticas em matéria de políticas educacionais, mas também de comportamentos, habilidades e conhecimentos minimamente necessários para a aquisição de competências que possibilitem o exercício profissional.

Acontece que o exercício da liberdade citada só pode ocorrer dentro dos limites estabelecidos pelo tal mercado. Fora dos marcos por ele impostos, não há possibilidade de escolha. Tem-se, portanto, um sofisma mediante o qual o indivíduo é convidado a *escolher* a partir de circunstâncias apenas em aparência democráticas, mas que, em termos práticos, caracterizam mecanismos autoritários, uma vez que o convite para a escolha é feito com os resultados previamente demarcados. Construção discursiva que não pode ser considerada eticamente neutra, assim como não são neutras as suas conseqüências sociais.

As palavras ou vocábulos utilizados para nomear, identificar, significar fatos, coisas, pessoas, de modo algum podem ser definidos como inocentes. Antes, os sentidos neles impressos encontram-se em consonância com interesses vinculados a grupos, classes, frações de classes e grupos. Sentidos que trazem consigo uma desordem que é específica da linguagem, qual seja, aquela capaz de conferir a um fato, uma coisa, uma pessoa, mais de uma categoria. Uma falha da função nomeadora (segregadora) da linguagem que produz ambigüidades que, em absoluto pode ser vista como patologia da linguagem ou do discurso, ao contrário, é um aspecto normal da sua prática. Não é fortuito silenciar, banir, falar, ressaltar, focalizar palavras, conceitos, coisas em determinadas épocas e lugares. Produzir conhecimento e ação político-prática pressupõe, portanto, a vigilância crítica, o desvendamento dos sentidos e dos significados das palavras e dos conceitos, de modo a perceber o que nomeiam ou escondem e que interesses articulam, especialmente em momentos como o que experimentamos (FRIGOTTO & CIAVATTA, 2006).

A metamorfose dos conceitos aqui enunciada vale-se, entre outras estratégias, de uma espécie de *nova língua, uma vulgata*, aparentemente sem sentido, e que consegue articular, no contexto da

vigente ordem mundial, teses como a mundialização do capital, da ideologia neoliberal e do pós-modernismo.

“Em todos os países avançados, patrões, altos funcionários internacionais, intelectuais de projeção na mídia e jornalistas de primeiro escalão se puseram em acordo em falar uma estranha *novlangue* cujo vocabulário, aparentemente sem origem, está em todas as bocas: ‘globalização’, ‘flexibilidade’, ‘governabilidade’, ‘empregabilidade’, ‘underclass e exclusão’; nova economia e ‘tolerância zero’, ‘comunitarismo’, ‘multiculturalismo’ e seus primos pós-modernos, ‘etnicidade’, ‘identidade’, ‘fragmentação’ etc. A difusão dessa nova vulgata planetária, da qual estão notavelmente ausentes capitalismo, classe, exploração, dominação, desigualdade, e tantos vocábulos decisivamente revogados sob o pretexto de obsolescência ou de presumida impertinência, é produto de um imperialismo apropriadamente simbólico: seus efeitos são tão mais poderosos e perniciosos porque ele é veiculado não apenas pelos partidários da revolução neoliberal que, sob a capa da ‘modernização’, entende reconstruir o mundo fazendo tábula rasa das conquistas sociais e econômicas resultantes de cem anos de lutas sociais, descritas, a partir dos novos tempos, como arcaísmos e obstáculos à nova ordem nascente, porém também por produtores culturais (pesquisadores, escritores, artistas) e militantes de esquerda que, em sua maioria, ainda se consideram progressistas” (BOURDIEU & WACQUANT, 2000 apud FIGOTTO & CIAVATTA, 2006, p. 56).

As mudanças societárias que se anunciam, a partir das últimas décadas do século 20, trazem, de forma contundente, inúmeros questionamentos. Mas é preciso vigiar de perto esse questionamento.

Quais as perguntas que estão postas em jogo? Quem as elabora? Pois

algo muito profundo está ocorrendo quando a sociedade não se indaga *Quais os caminhos para vencer o subdesenvolvimento e a desigualdade? Mas Como atrair capitais; quando a preocupação principal dos trabalhadores deixa de ser Como ampliar direitos? e se torna Como encontrar emprego? Quando reluzem em bancas de revista títulos tipo Com quem Madonna está saindo? Ou Que dieta pode salvar seu casamento?, e não mais Onde vai parar a revolução sexual? (sic)* (LE MONDE DIPLOMATIQUE, 2000 apud FIGOTTO & CIAVATTA, p. 57).

Uma ação forte, no plano supra-estrutural, dos grandes detentores do capital e do poder precisa ser acompanhada, de perto, a fim de garantir o desvendamento do modo como são representadas relações sociais, econômicas, culturais e educativas. O capítulo que segue se constitui na análise de uma determinada agenda, a midiática, no que diz respeito ao modo como esta representa, no caderno *Empregos e Negócios*, do jornal *A Tarde*, a relação Trabalho-Educação. Investiga-se uma pauta que busca, a todo instante e de todas as formas, hipertrofiar outros discursos, tornar-se

hegemônica. Operação que parte do entendimento da linguagem “como promotora de sentidos e significados mediatamente constitutivos da realidade histórica e apreendendo-a, portanto, vinculada às relações sociais de produção da existência humana” (GRIGOTTO & CIAVATTA). Prática política importante, na medida em que o mercado, hoje a principal instância reguladora da vida em sociedade, cuja melhor tradução é a precarização da vida das minorias e a perda dos direitos, é divulgado, aos quatro cantos, pela imprensa, assumindo variados vocábulos: “Ajuste estrutural. Austeridade. Corte de gastos públicos. Superávit primário. Privatização. Abertura comercial. Eficiência. Produtividade. Garantia aos investidores. Enxugamento. Terceirização. Flexibilização de direitos. Demissões” (BOURDIEU & WACQUANT, 2000 apud FIGOTTO & CIAVATTA, 58).

Um mercado que reserva para o *homem que trabalha o sal* um lugar especial. Na poética de Chico Buarque de Holanda esse lugar é o *Brejo da Cruz*²¹.

A novidade que tem no Brejo da Cruz é a criança se alimentar de luz. Alucinados, meninos ficando azuis e desencarnando lá no Brejo da Cruz. Eletrizados, cruzam os céus do Brasil. Na rodoviária, assumem formas mil. Uns vendem fumo. Tem uns que viram Jesus. Muito sanfoneiro cego tocando blues. Uns têm saudade e dançam maracatus. Uns atiram pedra, outros passeiam nus. Mas há milhões desses seres que se disfarçam tão bem que ninguém pergunta de onde essa gente vem. São jardineiros, guardas-noturnos, casais. São passageiros, bombeiros e babás. Já nem se lembram que existe um Brejo da Cruz. Que eram crianças e que comiam luz. São faxineiros, balançam nas construções. São bilheteiras, baleiros e garçons. Já nem se lembram que existe um Brejo da Cruz, que eram crianças e que comiam luz.

É lá, ou aqui, que um significativo número de seres humanos da Região Metropolitana de Salvador encontra-se *desfiliada*.

E esta qualificação lhes convém melhor do que a de excluídos: foram desligados, mas continuam dependendo do centro que, talvez, nunca foi tão onipresente para o conjunto da sociedade. É por isso que dizer que a questão suscitada pela invalidação de alguns indivíduos e de alguns grupos concerne a todo mundo não é só para fazer apelo a uma vaga solidariedade moral, mas, sim, constatar a interdependência das posições trabalhadas por uma mesma dinâmica, a do abalo da sociedade salarial (CASTEL, 2005, p. 569).

²¹ HOLANDA, Chico Buarque. *Brejo da Cruz*. In: Chico Buarque. Rio de Janeiro. Estúdio Polygram, 1984.

CAPÍTULO III

*Aquilo que o mundo me pede não é o que o mundo me dá*²²

Acordo num tenho trabalho, procuro trabalho, quero trabalhar
O cara me pede diploma, num tenho diploma, num pude estudar
E querem que eu seja educado, que eu ande arrumado que eu saiba falar
Aquilo que o mundo me pede não é o que o mundo me dá

Consigo emprego, começo o emprego, me mato de tanto ralar
 Acordo bem cedo, não tenho sossego nem tempo pra raciocinar
 Não peço arrego mas na hora que chego só fico no mesmo lugar
 Brinquedo que o filho me pede num tenho dinheiro pra dar

Escola, esmola
 Favela, cadeia
 Sem terra, enterra
Sem renda, se renda. Não, não.

No caderno *Empregos & Negócios* do jornal *A Tarde* a representação que o tema trabalho e educação adquire dista, e muito, das vantagens conquistadas historicamente pelos trabalhadores e que dizem respeito a processos de democratização da vida social e política. No caderno em análise, a relação trabalho e educação é apresentada a partir de uma perspectiva consensual, individualista, marcada pela competição e pelo lucro indiscriminado prometidos pelo mercado, substituindo uma ética pública, cunhada coletivamente pelo combate cívico e democrático, por uma ética do *livre mercado*, importada sem mediações do mundo empresarial e que supõe a supressão da política. Para compor os contornos dessa representação foram observados sete cadernos. As matérias se distribuem por meio de *notas*, *colunas*, *reportagens* e *outros registros*, onde o peso das reportagens é relativamente grande, levando-se em consideração o fato de entre os sete cadernos analisados, seis possuem reportagens de capa que ocupam a primeira e a terceira páginas²³, sendo que na primeira página o espaço é dividido com anúncios publicitários e, na terceira, com anúncios publicitários mais as colunas *Carreira de Talento* (seis cadernos) e

²² O PENSADOR, Gabriel. SHUR, Itaal. MOCOTÓ, Tiago. *Até quando?* In: Gabriel O pensador MTV Ao Vivo. MTV. 2002.

²³ A única edição que não apresenta a referida característica é a do dia 08.02.09.

Curtas (dois cadernos). Uma das edições estende a reportagem de capa do caderno também para a página oito²⁴.

Em geral, o caderno parece refém da demanda de instituições privadas através do material enviado pelas assessorias de comunicação (*releases*, notas, sugestões de pauta, cartas). É o que se evidencia quando se observa o volume de notas, especialmente, nas colunas *Trabalho*, *Estágios* (os espaços postam, respectivamente, anúncios de empregos e estágios ofertados por agências de intermediação de mão-de-obra), *Vagas* (local destinado à oferta de vagas pelas agências de emprego e gratuitamente publicadas pelo jornal. Espaço diferente daquele onde é necessário o pagamento para o anúncio de empregos), *Curtas* (onde são disponibilizadas informações sobre cursos, concursos, vagas de emprego, intercâmbios, eventos), *Encontre sua pós-graduação* (espaço reservado para a divulgação de cursos de Pós-Graduação, nas mais variadas áreas. Lembrar que esta forma de divulgação difere daquela definida como publicidade e propaganda. Uma diferença presente não apenas pelo fato desta última ser paga, mas, também, na linguagem e formato da mensagem.), *Gente & Mercado* (espécie de coluna social do mercado de trabalho, onde são publicadas notas sobre aquisições e novidades sobre organizações, produtos e serviços).

A participação do leitor no caderno em análise é induzida, no domínio da própria engrenagem midiática, através de uma fala bastante limitada: perguntas que são direcionadas a cinco colunas fixas: 1) *Seu currículo*, assinada por diferentes especialistas na área de recursos humanos, onde é realizada uma análise, buscando acertos e erros na confecção de um currículo; 2) *Etiqueta*, sob a responsabilidade de Maria Aparecida Araújo, que se apresenta como “consultora de comportamento profissional, etiqueta social e internacional, marketing pessoal, cerimonial e protocolo e diretora da Etiqueta Empresarial Executive Manners Consulting”²⁵, onde são passadas “dicas” de comportamento no universo profissional; 3) *Carreira de Talento*, de Max Gehringer que trata de questões ligadas ao universos corporativo e ao desenvolvimento de carreiras; 4) *Direito do Trabalho*, do Procurador Regional do Trabalho e professor do Direito do Trabalho da Universidade Federal da Bahia - UFBA - e da Universidade Católica de Salvador – UCSAL, Jairo Sento Sé, que, como o título da coluna indica, responde sobre o direito do

²⁴ Edição do dia 15.03.09.

²⁵ *A Tarde, Emprego & Negócio*, 01.02.09, p.2.

trabalho; e 5) *Direito Previdenciário*, de Luciano Martinez, Juiz do Trabalho e Coordenador da Escola Judicial do TRT da 5ª Região (BA). Membro da Academia Nacional do Direito do Trabalho e Professor de previdenciário da Faculdade de Direito que atende os leitores com dúvidas sobre direito previdenciário.

Segundo dados pesquisados pela Marplan/2006²⁶, o jornal é fonte mais consultada para procura por empregos. Leitores e não leitores de jornais costumam recorrer aos anúncios “classificados” na busca por uma vaga no mercado de trabalho. Prática que, segundo o especialista e consultor de carreira Frederico Eigenherr, deve ser vista como uma segunda alternativa uma vez que “a melhor solução é procurar pessoas conhecidas que possam encaminhá-lo para um emprego. Chamamos isso de network. Por isso, é importante, desde cedo, criar um bom círculo de relacionamento. A outra alternativa ainda é o velho anúncio de jornal (...)”²⁷. Importante salientar que a fala do consultor é uma resposta a um jovem, José Eduardo Oliveira, sobre o seguinte questionamento: “quais os melhores lugares para procurar emprego já que não tenho nenhuma experiência e tenho apenas 18 anos?”²⁸. O questionamento e a resposta fazem parte de uma *entrevista* realizada com dois consultores.

O jornal se propôs a abrir, no *lead* da matéria em questão, “um canal direto entre o leitor e os especialistas em mercado de trabalho”²⁹. São apresentadas várias questões aos consultores que versam sobre “como elaborar um currículo, como se destacar entre os demais candidatos e não depender do famoso ‘QI’ (quem indica), além dos melhores lugares para procurar emprego quando não se tem experiência”³⁰. A resposta do especialista confirma uma tendência de se enxergar a própria sociedade como mercadoria. Ao afirmar que, desde cedo, deve-se criar um “bom” círculo de relacionamento com vistas a um fim específico, o encaminhamento a um emprego, o que está em jogo, a partir do olhar de Castel (2005), é uma apologia das relações de proximidade, ou seja, das relações humanas (salvo as relações familiares, talvez), como relações suscetíveis de serem remuneradas. Na perspectiva de Pierre Bourdieu, o que está em jogo é o

²⁶ IPSOS Marplan Media Research. ANJ. Quero comprar: 2ª Onda. Agost/2006. Disponível em < <http://www.anj.org.br/sala-de-imprensa/pesquisas/quero-comprar-2> > Acessado em 11.04.09.

²⁷ *A Tarde, Empregos & Negócios*, 22.02.09, p. 3.

²⁸ *A Tarde, Empregos & Negócios*, 22.02.09, p. 3.

²⁹ *A Tarde, Empregos & Negócios*, 22.02.09, p. 3.

³⁰ *A Tarde, Empregos & Negócios*, 22.02.09, p. 3.

conjunto dos capitais (social, cultural, informacional) capazes de demarcar *espaços e lugares* sociais.

O enunciado de apresentação da matéria, por sua vez, revela uma característica importante sobre a forma de funcionamento dos jornais: “os chamados discursos jornalísticos são espécies de ‘discurso-objeto’, se considerarmos que necessitam sempre do relato alheio para construir a atualidade” (FAUSTO NETO, 1999, p. 23). Os jornais se constituem em uma construção sócio-histórica formada a partir de intenções, realidades e decisões de indivíduos e de contextos diferentes e, até, divergentes. Divergentes, inclusive, dos interesses do próprio jornal. Ao se colocar na posição de *canal direto*, o jornal *abre* um espaço para a sociedade auto-afirmando-se como mediador em um processo de interação que viabiliza a formação de conexões entre o público, seus leitores, e as diversas instituições que lhe prestam serviços. Uma postura aparentemente democrática que não revela seu caráter regulador, na medida em que foi ele, o jornal, quem escolheu e organizou as perguntas que foram feitas aos especialistas, assim como foi sua a escolha dos especialistas a serem consultados, mas que se reveste de uma neutralidade manifesta. Movimento que não pode ser executado impunemente. As conseqüências da sua postura?

Em primeiro lugar, o consultor Frederico Eigenherr não apenas reafirma a prática da indicação, o popular “QI”, como a melhor forma para se conseguir ingressar no mercado de trabalho como lhe confere um novo nome, *network*, quando o texto introdutório da matéria parece indicar essa prática como um impedimento para o destaque e o ingresso no mercado de trabalho, especialmente quando pontua: “como se destacar entre os demais candidatos e *não* depender do famoso ‘QI’ (quem indica)”³¹. Em segundo lugar, o mesmo consultor coloca em um plano inferior a prática de se buscar, nos jornais, uma vaga no mercado de trabalho: “a outra alternativa ainda é o *velho* anúncio de jornal”³². Nesse caso, é preciso um especial cuidado com o modo de apresentação que deve ser feito através do currículo: “*capriche no seu currículo, que deve ser curto, claro e objetivo. Não enfeite, não invente, não exagere; as pessoas têm pouco tempo para a leitura do currículo*”³³.

³¹ A *Tarde, Empregos & Negócios*, 22.02.09, p. 3, grifo meu.

³² A *Tarde, Empregos & Negócios*, 22.02.09, p. 3, grifo meu.

³³ A *Tarde, Empregos & Negócios*, 22.02.09, p. 3.

Se o jornal escolheu as perguntas e os especialistas, escolheu, também, a data para demonstrar esse arroubo de democracia: 22 de fevereiro de 2009. Sábado de carnaval. Dentre os cadernos analisados este se destaca pela ausência de publicidade, pelo reduzido número de páginas e de anúncios de emprego, e pelo maior uso de matérias oriundas de agências de notícias. A *entrevista*, elaborada a partir da seleção de perguntas enviadas pelos internautas através do *Portal A Tarde*, na verdade, parece indicar um espaço aberto em função de uma carência de pautas específicas para o caderno por conta do carnaval, período que solicita um maior número de profissionais em outras editorias para a cobertura da festa momesca.

A divergência apontada entre o interesse do jornal e a fala do consultor e, ao mesmo tempo, a relação de interdependência entre ambos, põe em relevo a importância de se analisar o modo como essa relação aparece no caderno. É o que se verá a seguir.

3.1 O dono da voz ou a voz do dono?

De segunda a sábado, a oferta de empregos no jornal *A Tarde*, é feita no caderno *Populares*. Aos domingos ela acontece em um caderno específico, *Empregos & Negócios*³⁴, onde, além das vagas disponibilizadas, que em número são superiores aos demais dias da semana, é possível ter acesso a um conjunto de informações que orientam candidatos, patrões e empregados, mas, principalmente, os trabalhadores, empregados ou não, sobre modos, comportamentos, valores, direitos, deveres, caracterizando-se como um guia que *ajuda* não apenas a *encontrar* um emprego, mas também, a *adaptar-se* e *conformar-se*, nos planos psico-físico, intelectual e emocional, às novas formas de produção. Segundo o próprio jornal, o caderno se propõe a veicular “reportagens sobre carreira, *mundo do trabalho*, perfil de profissões, oportunidades de empregos e serviços. Aborda, ainda, oportunidades de pequenos empreendimentos para geração de renda”³⁵. É um compromisso assumido publicamente pelo jornal junto ao seu leitor-

³⁴ O caderno *Empregos & Negócios* foi criado em abril do ano 2000 e já passou por algumas reformulações editoriais. A mais significativa foi a mudança do nome que, até o dia 16.04.2006, data comemorativa para o caderno, era *Empregos & Mercado*.

³⁵ *A Tarde*. Disponível em < <http://www.jornalatarde.com.br> > Acessado em maio de 2008, grifo meu.

consumidor. Compromisso que o jornal, em função dos imperativos sociais, políticos, ideológicos e, sobretudo, econômicos sobre os quais está assentado, não cumpre. É o que se discutirá a seguir.

No universo do caderno, as questões referentes ao *mundo do trabalho* reduzem-se a orientações para ganhar ou não perder um lugar no mercado de trabalho: “Garanta a sua colocação no mercado”³⁶; para escolher as novíssimas “jazidas de empregos”: “Engenharia, TI e meio ambiente estão em alta”³⁷ ou “Páscoa oferece 492 vagas”³⁸; para fazer dinheiro: “Período letivo é ideal para fazer dinheiro”³⁹ ou “Imóveis que dão lucro”⁴⁰ ou, ainda, “como comporta-se : “A pontualidade é realmente importante para que um profissional se destaque e projete uma imagem verdadeiramente elegante?”⁴¹” Trata-se da metamorfose dos conceitos aqui discutida no capítulo anterior: a substituição da dimensão *ontocriativa* do trabalho, idéia defendida por Saviani (2007), por uma forma histórica que identifica trabalho com emprego, apagando aspectos intrínsecos à venda da força de trabalho pelo trabalhador.

Portanto, um caderno específico, que se proponha a discutir as questões pertinentes ao *mundo do trabalho*, nos moldes do editado pelo jornal *A Tarde*, é revelador de um processo de *naturalização* sofrido pelos referentes trabalho e educação a partir do momento em que estes passam a ser vistos apenas pela ótica do emprego e da educação orientada para e pelo mercado. Ambos os referentes, trabalho e educação, perdem a sua centralidade em função de uma sobreposição de suas variações e formas representativas: emprego, empregabilidade, chances de negócios, renda, qualificação, treinamento, capacitação. Deslocados os referentes, não é mais necessário o tratamento do problema, pois suas representações se tornam mais relevantes do que ele. Ocorre, pois, uma alteração da significância, ou seja, o tratamento das representações sobre trabalho e educação aparece sob a forma de signos que, muitas vezes, não se reportam mais aos seus referentes, movimento que tem importante influência sobre a imagem que a sociedade constrói sobre estes.

³⁶ *A Tarde, Empregos & Negócios*, 22.02.09, p.1.

³⁷ *A Tarde, Empregos & Negócios*, 15.03.09, p.1.

³⁸ *A Tarde, Empregos & Negócios*, 15.02.09, p.1.

³⁹ *A Tarde, Empregos & Negócios*, 15.03.09, p.8.

⁴⁰ *A Tarde, Empregos & Negócios*, 08.02.09, p.1.

⁴¹ *A Tarde, Empregos & Negócios*, 15.03.09, p.2.

Um outro sintoma do processo de *naturalização* é que com a expansão acelerada do desemprego tornou-o lugar-comum. Sua existência deixou de ser pontual e instalou-se *no provisório como modo de existência*. O tom de denúncia não lhe cabe mais. E, como lugar comum, a questão do desemprego deixa de ter interesse para a o universo midiático. A abundância dessa mercadoria faz diminuir seu valor de troca, uma vez que virou rotina a divulgação regular de pesquisas que anunciam a queda ou ascensão dos índices relacionados ao desemprego. Variações sobre o mesmo tema.

Se, por um lado, a abundância de informações sobre o desemprego reduziu o valor de troca da mercadoria notícia-desemprego, por outro, o aumento do número de desempregados transformou este contingente de indivíduos em um mercado. Um mercado promissor para o jornal que, através de um caderno temático sobre empregos e negócios, pode direcionar melhor o seu produto para públicos específicos, como, por exemplo, agências de emprego e instituições de ensino de toda sorte. Se ao contingente de desempregados adiciona-se os indivíduos empregados, mas que não possuem garantias dessa condição como algo duradouro, as possibilidades de êxito do caderno se ampliam.

O caderno confere uma certa “autonomia” ao tema sobre o qual propõe um destaque. Autonomia que se expressa, por exemplo, na realização de reportagens específicas, na cobertura mais “apurada” sobre determinado assunto e que maximiza o caráter de independência entre a representação e o seu referente. Autonomizado, o tema trabalho e educação passa a ser tratado de modo a dar cada vez mais ênfase às suas características genéricas, ocultando-lhe heterogeneidades.

Há tanta gente em situação semelhante à sua que até a palavra ‘desempregado’ deixou de ser usada. As expressões mais usuais são: ‘Estou entre empregos’. ‘Estou em fase de reavaliação da minha carreira’. ‘Estou filtrando propostas’. Mais do que um jogo de palavras, isso é uma ciência, a neurolinguística. Através de imagens positivas, ela ajuda a transformar uma situação vexatória (a vergonha pelo desemprego) em situação sob controle (a busca por emprego novo e melhor). Tente usar esse método. Se não lhe fizer bem, mal certamente não fará.⁴²

⁴² GEHRINGER, Max. *Desemprego não é motivo para vergonha. A Tarde, Empregos & Negócios*, 01.03.09, p.3.

É o conselho de um especialista ante o sentimento de desalento apresentado por uma leitora: “Tenho 34 anos e estou desempregada pela primeira vez. Não consigo me acostumar com a idéia. Estou envergonhada”⁴³. A resposta do especialista é a expressão da intensificação de um discurso segundo o qual o fardo do desemprego deve ser carregado pelo indivíduo, apesar das evidências exigirem soluções cada vez mais radicais para a resolução do problema, como demonstram os seguintes trechos publicados no jornal:

1. ‘Tenha *persistência*. Ligue, vá atrás, visite novamente o lugar, pergunte se eles viram o currículo, tente em várias empresas’ [Cristina Maslowsky, responsável pela captação de apoio para o Camarote Skol Fest]⁴⁴.
2. *Basta colocar a cabeça para funcionar* e visualizar a atividade com que você mais se identifica, seja para dedicar-se exclusivamente a isso ou para fazer uma renda extra (...) Boa Sorte!⁴⁵
3. Enquanto alguns profissionais *choramingam* os prejuízos da crise e *estremecem de medo* só de pensar em perder o emprego, pessoas como Pedro Amaral Dinkhuysen, 31 anos, aproveitam o momento para mostrar suas potencialidades e conquistar cargos melhores⁴⁶.
4. O que fez para conquistar o novo cargo? *Foi simples*⁴⁷.
5. De acordo do a especialista [Cássia Albuquerque, consultora organizacional e sócia de capital humano da Alcance Soluções Empresariais], quem conseguir se *enquadrar* e se *adaptar* a todas essas exigências de inovação sobreviverá, ao passo que, os profissionais que se distanciarem desta realidade, se tornando funcionários comuns, sem talento, tradicionais, acomodados e sem compromisso deverão ser demitidos e *descartados*⁴⁸.
6. ‘O mais importante é enxergar o copo ‘quase cheio’, *do que ficar com a visão pessimista* do ‘quase vazio’ [Adilson Ribeiro de Almeida, diretor de planejamento e logística do Grupo Indeba]⁴⁹.

Os enunciados supra citados falam de uma responsabilidade delegada à parcela mais frágil do sistema produtivo: os trabalhadores. É preciso, para encontrar uma vaga no mercado de trabalho ou para melhorar a renda, persistência, colocar a cabeça para funcionar, não choramingar, se

⁴³ GEHRINGER, Max. *Desemprego não é motivo para vergonha*. *A Tarde, Empregos & Negócios*, 01.03.09, p.3.

⁴⁴ *A Tarde, Empregos & Negócios*, 01.02.09, p.1, grifo meu.

⁴⁵ *A Tarde, Empregos & Negócios*, 15.02.09, p.8, grifo meu.

⁴⁶ *A Tarde, Empregos & Negócios*, 01.03.09, p.1, grifo meu.

⁴⁷ *A Tarde, Empregos & Negócios*, 01.03.09, p.1, grifo meu.

⁴⁸ *A Tarde, Empregos & Negócios*, 01.03.09, p.3, grifo meu.

⁴⁹ *A Tarde, Empregos & Negócios*, 01.03.09, p.3, grifo meu.

enquadrar, se adaptar para não ser descartado, afinal, é simples. Basta ver o copo meio cheio. São construções que evocam um comportamento que deve ser adotado por um trabalhador genérico, homogeneizado, mas que dizem respeito a contextos e condições de procura, de busca por trabalho ou renda completamente diferentes. Heterogêneas mesmo. Por exemplo, o enunciado: “Tenha *persistência*. Ligue, vá atrás, visite novamente o lugar, pergunte se eles viram o currículo, tente em várias empresas” faz parte de uma matéria cuja manchete é: “2,9 mil Vagas para o carnaval⁵⁰”. Do total anunciado, duas mil vagas são para cordeiro⁵¹, “*mas há opções para seguranças, produtores, promotores de venda e na área de alimentos*”⁵². O conselho é para o candidato à vaga se oferecer mesmo. Colocar a sua mercadoria à venda. Já o

Engenheiro mecânico Luiz Otávio Fernandes, por exemplo, possui vasto currículo, com experiência em empresas como Ambev e Braskem, *está disponível* [e não desempregado] e *estuda novas propostas, mas até agora não encontrou nada a sua altura*⁵³.

Segundo os consultores de carreira, “nunca peça emprego! (...) O ideal é mostrar que você está *disponível* e oferecer soluções para os possíveis problemas das organizações. Se você conseguir ser chamado para uma entrevista, então aproveite esta oportunidade com unhas e dentes”⁵⁴. Conselhos diferentes para *mercadorias* diferentes. Quem tem uma *mercadoria* mais sofisticada, no caso em questão, uma carreira, uma profissão, pode se permitir determinados “luxos”: não se denominar desempregado ou não se colocar de maneira tão “agressiva” no mercado. Para os demais, as possibilidades de escolha são quase inexistentes e, de fato, não existe nada à *sua altura*. Na verdade, altura não há.

A posição social demarcada pelos cordeiros e pelo engenheiro evidencia um processo de *segmentação do mercado de trabalho* e, apesar de ambos experimentarem a condição de desemprego, aos primeiros o horizonte aponta para a precarização e subproletarização do trabalho. Eles representam os *supranumerários*. Atomizados, só podem alimentar a esperança de

⁵⁰ *A Tarde, Empregos & Negócios*, 01.02.09, p.1.

⁵¹ O Cordeiro é o responsável, no carnaval de Salvador, por segurar a corda que isola os foliões que pulam dentro dos blocos, daqueles que não compram fantasia e participam da festa do lado de fora, conhecidos como foliões pipoca. Um atividade bastante solicitada durante o período do carnaval e que remunera muito mal.

⁵² *A Tarde, Empregos & Negócios*, 01.02.09, p.3, grifo meu.

⁵³ *A Tarde, Empregos & Negócios*, 15.03.09, p.1, grifo meu.

⁵⁴ *A Tarde, Empregos & Negócios*, 22.02.09, p.1

ser um pouco menos mal colocados na sociedade atual. Sua mão-de-obra vale muito pouco e por muito pouco tempo. Ou não vale nada. Compõem o universo dos excluídos. Experimentam, portanto, um conjunto de relações particulares, mais ou menos distendidas do centro. São

antigos trabalhadores que se tornaram desempregados de modo duradouro, jovens que não encontram emprego, populações mal escolarizadas, mal alojadas, mal cuidadas, mal consideradas etc. [E, no entanto,] não existe nenhuma linha divisória clara entre essas situações e aquelas um pouco menos mal aquinhoadas dos vulneráveis que, por exemplo, ainda trabalham mas poderão ser demitidos no próximo mês, estão mais confortavelmente alojados mas poderão ser expulsos se não pagarem as prestações, estudam conscientemente mas sabem que correm o risco de não terminar... Os excluídos são, na maioria das vezes, vulneráveis que estavam ‘por um fio’ e que caíram (CASTEL, 2005, p. 567).

O engenheiro enfrenta o desemprego em uma outra situação. Sua *disponibilidade* acontece em uma área onde as transformações tecnológicas em curso exigem uma superqualificação. Representa um grupo de profissionais que possui habilidades, experiências e conexões sociais que se constituem em um capital humano economicamente relevante. E, no entanto, desempregado. Ele compõe o quadro dos novos agentes que exercem um papel cada vez mais decisivo na produção: operários das indústrias ‘de ponta’, técnicos, desenhistas, engenheiros, profissionais de publicidade, propaganda, marketing e relações públicas, etc, que fazem parte de uma elite profissional que pensa mais do que executa, mas continua destituída do “poder de decisão e do essencial dos benefícios de seu trabalho pela organização capitalista da produção” (CASTEL, 2005, 459).

Os jornais, em geral, falam para duas grandes categorias de leitores: o *receptor-público*, concreto, ou seja, aquele definido a partir do ponto de vista dos comportamentos relacionados ao consumo de um produto comercial: o jornal. Aqui, essa instância midiática “não age mais como construtora da informação, mas como responsável por uma empresa empenhada em rentabilizar seu produto da melhor forma possível, isto é, captar o maior número de consumidores” (CHARAUDEAU, 2006, p. 82), conforme discussão estabelecida no primeiro capítulo. Conseqüentemente, é preciso conhecer os comportamentos e as opiniões do público e, para isso, recorre-se às pesquisas de mercado com vistas a observar tanto os efeitos produzidos pelo modo como é tratado tal ou qual temática, os denominados *estudos de impacto*, mas, também, àquelas

que constroem perfis de consumidores e que se baseiam em categorias de pertencimento sócio-econômico para compor a audiência dos veículos de comunicação.

O outro leitor é o *destinatário-alvo* que tem sua importância demarcada, em termos discursivos, pelo interesse atribuído a um sujeito que seja capaz de avaliar se uma informação é ou não útil para orientar sua conduta a partir de três domínios:

o da organização da vida política e econômica do país, o da organização de atividades sociais diversas (esportivas, religiosas, caritativas, de lazer, etc) das quais o sujeito pode participar fora da sua dimensão profissional, o das práticas cotidianas para as quais o sujeito necessita de informações de ordem factual: a lista dos serviços de plantão, os diferentes anúncios (imobiliários, ofertas de emprego, manifestações culturais e artísticas), as previsões meteorológicas, o nuncio de perturbações possíveis da vida diária (greves, desfiles, engarrafamentos, etc) (CHARAUDEAU, 2006, p. 80).

O *destinatário-alvo intelectual*⁵⁵ é, pois, aquele considerado capaz de avaliar “seu interesse com relação àquilo que lhe é proposto, à credibilidade que confere ao organismo que informa, a sua própria aptidão para compreender a notícia, isto é, ter acesso a ela. Um alvo intelectual é um alvo ao qual se atribui a capacidade de pensar” (CHARAUDEAU, 2006, p. 80). Se o alvo possui tal capacidade, ao jornal cabe a difícil tarefa de corresponder às expectativas de informação do sujeito-alvo. Não errar no “cálculo”. Para tanto, apóia-se em representações sobre suas próprias práticas, seu *modo-de-fazer*, como a do “desempenho (saber ser o primeiro a transmitir a informação, ter o espírito do *furo*), o da confiabilidade (saber verificar a informação, ter o espírito dos *arquivos*), o da revelação (saber descobrir o que está oculto ou em segredo, ter o espírito da *investigação*)” (CHARAUDEAU, 2006, p. 81). Em termos discursivos, isto significa uma preocupação com os modos de enunciação, aqueles que permitem uma resposta à pergunta: “como dizer?”

O *destinatário-alvo intelectual*, ou “leitor ideal”, no caso do caderno *Empregos & Negócios*, na realidade, diz respeito àqueles que lidam diretamente com as questões relacionadas ao binômio

⁵⁵ Importante pontuar que o processo de construção de um *alvo intelectual* pela instância midiática passa pela construção, também, de um *alvo afetivo*. Acredita-se que este não faz uso do dado racional, mas sim, de reações de ordem emocional, inconscientes, baseando-se, para isso, em categorias socialmente codificadas de representações tais como: o inesperado, o repetitivo, o insólito, inaudito, o trágico, o enorme. O processo de interação entre o afetivo e o intelectual ajuda a conformar a opinião pública (CHARAUDEAU, 2006).

trabalho e educação - trabalhadores, empregados ou não, empregadores, anunciantes, educadores, etc. E uma das estratégias adotadas pelo jornal para a construção dessa noção de público é o recurso das “falas autorizadas”, aquelas que não pertencem ao universo específico da imprensa, protagonizadas por instituições que este acredita serem as efetivas representantes do mercado de trabalho como nos trechos a seguir:

1. A principal *dica* dela aos interessados em uma oportunidade de trabalho é *determinação*. ‘Identifique a sua competência e qual é o espaço no qual gostaria de trabalhar. Depois você *deve ir* à empresa organizadora e *levar* o seu currículo, já identificando a função que deseja exercer’, diz [Publicitária Cristina Maslowsky responsável pela captação de apoio para o Camarote Skol Fest].⁵⁶
2. De acordo com o gerente do órgão [Sinebahia], Joviniano Queiroz, ‘os interessados em *oportunidades temporárias* para o carnaval devem *ficar atentos às vagas* oferecidas pelo órgão. *Há expectativas de novas oportunidades* nas primeiras semanas de fevereiro’, *acentua* ele⁵⁷.
3. ‘O domínio de um ou mais idiomas, além de ser uma exigência no currículo, *abre as portas para o sucesso profissional* nas mais diversas áreas’, *fala o coach* (consultor de carreiras) Maurício Sampaio, diretor corporativo da Sociedade Brasileira de Coaching (SBC)⁵⁸.
4. ‘Há cursos que têm poucos estudantes, então o mercado *abre mais vagas do que as escolas conseguem preencher*. É o caso das engenharias, biblioteconomia, secretariado executivo e ciências contábeis. *As empresas têm dificuldade de encontrar estagiários dessas graduações*’, diz Seme Arone Júnior, presidente da Associação Brasileira de Estágios (Abres)⁵⁹.
5. ‘O Orkut é uma fonte para chegarmos até as pessoas que buscamos’, diz Mônica Marani, coordenadora de recrutamento e seleção da Across, empresa de RH. Para ela, ‘*o problema é que muitos profissionais vêm o Orkut como uma rede de relacionamentos* [em que pese o fato de o Orkut ser uma rede de relacionamentos], *deixando de lado o bom senso e algumas regras de etiqueta*’⁶⁰.
6. ‘As atividades da liderança num momento de crise são complexas. O *cenário exige competências e habilidades*, e uma delas é *administrar a motivação dos liderados*. Os *profissionais devem entender* a crise como uma oportunidade de o gestor ser testado em uma das características

⁵⁶ A Tarde, Empregos & Negócios, 01.02.09, p. 1, grifo meu.

⁵⁷ A Tarde, Empregos & Negócios, 01.02.09, p. 3, grifo meu.

⁵⁸ A Tarde, Empregos & Negócios, 01.02.09, p. 4.

⁵⁹ A Tarde, Empregos & Negócios, 01.02.09, p. 8.

⁶⁰ A Tarde, Empregos & Negócios, 08.02.09, p.3, grifo meu.

gerenciais indispensáveis nas organizações: a comunicação,’ analisa o especialista [em comunicação verbal] Reinaldo Passadori⁶¹.

7. ‘Começamos a criar ações mais agressivas e executá-las, inclusive com a contratação de *profissionais da área comercial*, com mais experiência de mercado’, conta ele. O resultado: não houve queda de vendas nem demissões no grupo, pelo contrário, houve crescimento. ‘Em 2008, crescemos em torno de 6% e estamos nos programando para crescer 10% este ano, com base das *ações do planejamento estratégico que montamos*,’ comemora Adilson⁶².
8. Para Pedro Amaral Dinkhuysen, diretor-geral da Stanton Chase, empresa líder em recrutamento e seleção para executivos, *os profissionais precisam ficar atento (sic) a dois pontos principais em virtude do novo cenário*. O primeiro deles é *entender* que, a partir de agora, será necessário *trabalhar mais para, às vezes, ganhar menos* com o objetivo de garantir o emprego. ‘Hoje, o profissional *precisa trabalhar muito*. Isso parece lógico, mas, há dois anos, não era necessário se esforçar tanto para conseguir os resultados previstos, já que o volume de negócios em transação era intenso’, explica ele. (...) A segunda preocupação, de acordo com o diretor-geral da Stanton Chase, é *manter equilíbrio* diante do estress. ‘É *preciso ter muita resiliência com as más notícias*. Num momento de crise, não se ouvem notícias boas. Então, é *preciso ter paciência para entender que a crise é passageira e não desmotivar*. A *pior coisa para um profissional é ficar desmotivado*’, aconselha ele⁶³.
9. Para a consultora de etiqueta e marketing pessoal Lígia Marques, *o profissional não pode subestimar a capacidade dos outros e precisa ser responsável e honesto*. ‘Ele *não deve mentir*. Caso haja problema, o indicado é conversar com o líder. O chefe tem que se impor, mas com educação. Mostrar que não há espaço para repetições de erros na empresa’, *destaca*. É importante lembrar que a descoberta de uma mentira desse tipo [mentiras para justificar ausências no trabalho] pode levar à demissão por justa causa⁶⁴.
10. Rosane atribui seu sucesso a alguns fatores. ‘Em primeiro lugar, sou uma *workholic assumida*. Depois, estou sempre *buscando novos conhecimentos*. E o mais importante foi a minha *determinação*. É decidir que você vai dar certo. Tomar decisões e não aceitar outro resultado que não seja o do sucesso. Nunca trabalhei com a hipótese de minha empresa não ser bem sucedida’, *afirma* a diretora da Nutricash⁶⁵.
11. O anúncio da crise acabou beneficiando *os profissionais* da área de TI. ‘*Este segmento cresce* em momentos de crise, já que as empresas de modo geral buscam processos cada vez mais automatizados para reduzir

⁶¹ A Tarde, Empregos & Negócios, 22.02.09, p. 8, grifo meu.

⁶² A Tarde, Empregos & Negócios, 01.03.09, p. 1, grifo meu.

⁶³ A Tarde, Empregos & Negócios, 01.03.09, p. 3, grifo meu.

⁶⁴ A Tarde, Empregos & Negócios, 01.03.09, p. 8, grifo meu.

⁶⁵ A Tarde, Empregos & Negócios, 08.02.09, p. 3, grifo meu.

custos fixos. Com isso, *aumenta a demanda* por nossos serviços’, explica Rubem Delgado, presidente da Assespro Nacional – Associação das Empresas Brasileiras de Tecnologia da Informação, Software e Internet e conselheiro fiscal da seccinal da Bahia.⁶⁶.

12. Mas para ser tão desejado, *o engenheiro deve atender a alguns requisitos básicos*. O inglês fluente, por exemplo, é indispensável. ‘O diferencial agora é falar um terceiro idioma’, avisa Manoel Carnaúba, da Braskem. *Ter visão sistêmica*, ou seja, *entender não só da sua área mas do negócio da empresa como um todo*, é outra habilidade apreciada, segundo Érico Oliveira [Superintendente de desenvolvimento e comunicação do Cofic - Comitê de Fomento Industrial de Camaçari]⁶⁷.
13. ‘Caso *o profissional* se acomode a ser o resolvidor de problemas tecnológicos ou cuidar de demandas que apareçam somente após o lançamento de produtos, sem antecipá-las, tende a ser *mais descartável*’ [Ricardo Neves, gerente de TI da PWC no Brasil]⁶⁸.

Os enunciados relacionados expressam vozes que indicam caminhos a percorrer (1), oportunidades de emprego (2,11), áreas com carências de profissionais (4) e em expansão (2,3,4,7,11), comportamentos a serem adotados (1,6,7,8) ou evitados (9,13), habilidades requisitadas pelo novo cenário mercadológico (1,3,6,12,13), exemplos a serem seguidos (7,10). A maioria das falas interpela um trabalhador, genericamente denominado de *profissional*, também ele ideal, que deve sempre estar em condições de atender às demandas suscitadas pelo mercado de trabalho: paciência, determinação, resiliência, autocontrole, conhecimentos em consonância com o mercado.

As fontes ouvidas para a elaboração das matérias, no presente trabalho, foram divididas em *públicas* e *privadas*. Fontes *públicas* são aqueles vinculadas ao governo. Já as fontes *privadas* foram divididas em três categorias: 1) Personalizada – nesta categoria foram agrupadas pessoas que foram consultadas com o escopo de dar testemunho e veracidade às matérias apresentadas; 2) Institucionais – pessoas que representam instituições privadas sem fins lucrativos; 3) Organizacional – pessoas que representam empresas. É importante notar que existe um cuidado

⁶⁶ A Tarde, *Empregos & Negócios*, 15.03.09, p. 1, grifo meu.

⁶⁷ A Tarde, *Empregos & Negócios*, 15.03.09, p. 3, grifo meu.

⁶⁸ A Tarde, *Empregos & Negócios*, 15.03.09, p. 8, grifo meu.

com relação à explicitação da procedência das falas. Elas são claramente identificadas, inclusive as personalizadas, não existindo fontes anônimas.

Tabela 4
Fontes das matérias

Data	Pública	Privada	Total
01/02	2	17	19
08/02	4	18	22
15/02	2	9	11
22/02	-	8	8
01/03	-	9	9
08/03	2	6	8
15/03	-	12	12
TOTAL	10	79	89

Existe uma discrepância com relação ao papel das diferentes falas no processo de construção de representações sobre trabalho e educação. De um total de 86 fontes ouvidas para a elaboração das matérias, setenta e nove (79) eram *privadas* e apenas (dez) 10 eram *públicas*. Existe, pois, quase um silenciamento do Estado sobre o binômio aqui em análise. Vale a pena, portanto, destacar, a seguir, passagens que expressem momentos em que as falas públicas se pronunciam:

1. O maior número é no Simm (sic) (Serviço Municipal de Intermediação de Mão-de-Obra), que recruta 1,5 mil cordeiros e disponibiliza ainda 330 vagas para a área de segurança (vigilantes, seguranças, coordenadores, fiscais e líderes de corda). O requisito é ensino médio completo. Para os vigilantes, é necessário ter curso atualizado e estatura mínima de 1,75m para os homens e 1,70m para as mulheres. É necessário apresentar carteira de trabalho, RG, comprovantes de residência e escolaridade⁶⁹.
2. De acordo com o gerente do órgão, Joviniano Queiroz, ‘os interessados em oportunidades temporárias para o carnaval devem ficar atentos às vagas oferecidas pelo órgão. Há expectativa de novas oportunidades nas primeiras semanas de fevereiro’, acentua ele⁷⁰.
3. De acordo com o Desembargador do Tribunal Regional de São Paulo (TRT), Marcelo Freire, o uso desse site na seleção ou na demissão de funcionários [Orkut] é ilegal. Meire disse que as empresas podem ser

⁶⁹ A Tarde, Empregos & Negócios, 01.02.09, p. 3.

⁷⁰ A Tarde, Empregos & Negócios, 01.02.09, p. 3.

processadas por invasão de privacidade e por não respeitarem o artigo da Constituição Federal que zela pelas garantias individuais⁷¹.

4. A Procuradora do Ministério Público do Trabalho de São Paulo (MPT) Adélia Augusto Domingues discorda: ‘o recrutador pode se valer de referências técnicas, mas não pessoais’⁷².
5. O Simm (sic) (...) terá um posto funcionando no próprio local do shopping [Shopping Paralela] a partir desta semana, onde os candidatos poderão se cadastrar⁷³.
6. Nesta semana os interessados podem se inscrever para 15 vagas de atendente de balcão, voltadas ao novo shopping. Exigência de ensino médio completo e seis meses de experiência⁷⁴.
7. O SineBahia avisa que, após o carnaval, a expectativa é de que mais 300 vagas temporárias estejam disponíveis⁷⁵.
8. O Simm (sic), Serviço de Intermediação de Mão-de-Obra e a Gelre, uma das principais agências de recrutamento temporários do País, ainda estão negociando com as empresas parceiras a divulgação das oportunidades para este período, o que demonstra que mais chances irão surgir⁷⁶.
9. Só a FINEP – Financiadora de Estudos e Projetos, entidade vinculada ao Ministério de Ciência e Tecnologia, oferece recursos da ordem de 450 milhões, com o Edital Subvenção Econômica Finep 2009, voltado para empresas de todo Brasil⁷⁷.
10. (...) o diretor de Inovação da Fapesb [Fundação de Ampara à Pesquisa do Estado da Bahia], Elias Ramos de Souza, afirma que nenhum projeto foi recebido formalmente pela instituição. ‘Mas, pela experiência que temos, sabemos que os projetos começam a chegar no último dia do prazo’, afirma⁷⁸.

Nos relatos constituídos com base nas fontes *públicas*, observa-se que os jornais acabam reduzindo-as a anúncios de vagas de empregos das agências de intermediação de mão-de-obra do Estado e do Município e operando como irradiador de ações do Estado, como no exemplo do financiamento e incentivo à inovação tecnológica para empresas. Neste sentido, ‘os enunciados informam: “O maior número é no Simm (...), que recruta. (...)”, “o requisito é (...)”, “é necessário apresentar (...)”, “o SineBahia avisa”, “os interessados podem se inscrever”, “O Simm

⁷¹ *A Tarde, Empregos & Negócios*, 08.02.09, p. 3.

⁷² *A Tarde, Empregos & Negócios*, 08.02.09, p. 3.

⁷³ *A Tarde, Empregos & Negócios*, 01.02.09, p. 8.

⁷⁴ *A Tarde, Empregos & Negócios*, 01.02.09, p. 8.

⁷⁵ *A Tarde, Empregos & Negócios*, 15.02.09, p.1.

⁷⁶ *A Tarde, Empregos & Negócios*, 15.02.09, p. 1.

⁷⁷ *A Tarde, Empregos & Negócios*, 08.03.09, p. 8.

⁷⁸ *A Tarde, Empregos & Negócios*, 08.03.09, p. 8.

(...) terá um posto funcionando no próprio local do shopping”, “oferece recursos”, . Nos exemplos 3 e 4, o Estado é convocado a dar um parecer sobre uma questão específica, mas que dista muito do real papel a ser adotado pelo Estado no que se refere à relação Trabalho e Educação.

A ausência de falas oficiais, em um contexto no qual a questão do desemprego assume uma dimensão significativa, revela que este problema deixa de ser tratado como uma *questão social*, consoante a perspectiva de Castel (2005), e passa a usar como referência o viés *individualizado*, através de um discurso que reforça a idéia do capital humano e que responde por diversas rubricas - (re)qualificação profissional, treinamento, etc. “Um discurso poderoso, uma ‘idéia-força’, uma idéia que tem força social, que realiza a crença” (BORDIEU, 1998 apud OLIVEIRA, 2007, 38). De acordo com Oliveira (2007), ao negar a *questão social* do desemprego, perde-se o seu caráter *público*, contribuindo, assim, para a desresponsabilização do Estado e da sociedade, de modo a esvaziar o trabalho, a educação e a qualificação como direitos. Cabe, pois, ao trabalhador o encargo por sua adequação ao mercado e, ao Estado, a instauração de políticas focalizadas de inserção social precárias, especialmente aquelas que dizem respeito à elaboração e execução de políticas de qualificação profissional, movimento que transfere a responsabilidade das políticas sociais para o campo privado.

Entre as fontes *privadas* podem ser destacadas três categorias: *personalizadas, institucionais e organizacionais* conforme a tabela a seguir.

Tabela 5
Caracterização das Fontes

Data	Personalizada	Institucional	Organizacional	TOTAL
01/02	7	4	7	18
08/02	10	2	6	18
15/02	5	2	3	10
22/02	5	2	2	9
01/03	3	1	3	7
08/03	4	1	1	6
15/03	1	5	5	11
TOTAL	35	17	27	79

As fontes *privadas* personalizadas podem ser representadas pelos trechos que se seguem:

1. ‘Desde que me formei, no ano passado, nunca fiquei sem trabalho. Os idiomas me ajudaram a ter oportunidades e um salário melhor’, diz ela [Beatriz Monteiro, 27 anos, fisioterapeuta]⁷⁹.
2. ‘Os três intercâmbios que realizei abriram as portas para minha carreira de escritora’, fala a jornalista Flávia Mariano, de 28 (sic), autora do livro “Intercâmbio: aí vou eu!”⁸⁰.
3. ‘A gente vê a teoria na faculdade, mas quando entramos no mercado de trabalho aprendemos muito através da prática”, conta a estudante que está atuando no setor financeiro da empresa [Jamile Fortunato, estudante de Administração]⁸¹.
4. O administrador de redes Pablo Santiago, de 26 (sic), é o responsável pela comunidade ‘Eu odeio trabalhar’, do Orkut (...) ‘Não tenho medo de me prejudicar. Meu chefe também está no Orkut’, diz ele⁸².
5. ‘Contratei os serviços de um coach, que refez todo o meu currículo, mostrou como deveria ser a minha postura e me deu uma visão de como o mercado estava me enxergando. Isso fez mudar minha visão sobre todo o processo e investir no que realmente importava, como cursos específicos’, conta ele [Janilton Luz, 31 anos]⁸³.
6. ‘Passei segurança aos meus gerentes. Mostrei que conseguiríamos sobreviver à crise. A liderança tem que ser inspiradora. Se você não inspira

⁷⁹ *A Tarde, Empregos & Negócios*, 01.02.09, p. 4.

⁸⁰ *A Tarde, Empregos & Negócios*, 01.02.09, p. 4.

⁸¹ *A Tarde, Empregos & Negócios*, 01.02.09, p. 8.

⁸² *A Tarde, Empregos & Negócios*, 08.02.09, p. 3.

⁸³ *A Tarde, Empregos & Negócios*, 22.02.09, p. 1.

confiança, não chega a lugar algum’, ensina ele [Pedro Amaral Dinkhuysen, 31 anos]⁸⁴.

7. ‘Foi um grande desafio, porque este mercado é extremamente competitivo. Concorremos com multinacionais e somos uma empresa genuinamente baiana, presente em dez estado brasileiros. Ninguém acreditava que íamos sobreviver, pois muitas empresas quebram neste ramo e nós já temos 16 anos de mercado’, comemora [Rosana Manica é gaúcha e veio para a Bahia há 30 anos]⁸⁵.

Os trechos selecionados e que representam falas personalizadas põem em relevo o uso do discurso direto, recurso a partir do qual os atores que são objeto da descrição jornalística são convidados a fazer uso da palavra. Evoca-se, através deste procedimento, um sentido de veracidade que se realiza por uma testemunha, com vistas a garantir legitimidade ao discurso. É um resgate das situações, dos espaços, das pessoas e dos seus cotidianos. O importante é evidenciar que são pessoas reais, possuem nome, idade, ocupação, rosto, pois são sempre fotografadas, compondo, assim, uma espécie de “coluna social” do mercado de trabalho. Conforme discussão estabelecida no primeiro capítulo, trata-se do culto à personalidade, aos mecanismos de individualização das questões públicas. São exemplos a serem seguidos. Uma tentativa de recuperação do referente perdido.

No caso de indivíduos vinculados a organizações, instituições ou governo, o cargo ocupado é sempre mencionado, de modo a reforçar uma respeitabilidade e uma legitimidade para seu representante. Das fontes institucionais, nove (9) estão, de algum modo, relacionadas ao campo educacional, seja intermediando a relação empresa-escola (IEL – Instituto Euvaldo Lodi; CIEE – Centro de Integração Empresa Escola; Abres - Associação Brasileira de Estágios), ou promovendo cursos de capacitação, intercâmbios, bolsas de estudo e pesquisa (SENAC – Serviço Nacional de Apoio a Aprendizagem; Aiesc – Organização estudantil que cuida de intercâmbio profissional; Latino Austrália Education; Inria – Instituto Nacional em Pesquisa em Informática da França; Daad - Serviço Alemão de Intercâmbio, Ipea – Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada). Outras três (3) instituições representam classes profissionais (Crea-Ba – Conselho Regional de Engenharia, Arquitetura e Agronomia da Bahia, SBC - Sociedade Brasileira de Coaching; ABRH – Associação Brasileira de Recursos Humanos) e as quatro (4) restantes

⁸⁴ *A Tarde, Empregos & Negócios*, 01.03.09, p. 1.

⁸⁵ *A Tarde, Empregos & Negócios*, 08.03.09, p. 3.

identificam associações ou sindicatos patronais (SECOVI – Sindicato da Habitação; Cofic – Comitê de Fomento Industrial de Camaçari; Assespro – Associação das Empresas Brasileiras de Tecnologia da Informação e Internet; Fieb – Federação das Indústrias do Estado da Bahia). Já as fontes organizacionais estão assim representadas: doze (12) empresas de Recursos Humanos, dois (2) setores de recursos humanos de empresas e as treze (13) restantes são de ocupantes dos mais variados cargos dentro das empresas (diretores de comunicação, de planejamento, vice-presidente, superintendente, sócio-fundador, etc).

As falas institucionais e organizacionais são sempre destacadas por *agentes soberanos* dos seus territórios de “caça”: *consultores organizacionais, headhunters, consultores de carreira, consultores em etiqueta empresarial e marketing pessoal, especialistas, coordenadores de recrutamento e seleção, coordenadores de intermediação para o trabalho, gerentes de RH, diretores corporativos, gerentes de talentos, sócios-presidentes, sócios, proprietários, empresários*, são alguns títulos dados a eles. Estes *agentes soberanos* reivindicam e defendem “com sucesso o direito de gerenciar e administrar a existência: o direito de definir a ordem e, por conseguinte, pôr de lado o caos como refugio que escapa à definição” (BAUMAN, 1999, p. 15). E, apesar de serem os donos da voz, eles, os consultores, os analistas simbólicos hiperqualificados, na verdade, representam a voz do dono. Dos donos do grande capital. Eles apresentam, em novas bases, a questão da apropriação do saber. Esse movimento evidencia uma importante contradição do capitalismo contemporâneo identificada no capítulo anterior, qual seja, apesar de uma percepção ampliada sobre a importância do conhecimento na acumulação de capital e na produção de riqueza, este só pode existir a partir de um “projeto coletivo, por mais fortalecida que seja a defesa da propriedade privada, das patentes, da propriedade intelectual” (SCHWARTZ, 1999 apud FONTENELLE, 1998, p. 169). E como o

saber, assim como a terra, só produz renda se seu uso for, por força da lei, excludente, pode-se dizer que o correlato moderno da velha cerca de arame farpado é a patente devidamente reconhecida e protegida (...). A patente, hoje mais do que nunca, assim como a cerca ontem, são condições necessárias ao capital. A elas o capital deve sua emergência e seu dinamismo” (HADDAD, 1998 apud FONTENELLE, 1998, p. 170).

Entre os donos da voz e a voz do dono ocorre, pois, a manutenção do contrato de aluguel de um tipo de capital específico: o capital humano. A consultoria, a assessoria especializada, “se

constitui em um estrato altamente privilegiado e até certo ponto poderoso da força de trabalho, à medida que o capitalismo depende cada vez mais da mobilização de forças de trabalho intelectual como veículo para mais acumulação” (HARVEY, 2001, p. 175). Caracteriza um tipo de produção autônoma cuja base de exploração se materializa, como visto no capítulo anterior, através da prestação de *serviços*. É uma forma de trabalho individualista e claramente definida pelos parâmetros estabelecidos pelo mercado, representando, na realidade, a exteriorização de atividades antes realizadas no interior das empresas, pondo em evidência a expansão do emprego na área de serviços.

O profissional que presta serviços de consultoria aluga algo que é parte dele e que se configura nele: seu capital humano. No material analisado eles alcançam um lugar quase sagrado. Como “gurus”, transitam, cheios de mistério, assumindo o papel de interlocutores entre o mercado de trabalho e o empregado ou o candidato à uma vaga de emprego. Prática que aponta para um tipo de atividade que se estrutura

em torno de uma série de relações estabelecidas nas várias fases que compõem a ‘economia da informação’, nas quais o que conta, fundamentalmente, é o trabalho conceitual e interativo, ou seja, inserido em redes de informação, nas quais o próprio ‘consumo da rede cria riqueza, a transação se transforma no produto’” (FONTENELLE, 1998 p. 168).

É pertinente, pois, o questionamento de Fontenelle: “nesse novo cenário, como é possível medir a produtividade e, por conseqüência, a mais-valia?” (1998, p. 68). O certo é que os consultores exercem, segundo Patrick Charandeu (2006), através de seus discursos, um importante espaço *de relação*, ou seja, aquele no qual o sujeito falante constrói sua própria identidade de locutor ao estabelecer relações de força, ou de aliança, de exclusão, ou inclusão, de agressão ou convivência com seu interlocutor.

Contudo, a soberania exercida pelo especialista nas suas áreas de conhecimento reduz seus poderes coercitivos e/ou intelectuais ao seu universo de atuação. Assim, “com propósitos estabelecidos na medida dos territórios, suas batalhas são vitoriosas. Os propósitos são alcançados, o caos é enxotado para fora do portão e a ordem é estabelecida” (BAUMAN, 1999, p. 20). Os problemas, o caos instalado em torno do mundo do trabalho existe, pois, fora do caderno

Empregos & Negócios. No material analisado, as contradições e/ou divergências de opiniões são evitadas ou amenizadas, na medida em que são tratadas como algo natural. É o que se depreende dos seguintes trechos extraídos dos jornais:

1. ‘*O domínio de um ou mais idiomas, além de ser uma exigência no currículo, abre as portas para o sucesso do profissional nas mais diversas áreas*’, fala o coach (consultor de carreiras) Maurício Sampaio, diretor corporativo da Sociedade Brasileira de Coaching (SBC).

De acordo com Gustavo Nascimento, gerente de talentos do Grupo Foco, *dominar diferentes línguas não significa aumento de salário. Ser poliglota, hoje, é sinônimo de mais chances de promoção no mercado. ‘A tendência é que os profissionais com um segundo idioma tenham mais possibilidades de trabalho e condições de optar melhor sobre a carreira’*, destaca⁸⁶.

2. Para Pedro Amaral Dinkhuysen, diretor-geral da Stanton Chase, empresa líder em recrutamento e seleção para executivos, *os profissionais precisam ficar atento (sic) a dois pontos principais em virtude do novo cenário. O primeiro deles é entender que, a partir de agora, será necessário trabalhar mais para, às vezes, ganhar menos com o objetivo de garantir o emprego. ‘Hoje, o profissional precisa trabalhar muito. Isso parece lógico, mas, há dois anos, não era necessário se esforçar tanto para conseguir os resultados previstos, já que o volume de negócios em transação era intenso’*, explica ele⁸⁷.

3. ‘Caro Max, o que vale mais: *ser eficiente* ou ser amigo do chefe? Porque, na minha empresa, só cupinchas estão sendo promovidos’. Gloria.

‘Em sua empresa, Glória, evidentemente vale mais puxar o saco do chefe. Mas, pelo tom de sua pergunta, você não está disposta a seguir esse caminho degradante. Partindo do princípio de que essa situação não irá mudar tão cedo, *saia antes que seja tarde. Ficar aí só vai lhe causar frustrações e dissabores, além de retardar sua carreira. Deixe o puxa-saquismo para quem não tem competências para ser eficiente*’.

‘Nas promoções, a minha empresa adota o *preferencialismo, privilegiando os incompetentes*. Gostaria de saber qual a melhor maneira de lidar com essa situação? Josué.

Eu nunca tinha ouvido esse neologismo, Josué. Mas se a sua empresa não está mesmo disposta a *adotar o diferencilismo, privilegiando o mérito*, você pode *adotar o desistencilismo, pedindo o boné pra buscar vaga* em uma empresa com verdadeiros gestores no comando.⁸⁸

⁸⁶ A Tarde, *Empregos & Negócios*, 01.02.09, p. 4, grifo meu.

⁸⁷ A Tarde, *Empregos & Negócios*, 01.03.09, p. 3, grifo meu.

⁸⁸ A Tarde, *Empregos & Negócios*, 01.02.09, p. 3, grifo meu.

4. O anúncio da crise, por sua vez, acabou beneficiando os profissionais da área de TI. 'Este segmento cresce em momentos de crise, já que as empresas de modo geral buscam processos cada vez mais automatizados para reduzir custos fixos. Com isso, aumenta a demanda por nossos serviços', explica Rubem Delgado, presidente da Assespro Nacional – Associação das Empresas Brasileiras de Tecnologia da Informação, Software e Internet e conselheiro fiscal da seccional da Bahia⁸⁹.

'Trabalhava numa área que tinha 12 funcionários. Hoje, somos apenas sete. E a empresa está acenando com novos cortes. Cada um de nós já está trabalhando por dois. Estamos todos muito preocupados. O que fazer?' Paulo.

Entendo o seu ponto de vista, Paulo. Agora, vamos tentar entender o da empresa. O fato de que existiam 12 funcionários não significa que fosse o número ideal. Se eles tinham uma carga máxima de trabalho, não há como cortar o efetivo pela metade sem prejudicar a produção ou a qualidade. Se isso não aconteceu, das duas uma: ou havia gordura sobrando ou a sua empresa implantou programas de produtividade, automatizando parte do processo e eliminando algumas atividades. O melhor exemplo desta transformação são as montadoras de automóveis, que hoje produzem o triplo de carros com um terço do pessoal. Ou é isso ou vocês estão sendo física e mentalmente explorados⁹⁰.

Os enunciados em destaque retratam uma realidade fragmentada, pois não parecem fazer parte de um processo social mais amplo. Tudo ali é fruto do tempo presente. E como não se observam análises causais em relação às questões implicadas no universo temático do caderno, ocorre um reforço da naturalização anteriormente analisada. Assim, apesar de uma matéria afiançar que o domínio de idiomas é *garantia* de sucesso (1), reafirmando a necessidade do investimento no capital humano, esse domínio *não significa aumento de salário*, mas tão somente a sobrevivência no mercado. Os especialistas e os depoentes citados na matéria auxiliam o jornal a compor representações que reforçam valores sociais e econômicos sobre o binômio trabalho e educação. Para além da imposição de um valor sobre o binômio em análise, altera-se a intensidade deste, de modo a prevalecer o lado da questão que o discurso jornalístico considera mais relevante. Portanto, a tentativa do jornal em interpretar comportamentos e tendências do mercado acaba diminuindo o impacto das situações ou opiniões divergentes, por isso o uso do testemunho de cinco pessoas creditando suas histórias exitosas no mercado de trabalho ao fato de serem

⁸⁹ A Tarde, Empregos & Negócios, 15.03.09, p. 1, grifo meu.

⁹⁰ A Tarde, Empregos & Negócios, 15.03.09, p. 3, grifo meu.

políglotas, como contraponto à fala de um consultor apontando os limites para a aquisição desse tipo conhecimento.

Há dois anos não era necessário, mas hoje, em virtude do novo cenário, a partir de agora, faz-se necessário trabalhar mais para, às vezes, ganhar menos com o objetivo de garantir o emprego (2). E como o volume de negócios em transação caiu, tornou-se imperativo o profissional *entender* e conformar-se com essa realidade com o escopo de garantir o emprego, ou seja, não era necessário, mas agora é. Simples assim. Os discursos construídos pelo jornal com o auxílio dos especialistas são auto explicativos. Toda a diversidade do problema é dissimulada em detrimento de uma idéia consensual. Em termos ideológicos, apagam-se os processos históricos que instituíram as relações de classe. Em especial, são ocultadas as próprias condições de existência do capital: a exploração da força de trabalho sob a forma assalariada e a transformação da força de trabalho em mercadoria.

Os questionamentos feitos ao consultor Max Gehringer, nos enunciados de número três (3) dizem respeito a um aspecto muito caro ao modo de produção capitalista e que também é enxotado para fora do caderno: a relação contratual presente na compra e venda da força de trabalho. Ser proprietário dos meios de produção ou da força de trabalho não é uma questão de escolha, pois resulta de um processo social e historicamente estabelecido. Trata-se de uma relação assimétrica. Portanto, estar de um lado ou de outro faz toda a diferença. O problema é apagar essa diferença a partir da pressuposição de que a propriedade da força de trabalho confere ao trabalhador o direito inalienável de comerciá-la livremente. Como, então, interpretar o conselho do consultor: “*Saia antes que seja tarde. Ficar aí só vai lhe causar frustrações e dissabores, além de retardar sua carreira*”; ou o irônico: “*you pode adotar o desistencialismo, pedindo o boné pra buscar vaga em uma empresa com verdadeiros gestores no comando*”. Essa idéia de que o trabalhador é dono do seu tempo, do seu capital humano e que portanto pode dispor dele do modo que melhor lhe aprouver, no mercado de trabalho, pressupõe uma igualdade apenas formal e aparente. No entanto, esse ato de compra e venda que, em tese, pressupõe o princípio da igualdade entre as partes envolvidas, na verdade, opera um princípio oposto, o da *desigualdade*. E os

que devem pagar o acesso aos meios para usar suas capacidades e exercer suas energias – e pagam transferindo a outros tanto o controle de suas capacidades

como parte do produto – essas pessoas, digo, vêm recusada a igualdade no uso, desenvolvimento e desfrute de suas próprias capacidades. E, em uma moderna sociedade de mercado, a maioria pertence a essa categoria (MACPHERSON, 1991 apud GENTILLI, 1995, p. 241).

O anúncio da crise, por sua vez, acabou beneficiando os profissionais da área de TI. ‘Este segmento cresce em momentos de crise, já que as empresas de modo geral buscam processos cada vez mais automatizados para reduzir custos fixo (4). Nessa exposição de novas tendências, as supostas causas para o entendimento do movimento que promove alterações de valor simbólico sobre determinados setores da economia não são citadas pela reportagem. E, no entanto, estas alterações afetam relações sociais e promovem sentimentos de insegurança em relação ao trabalho: ‘Trabalhava numa área que tinha 12 funcionários. Hoje, somos apenas sete. E a empresa está acenando com novos cortes. Cada um de nós já está trabalhando por dois. Estamos todos muito preocupados. O que fazer?’

o processo de *acumulação flexível* (HARVEY, 2001) assenta-se sob duas estratégias de geração de lucro: a mais-valia absoluta e a mais-valia relativa, ou seja, a diferença entre o que o trabalho obtém e cria.

A primeira ocorre devido aos intensos processos de subcontratação – especialmente da base produtiva/fabril -, nos quais as grandes corporações transferem parte de suas atividades para espaços sociais nos quais se pode operar com jornadas de trabalho extensas e salários baixos. A mais-valia relativa é obtida por meio das inovações técnico-organizacionais (FONTENELLE, 2002, p. 165).

As inovações técnico-organizacionais suscitam a *intelectualização* de uma parcela da classe trabalhadora. Parcela que está bem distante de poder ser generalizada, apesar de, também ela, ser explorada através da produção da mais-valia relativa. Diz respeito, portanto, a um restrito número de profissionais. Além disso, a automatização de processos com vistas à redução de custos, na prática, significa a substituição do *trabalho vivo* pelo *trabalho morto*, reduzindo o operariado industrial, na medida em que o saber intelectual é convertido em potência material. Concretamente, tem-se a simplificação, mecanização e transferência do trabalho manual (*trabalho vivo, produtivo*) para as máquinas (*trabalho morto, improdutivo*).

Procedem, portanto, as preocupações do leitor que enviou seu questionamento ao responsável pela Coluna *Carreira de Talento*. O que não procede é a resposta do especialista: “ou havia *gordura sobrando* ou a sua empresa implantou programas de produtividade, *automatizando parte do processo e eliminando algumas atividades*”. O que ele chama de *gordura* quer dizer “gente”. Automatizar processos e eliminar atividades se constituem em eufemismos para demissão, desemprego. E o exemplo dado pelo consultor como referência para explicar as transformações em voga, o caso das montadoras de automóveis, apenas ratifica o argumento, a idéia, de que é natural que seja assim, pois produzir *o triplo de carros com um terço do pessoal* representa toda a lógica do sistema capitalista. Faz sentido porque esse é o ponto de vista da empresa. E é ele que deve ser *entendido*.

A edição do dia 15.03.09 é toda dedicada às áreas de atuação com potencialidades geradoras de empregos, incluindo a *crise* financeira. O *lead* do texto da primeira página é taxativo:

A copa do mundo de 2014, o Programa de Aceleração do Crescimento (PAC), a preocupação das empresas com a responsabilidade socioambiental e, acredite, *até* a crise financeira são fatores que impulsionam o mercado de trabalho para profissionais de áreas específicas, como as engenharias, tecnologia da informação TI e gestão ambiental.⁹¹

Como elemento comprobatório da existência de empregos nas áreas sugeridas pela matéria, além das falas especializadas, são utilizados, para a área de engenharia, dados de uma pesquisa realizada pela CNI – Confederação Nacional das Indústrias e que indicam os seguintes números:

25 é o número de profissionais necessário para cada grupo de 100 mil habitantes no Brasil, para atender à demanda de vagas disponíveis. Mas o País possui apenas seis engenheiros para cada grupo de 100 mil habitantes. São dados da pesquisa de 2007.

30 mil graduados. Este é o total de engenheiros formados no País em 2006. Enquanto que a Coréia do Sul graduou 80 mil engenheiros e a China *despejou* no mercado 400 mil novos engenheiros, no mesmo ano⁹².

⁹¹ *A Tarde, Empregos & Negócios*, 15.03.09, grifo meu.

⁹² *A Tarde, Empregos & Negócios*, 15.03.09, grifo meu.

Os dados acima representam conclusões obtidas a partir de levantamentos genéricos. A citação dos números sugere a dispensa de qualquer retorno ao referente trabalho ou às situações práticas que dele decorrem. Esse tipo de informação acrescenta muito pouco ao leitor, na medida em que torna os dados publicados pouco esclarecedores, pois induzem a armadilhas de significância a que os números podem levar. O caso da engenharia, como destacado pela própria matéria, é sintomático desse tipo de problema. Se, no Brasil, 30 mil graduados foram “despejados” no mercado no ano de 2007, como, então, sustentar a idéia de carência de profissionais? O problema é o tipo de profissional exigido: o qualificado.

Para Manoel Carnaúba, vice-presidente executivo da Braskem, a dificuldade é encontrar profissionais formados de acordo com as *necessidades da indústria*. ‘*As grades curriculares das universidades nos parecem defasadas em relação às demandas da indústria* e isso tem nos levado a elaborar uma série de programas de especialização para os recém formados, destaca.

O Cofic, em parceria com a Universidade Federal da Bahia e com o Senai, desenvolveu dois cursos de especialização focados nas necessidades da indústria. Além disso, a entidade investiu em palestras que são ministradas nas universidades e em turmas de ensino médio, com o intuito de mostrar as vantagens de se *investir na área de engenharia como carreira*⁹³.

A demanda por profissionais na área de engenharia é tão grande, segundo a matéria, que a média salarial desse profissional teria triplicado nos últimos anos: passou de R\$ 1,5 mil para R\$ 4,5 mil, podendo atingir o patamar dos R\$ 18 mil no decorrer da carreira. “No pólo, a média da remuneração inicial do engenheiro fica entre R\$ 5mil e R\$ 6 mil, podendo chegar a R\$ 18 mil no decorrer da carreira. Para se ter uma idéia, a maioria dos dirigentes do pólo são engenheiros.⁹⁴” Se existe demanda, se a remuneração é acima da média, e se a indústria tem buscado suprir essa defasagem criando programas específicos para recém formados ou alunos de ensino médio, existem dois culpados: o sistema de ensino, na medida em que “despeja” no mercado uma mercadoria, uma mão-de-obra, aquém das expectativas da indústria e o próprio trabalhador, pois este não *investe* em uma formação mais aprimorada, pois para ser desejado,

o engenheiro deve atender a alguns requisitos básicos. O inglês fluente, por exemplo, é indispensável. ‘O diferencial agora é falar um terceiro idioma’, avisa Manoel Carnaúba, da Braskem. Ter visão sistêmica, ou seja, entender não

⁹³ *A Tarde, Empregos & Negócios*, 15.03.09, p. 3.

⁹⁴ *A Tarde, Empregos & Negócios*, 15.03.09, p. 3.

só da sua área mas do negócio da empresa como um todo, é outra habilidade apreciada, segundo Érico Oliveira⁹⁵.

E, no entanto,

o momento de crise fez paralisar as contratações de engenheiros, principalmente em centros industriais dos setores mais afetados, como o automotivo e de *processos químicos*, aponta Irundi Edelweiss, vice-presidente da Fieb – Federação das Indústrias do Estado da Bahia e coordenador do conselho de Meio Ambiente do Sistema Fieb.⁹⁶

O setor de processos químicos aparece, em outro trecho da matéria, como promotor de postos de trabalho em função da ação de fiscalização, cada vez mais incisiva, da sociedade civil organizada e dos órgãos competentes relacionados ao meio ambiente, além das próprias empresas, interessadas em ver suas marcas distantes de desastres ambientais.

A demanda principal vem das indústrias que possuem processos de produção mais críticos, como as do ramo alimentício e o *processamento de produtos químicos*. E nessa área são requisitados os mais diversos tipos de profissionais. Desde os biólogos, químicos, *engenheiros químicos*, até advogados que concentram seus esforços neste segmento, como destaca Edelweiss⁹⁷.

O que se observa é que a complexidade e a dinâmica interna de um campo profissional são simplificadas e como não existe uma preocupação em discutir uma conjuntura marcada por transformações profundas e contraditórias no mundo do trabalho (desregulamentação, flexibilização, terceirização, qualidade total, reengenharia, etc), o que se sobrepõe, na reportagem, é a existência de vagas *para os qualificados*. A questão, portanto, é passível de resolução, a partir do momento em que se reconhece a necessidade de um “ajuste”: a qualificação. E essa é a tônica de todo caderno. Existem vagas: “2,9 mil vagas para o carnaval⁹⁸”, “Existem oportunidades em diversas áreas⁹⁹”, “650 Vagas. Época é propícia para procurar estágio¹⁰⁰”, “Shopping Paralela recruta para suas lojas¹⁰¹”, “Páscoa oferece 492 vagas¹⁰²”,

⁹⁵ *A Tarde, Empregos & Negócios*, 15.03.09, p. 3.

⁹⁶ *A Tarde, Empregos & Negócios*, 15.03.09, p. 1, grifo meu.

⁹⁷ *A Tarde, Empregos & Negócios*, 15.03.09, p. 1, grifo meu.

⁹⁸ *A Tarde, Empregos & Negócios*, 02.03.09, p. 1.

⁹⁹ *A Tarde, Empregos & Negócios*, 02.03.09, p. 3.

¹⁰⁰ *A Tarde, Empregos & Negócios*, 02.02.09, p. 8.

¹⁰¹ *A Tarde, Empregos & Negócios*, 08.02.09, p. 8.

¹⁰² *A Tarde, Empregos & Negócios*, 15.02.09, p. 1.

“Bolsas para brasileiros na Austrália e França¹⁰³”, “Empresa abre 100 vagas temporárias¹⁰⁴”, “Doutorado para todas as áreas na Alemanha¹⁰⁵”, “Engenharia, TI e meio ambiente estão em alta¹⁰⁶”, “TI tem mais de 40 mil vagas em todo o país¹⁰⁷”. O problema é a qualificação. Ou melhor, a falta dela. É o que se depreende nos excertos que se seguem:

1. A busca constante por melhores oportunidades de trabalho e pelo crescimento profissional *incentiva* os universitários, estagiários e profissionais a *investirem em cursos de idiomas e intercâmbios no exterior*. Com a globalização, há uma maior procura por aulas de francês, alemão e mandarim, além dos obrigatórios inglês e espanhol.¹⁰⁸
2. “Tenho 29 anos e só agora vou começar uma faculdade. *Como recuperar o tempo perdido?*” Ailton.

Você já está fazendo, Ailton. A faculdade é o primeiro passo. Não sei se *fala inglês*, mas isso também *é importante*. Porém, tenha em mente que no mercado de trabalho não há atalhos. O fato de você concluir uma faculdade aos 33 anos *não o colocará numa posição de vantagem*, em uma comparação com alguém de 22 anos, que tenha a mesma formação. Encare a faculdade – e outros cursos que venha a fazer – não como uma chave que lhe abrirá portas a curto prazo, mas como seguro profissional para quando você passar dos 40 anos¹⁰⁹.

3. Tenho 21 anos, sou estudante do 3º semestre do curso tecnológico de Gestão Financeira e estou em busca de uma *oportunidade na área financeira*, mas as *exigências da empresas (sic) são cada vez maiores*, juntamente com a grande demanda por emprego. O que devo fazer para me destacar em relação aos outros candidatos?

Estudar mais, ralar mais, esforçar-se mais e finalmente saber mais que os outros: quem sabe tem uma vantagem estratégica enorme, imensa mesmo. E aí, se tiver vontade, então é o nosso candidato. Não tenha dúvida: procure muito até encontrar o melhor cargo e a melhor empresa. E mais: fique ou saia da empresa, dependendo da qualidade da oportunidade que você está encontrando. Lembre-se de que a primeira condição é a vontade de ganhar!¹¹⁰

4. Para o diretor, alguns cuidados com a carreira também ajudam a dar mais segurança nestes momentos. ‘Em primeiro lugar, tem que ter confiança na sua capacidade. Depois, *é investir em você como profissional, sempre*

¹⁰³ A Tarde, Empregos & Negócios, 15.02.09, p. 4.

¹⁰⁴ A Tarde, Empregos & Negócios, 08.03.09, p. 3.

¹⁰⁵ A Tarde, Empregos & Negócios, 22.03.09, p. 4.

¹⁰⁶ A Tarde, Empregos & Negócios, 15.03.09, p. 1.

¹⁰⁷ A Tarde, Empregos & Negócios, 15.03.09, p. 8.

¹⁰⁸ A Tarde, Empregos & Negócios, 01.02.09, p. 1, grifo meu

¹⁰⁹ A Tarde, Empregos & Negócios, 15.02.09, p. 3, grifo meu

¹¹⁰ A Tarde, Empregos & Negócios, 22.02.09, p. 1, grifo meu

*buscando se aperfeiçoar, se atualizar, para conseguir atingir seus objetivos. Nenhuma empresa vai demitir um profissional capacitado por causa de uma crise temporária. Serão demitidos aqueles que abaixarem a cabeça para a situação*¹¹¹.

5. Trabalhei numa empresa durante 17 anos. *Não concluí a faculdade*, mas sempre fui reconhecida como uma colaboradora assídua e motivada, que dava conta do recado. No ano passado, um novo diretor foi contratado e fui despedida *por falta de perfil*. Estou com 35 anos e faz oito meses que procuro uma nova colocação, mas só recebo propostas salariais ridículas. Devo continuar insistindo ou aceito qualquer coisa? Elizete.

Por mais que isso doa, Elizete, a segunda opção é a mais indicada. Sem entrar no mérito de sua demissão, *you deixou de fazer algo essencial para se adequar às exigências do mercado de trabalho: atualizar-se*. E agora, ao buscar uma vaga semelhante, *you compete com pessoas bem mais qualificadas, academicamente falando*. Porém, diria que sua situação não é desesperadora. Aos 35 anos, você ainda tem muito fôlego. Há profissionais na faixa dos 50 anos que estão passando pelo mesmo dissabor e co menos condições de recuperar o tempo perdido, por isso. Por isso, Elizete, qualquer que seja o emprego que você conseguir, não vacile mais. *Conclua seus estudos porque eles serão vitais para seus próximos 30 anos de carreira*¹¹².

6. Tenho 46 anos e sempre fui vendedor em grandes empresas. Em minha casa, há uma prateleira cheia de prêmios que eu ganhei. Porém, pela primeira vez na vida, estou parado. Faz cinco meses que não consigo um emprego. Será que a profissão de vendedor mudou e não percebi? Paulo.

Sim, mudou. Principalmente, nas grandes empresas. *A oferta de profissionais com nível superior, que se candidatam a vagas de vendedor vem crescendo a cada ano. São jovens com gás e muitos diplomas, que falam inglês e sabem informática*. Mesmo que *tal excesso de qualificação não seja requerido para a função, as organizações aproveitam a abundância de pretendentes*. Você pode *correr atrás e se atualizar* ou mudar o foco e procurar vagas em empresas de menor porte¹¹³.

A tendência à generalização é um aspecto comum às representações. Generaliza-se, pois, a inevitabilidade da educação como ferramenta para a permanência ou entrada no mercado de trabalho. No universo do caderno, ela, a educação, ou capital humano, aparece como qualificação, certificação, investimento na carreira-profissão, atualização, especialização, capacitação, intercâmbio. A Educação é representada como promotora, potencializadora da força

¹¹¹ *A Tarde, Empregos & Negócios*, 01.03.09, p. 1, grifo meu

¹¹² GEHREINGER, Max. *Curiosos têm mais chance de sucesso*. Carreira de talento, *A Tarde, Empregos & Negócios*, 08.03.09, p. 3, grifo meu.

¹¹³ GEHREINGER, Max. *Líder valoriza quem dá bons resultados*. Carreira de talento, *A Tarde, Empregos & Negócios*, 15.03.09, p. 1, grifo meu.

de trabalho, renda e capital, em uma dimensão que acaba por reduzi-la à “uma questão técnica, a uma tecnologia educacional cuja função precípua é ajustar requisitos educacionais a pré-requisitos de uma ocupação no mercado de trabalho de uma dada sociedade. Trata-se de uma perspectiva instrumentalista e funcional da educação” (FRIGOTTO, 1993, p.16).

Em que pese a necessidade concreta de o indivíduo atualizar seus conhecimentos, entre outras coisas, por conta do avanço tecnológico, o trabalho “enquanto dimensão humana consciente, que transforma a natureza e o próprio ser que trabalha, envolve e produz conhecimentos tanto técnicos quanto sociais, sendo que muitos desses conhecimentos podem ser apropriados por outrem, sistematizados, resignificados e transmitidos por meio de processos educativos” (LIMA, 2007, p. 63). O problema é que a aquisição de conhecimentos é apresentada como solução transformadora e imediata. Estabelece-se uma relação linear entre estar empregado e manter-se atualizado ou em busca do aperfeiçoamento. É uma *vantagem estratégica*. Permite, por exemplo, a escolha de melhores oportunidades de trabalho e/ou crescimento profissional (1, 4, 5). Contudo, a dinâmica do mercado demonstra outro quadro: a massificação das ofertas de cursos acaba desvalorizando os títulos, os diplomas. E como a máxima do mercado, para qualquer mercadoria, é a lei da oferta e da procura, mesmo que o “excesso de qualificação” não seja requerido para o exercício de determinada função, “as organizações *aproveitam a abundância de pretendentes*”.

Por outro lado, ausência de qualificação representa a saída do mercado de trabalho (exemplos 3, 6 e 7), ou a estagnação (3). Estar, pois, afastado do mercado de trabalho é uma opção dos sujeitos: “você deixou de fazer”, “não concluí”, a “profissão de vendedor mudou e *eu não vi*”. A saída, portanto, é individual e não vem sem um ônus, um preço relativamente alto a ser pago pelo deslize cometido: “você *pode* correr atrás e *se atualizar ou mudar o foco* e procurar vagas em empresas de menor porte”; “Devo continuar insistindo ou aceito qualquer coisa? Por mais que isso doa, Elizete, a segunda opção é a mais indicada”.

O aspecto sistemático como a representação trabalho-educação, metamorfoseada em formação-emprego, ganha corpo no discurso do caderno oculta uma relação desigual entre as classes, em função da linearidade estabelecida entre o título escolar e o lugar ocupado no mercado de trabalho. Desse modo, “a noção de hierarquia de postos de trabalho é estabelecida a partir de uma

escala de qualificações profissionais e são associadas, por sua vez, a níveis também hierárquicos de escolaridade, ou melhor a um credenciamento escolar oficial” (KUENZER, 1985 apud MANFREDI, 2007, p. 16). Para o consultor, na condição de porta-voz do mercado, é natural que o título, o certificado, sirva de parâmetro definidor do posto/função exercida no mercado de trabalho.

1. Pessoas como Pedro Amaral Dinkhuysen, 31 anos, *aproveitam o momento turbulento para mostrar suas potencialidades* e conquistar cargos melhores. Em setembro de 2007, Pedro atuava como gerente executivo de uma empresa da área de recursos humanos, quando assumiu um desafio: atuar na filial da organização em Nova Iorque, nos Estados Unidos. Só que, em janeiro do ano passado, o executivo recebeu outra proposta tentadora de uma empresa concorrente: ocupar o cargo de diretor de uma das operações em andamento aqui no Brasil. Pedro Amaral Dinkhuysen não só aceitou o convite como, em apenas oito meses, foi promovido a diretor-geral da Stanton Chase, uma multinacional de seleção de executivos, planejamento organizacional e consultoria em serviços de recrutamento e seleção.¹¹⁴
2. Outro *exemplo* que contrariou todas as previsões de caos foi o protagonizado por Adilson Ribeiro de Almeida, diretor de planejamento e logística do Grupo Indeba – Indústria baiana que atua há 42 anos no segmento de produtos de limpeza industrial. *Graduado em economia e pós-graduado em gestão de negócios*, Adilson providenciou um *planejamento estratégico* para combater os efeitos da crise¹¹⁵.
3. ‘Eu *poderia virar mulher de executivo de alto nível*. Mas não quis. (...) Rosane atribui seu sucesso a alguns fatores. ‘Em primeiro lugar, sou uma *workholic assumida*. Depois, estou sempre *buscando novos conhecimentos*. E o mais importante foi a minha *determinação*. É decidir que você vai dar certo. Tomar decisões e não aceitar outro resultado que não seja o do sucesso. Nunca trabalhei com a hipótese de minha empresa não ser bem sucedida’, *afirma* a diretora da Nutricash¹¹⁶.

Nos enunciados acima, não são questionados, por exemplo, os lugares a partir dos quais estes sujeitos falam. Eles realmente puderam escolher. Decidiram se iam ou não trabalhar: *Eu poderia virar mulher de executivo de alto nível. Mas não quis*; os melhores cargos, nos melhores cenários: “Pedro *atuava como gerente executivo* de uma empresa da área de recursos humanos, quando *assumiu um desafio: atuar na filial* da organização em Nova Iorque, nos Estados

¹¹⁴ A Tarde, Empregos & Negócios, 01.03.09, p. 1, grifo meu.

¹¹⁵ A Tarde, Empregos & Negócios, 01.03.09, p. 1, grifo meu.

¹¹⁶ A Tarde, Empregos & Negócios, 08.02.09, p. 3, grifo meu.

Unidos”. Eles podem, sim, ficar ou sair de um emprego, a depender da qualidade dessa oportunidade. Podem, sobretudo, decidir que vão “dar certo. *Tomar decisões e não aceitar outro resultado* que não seja o do sucesso”. Os exemplos 1 e 2 são mostrados em uma matéria cujo título é: “Eles usam a crise como trampolim para o *sucesso*. Transmitir segurança e paciência pode trazer bons resultados”¹¹⁷. O exemplo 3 é de uma matéria com o título: “Mulheres comandam longe do preconceito. Duas empresárias de *sucesso* dizem por que acreditam que as profissionais não são discriminadas por gênero no mercado de trabalho”, e faz parte da reportagem de capa do caderno, no dia 08.03.09, dia Internacional da Mulher, cujo título é: “Elas provam que mulher é sexo forte. Conheça histórias de profissionais que conquistaram *sucesso* com talento, criatividade e garra”¹¹⁸. Evoca-se, em todos os casos (1,2,3), o discurso meritocrático como responsável pelo sucesso dessas pessoas. A qualificação, o conhecimento constituído de modo privado e a partir de experiências ao longo de uma trajetória escolar e profissional são tratadas sob uma ótica que afasta qualquer conotação ou condicionamento sociocultural. Contudo, apesar de a reportagem não mencionar as origens dos sujeitos eleitos como exemplos a serem seguidos, fica claro, nos três exemplos destacados, que eles passam ao largo dos projetos de qualificação subvencionados pelo Estado, ou das “liquidações” de produtos educacionais promovidas todo domingo no caderno.

Depreende-se, ainda dos exemplo em análise (1,2,3), que o jornal generaliza o sucesso no mercado de trabalho como se ele estivesse ao alcance de qualquer trabalhador ou pequeno empresário. E avalia: “*enquanto alguns choramingam os prejuízos da crise e estremece de medo só de pensar em perder o emprego, Pedro Amaral Dinkhuysen, 31, aproveita o momento turbulento para mostra suas potencialidades e conquistar cargos melhores.*”¹¹⁹ Do mesmo modo que nos trechos a seguir:

1. Que as mulheres ocupam menos cargos de chefia e que elas ainda têm salários menores do que os dos homens todo mundo já está careca de saber e o IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística já está “*cansado*” de divulgar nas suas estatísticas. Em, 2008, por exemplo, o IBGE constatou que o rendimento médio das mulheres equivalia a 71,3% do recebido pelos homens. E se você quer saber, *estes números e*

¹¹⁷ A Tarde, Empregos & Negócios, 01.03.09, p. 1.

¹¹⁸ A Tarde, Empregos & Negócios, 08.03.09, p. 3.

¹¹⁹ A Tarde, Empregos & Negócios, 01.03.09, p. 3.

estatísticas não significam, nem interferem em nada na vida de quatro mulheres que o caderno Empregos Negócios entrevistou. De uma maneira ou de outra, as quatro personagens desta matéria mostram que o objetivo que almejavam foi conquistado e com muito louvor¹²⁰.

2. Rosane não concorda com a *lenda* de que existem poucas mulheres em posição de comando porque haveria um complô masculino que as impediria de conquistar cargos mais altos. Para a diretora da Nutricash, as mulheres estão menos representadas nos cargos de destaque porque *a maioria não está disposta a pagar o preço que é preciso para isso*, como, por exemplo, *ter que deixar o filho doente em casa e ir trabalhar ou viajar a negócios*.¹²¹

Expressões como: “*enquanto alguns choramingam*”, “*estremecem de medo*”, “*já está ‘cansado’ de divulgar*”; “*estes números e estatísticas não significam, nem interferem em nada na vida de quatro mulheres*” conduzem o discurso jornalístico para uma posição bem distante da tão desejada objetividade que supostamente sustenta o espaço informativo. Pelo contrário, as expressões chamam a atenção e buscam intervir no curso das ações, de maneira avaliativa. Ao operar a partir dessas enunciações, o jornal invoca, chama para si um lugar de competência, na medida em toma partido dos fatos. E, ao exercitarem a competência de falar sobre fatos que envolvem o capital humano, o jornal acaba enfatizando, também, sua capacidade para indicar comportamentos a serem seguidos.

As assertivas: a) “E se você quer saber, estes números e estatísticas *não significam, nem interferem em nada na vida de quatro mulheres* que o caderno Empregos Negócios entrevistou”; b) “*a maioria não está disposta a pagar o preço que é preciso para isso*, como, por exemplo, *ter que deixar o filho doente em casa e ir trabalhar ou viajar a negócios*”; e c) “*a lenda de que existem poucas mulheres em posição de comando porque haveria um complô masculino que as impediria de conquistar cargos mais altos*” exercitam uma voz sentenciadora do jornal, que camufla uma série de contradições do modo de produção capitalista. Em primeiro lugar, se a existência de um complô masculino contra a ocupação feminina em cargos de alto escalão é uma *lenda*, conforme pontua tanto o jornal como a diretora da empresa que dá seu testemunho de sucesso, não é possível afastar dessa questão a implicação das relações de gênero como relações

¹²⁰ *A Tarde, Empregos & Negócios*, 01.03.09, p. 3, grifo meu.

¹²¹ *A Tarde, Empregos & Negócios*, 08.03.09, p. 3, grifo meu.

de poder, “em que as representações dominantes são apresentadas como naturais e inquestionáveis” (SEGNINI, 1998 apud ANTUNES, 2006, p. 109). Portanto,

As relações de *gênero* e *classe* nos permitem constatar que, no universo do mundo produtivo e reprodutivo, vivenciamos também a efetivação de uma *construção social sexuada*, onde os homens e as mulheres que trabalham são, desde a família e a escola, *diferentemente* qualificados e capacitados para o ingresso no mercado de trabalho. E o capitalismo tem sabido apropriar-se desigualmente dessa *divisão sexual do trabalho* (ANTUNES, 2006, p.109, grifo do autor).

Em segundo lugar, ao afirmar que a maioria das mulheres “*não está disposta a pagar o preço que é preciso para isso* [ocupar posições de comando], como, por exemplo, *ter que deixar o filho doente em casa e ir trabalhar ou viajar a negócios*”, a empresária, e o jornal, na medida em que referenda esse discurso, parecem desconhecer a realidade de grande parte do universo feminino que trabalha. Afastar-se de seus filhos para trabalhar é uma realidade concreta para boa parte das mulheres que exercem atividades produtivas fora de casa. Nesse aspecto, a mulher que deveria servir de exemplo para outras tantas mulheres é só mais uma. Segundo Antunes,

A mulher *trabalhadora*, em geral, realiza sua atividade de trabalho *duplamente*, *dentro e fora de casa*, ou, se quisermos, *dentro e fora da fábrica*. E, ao fazê-lo, além da *duplicidade do ato do trabalho*, ela é duplamente explorada pelo capital: desde logo por exercer, no *espaço público*, seu trabalho *produtivo* no âmbito fabril. Mas, no universo da *vida privada*, ela consome horas decisivas no *trabalho doméstico*, com o que possibilita (ao mesmo capital) a sua *reprodução*, nessa esfera do *trabalho não-diretamente mercantil*, em que se criam as *condições indispensáveis para a reprodução* da força de trabalho de seus maridos, filhos/as e de si própria. Sem essa esfera da *reprodução* não-diretamente mercantil, as condições de *reprodução* do sistema de metabolismo social do capital estariam bastante comprometidas, se não inviabilizadas (2006, p. 108-109, grifo do autor).

E, em terceiro lugar, em janeiro de 2008, os indicadores da pesquisa que avalia a inserção das mulheres no mercado de trabalho¹²², informavam que o rendimento médio das mulheres, equivalia, em Salvador, a 74,2% do recebido pelos homens. A maioria dos indicadores apresentados mostrou a mulher em condições de trabalho menos adequadas que a dos homens.

¹²² IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Trabalho e Rendimento. *Pesquisa Mensal de Emprego: algumas características da inserção das mulheres no mercado de trabalho 2003-2008*. Disponível < <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/indicadores/trabalhoerendimento>>. Acessado em 11.04.09.

Entretanto, estas estatísticas não são explicadas pela escolaridade, uma vez que, neste aspecto, elas ocupam posição de destaque. Aproximadamente 60,0% das mulheres ocupadas tinham, pelo menos, a escolaridade referente ao ensino médio. E, no entanto, observou-se que as diferenças entre os rendimentos de homens e de mulheres eram maiores entre os mais escolarizados. No caso da remuneração das mulheres com curso superior o resultado apontava para uma média, 40% inferior a dos homens. Não é nada razoável, portanto, diante desses dados, sentenciar que eles “*não significam, nem interferem em nada na vida*” das mulheres cujos exemplos devem ser seguidos. Até porque, em comparação com um universo de 9,4 milhões de mulheres que trabalham, elas são minoria e, é oportuno lembrar, a edição em questão destina-se a homenagear as mulheres, por conta do Dia Internacional da Mulher. Além disso, os dados põem em cheque a perspectiva segundo a qual o capital humano acumulado, por si só, teria condições de funcionar como mobilizador social, uma vez que diferenças de gênero, como evidenciam os dados acima, mas provavelmente aquelas de outra natureza, como raça e classe, também ajudam a explicar histórias que diferem das exitosas performances no limitado mercado de trabalho exibidas pelo jornal.

No entanto, as histórias cotidianas, que se contam aos milhares, e que não combinam com o referencial de sucesso estabelecido pelo caderno *Empregos & Negócios*, parecem pertencer a um público que não coincide exatamente como o tipo de leitor ideal projetado pelo caderno. As matérias do caderno, as dicas dos consultores, das colunas projetam um leitor que está bem distante da clientela do curso proposto pelo Senac: a população de baixa renda. Também aqui eles são excluídos. Nos sete cadernos analisados, a coluna *Educação* apresenta matérias sobre oportunidades na área de educação. Este mesmo *espaço*¹²³ é dividido com a coluna *Encontre sua Pós-Graduação*. Os títulos das sete matérias da coluna *Educação* são os seguintes:

1. Idiomas - *Políglotas* têm mais chance de trabalho: em um mercado cada vez mais globalizado, quem domina várias línguas tem maiores possibilidades de conseguir uma vaga de emprego¹²⁴.
2. Qualificação - Senac abre cursos de *qualificação gratuitos*: serão abertas cerca de 300 vagas para formação inicial e educação profissional e técnica, nas unidades de Salvador, Feira e Conquista¹²⁵.

¹²³ Ver a discussão sobre espaço e lugar no capítulo 1.

¹²⁴ *A Tarde, Empregos & Negócios*, 01.02.09, p. 4, grifo meu.

3. Educação - *Bolsas para brasileiros na Austrália e França: Há cursos de graduação em economia ou pesquisa na área de informática e robótica; os estudantes terão benefícios para estada em países*¹²⁶.
4. Educação - *Doutorado para todas as áreas na Alemanha: são três modalidades de curso: integral, sanduíche e duplo, há bolsa mensal e ajuda de custo de passagem aérea, entre outros auxílios*¹²⁷.
5. Educação - *CIEE lança concursos de monografias: O Centro de Integração Empresa-Escola vai selecionar melhores trabalhos de estudantes de graduação, com prêmios de R\$ 6 mil para vencedor*¹²⁸.
6. Educação - *Intercâmbio profissional beneficia estudantes: alunos em final de curso ou recém-formados poderão trabalhar em empresas de áreas gerenciais, técnicas e de desenvolvimento no exterior*¹²⁹.
7. Educação - *Salvador recebe o Salão do Estudante: evento reúne, hoje, agências de intercâmbio de 21 países com oportunidades para cursos de idiomas, high school e pós-graduação no exterior*¹³⁰.

Apenas os cursos do Senac são voltados para uma população de baixa renda:

O Senac (Serviço Nacional de Apoio à Aprendizagem) da Bahia abre, a partir de amanhã, as inscrições para *cursos profissionalizantes gratuitos voltados a pessoas de baixa renda. (...) A primeira modalidade é voltada para a qualificação profissional de pessoas com níveis de escolaridade variados. Os cursos oferecidos, com as cargas horárias, são: Manicure e Pedicure, Cuidador de Idosos, Porteiro e Vigia, Serviços de Jardinagem, Cuidador Infantil e Garçom. As outras opções são cursos Técnico em Guia de Turismo e Técnico em Enfermagem e Auxiliar de Enfermagem. Ambos com seis vagas cada. Para se candidatar, é necessário o ensino médio completo. Os cursos fazem parte de uma parceria firmada com o governo federal no final do ano passado e compõem o Programa Senac de Gratuidade. ‘A intenção é melhorar o acesso à educação de qualidade no Brasil, explica Marina Almeida, diretora regional do Senac Bahia (...)*¹³¹”

A educação escolar hierarquizada em níveis (fundamental, médio e superior) como base para um processo de qualificação também hierarquizador, reitera tanto mecanismos de legitimação criados a partir do mundo do trabalho, como aqueles gerados fora dele. Afinal, quais são as

¹²⁵ *A Tarde, Empregos & Negócios*, 08.02.09, p. 4, grifo meu.

¹²⁶ *A Tarde, Empregos & Negócios*, 15.02.09, p. 4, grifo meu.

¹²⁷ *A Tarde, Empregos & Negócios*, 22.02.09, p. 4, grifo meu.

¹²⁸ *A Tarde, Empregos & Negócios*, 01.03.09, p. 4, grifo meu.

¹²⁹ *A Tarde, Empregos & Negócios*, 08.03.09, p. 4.

¹³⁰ *A Tarde, Empregos & Negócios*, 15.03.09, p. 4.

¹³¹ *A Tarde, Empregos & Negócios*, 08.02.09, p. 1, grifo meu

possibilidades de acessos a um *status* profissional mais elevado proporcionados pelos cursos promovidos pelo Senac? Cursos de manicure e pedicure, cuidador de idosos, porteiro e vigia, serviços de jardinagem, cuidador infantil e garçom oferecem os mesmos horizontes que os cursos de doutorado, intercâmbio e pós-graduação? Os certificados emitidos após a participação nos referidos cursos afastariam seus portadores da *subproletarização*? Os cursos oferecidos pelo Senac, conforme indicado na matéria, são fruto de uma *parceria* com o Estado. Questiona-se: de que modo esse cursos oferecidos à população de baixa renda podem *melhorar o acesso à educação de qualidade no Brasil*? Que educação? Com que qualidade? Crer em um papel neutro da educação como agente alavancador de mudanças sócio-econômicas, sem que os demais mecanismos sociais ou organizacionais de credenciamento sociais, políticos e econômicos sejam alterados, apenas reforçam uma perspectiva meritocrática da educação. Além disso,

Os empregos ou ocupações são criados pelos processos de desenvolvimento que expandem e/ou reorganizam o mundo do trabalho e o perfil de demandas por mão-de-obra. A qualificação, por si só, não gera emprego, mas, por estar intimamente ligada à produção e reprodução da força de trabalho, tem um enorme papel na possibilidade de os indivíduos adentrarem, permanecerem ou serem excluídos do processo produtivo (embora essas relações possam extrapolar a esfera da produção). Isso significa que não podemos tratar a qualificação como algo exclusivamente do mundo do trabalho ou do mundo da educação. Trata-se de percebê-la como um ponto de intersecção, para o qual devem confluir diversas abordagens e contribuições dos sujeitos sociais, entre eles os trabalhadores (LIMA, 2007, p. 64).

Como, então, justificar a matéria sobre os cursos oferecidos pelo Senac na coluna Educação se, como afirmado anteriormente, esta informação não se destina ao leitor ideal projetado pelo jornal? A matéria em questão é um exemplo de uma notícia-mercadoria.

Mas, como o discurso do jornal reforça a relação de causalidade entre o acúmulo de capital humano e o sucesso profissional, o caderno *Empregos & Negócios* acaba funcionando como um grande mercado para o setor educacional. Um variado cardápio de ofertas de pacotes educacionais ocorre em diversos níveis: cursos que preparam para concursos, ensinam novas profissões, formam empreendedores, atualizam profissões, ensinam a utilizar técnicas e a manusear instrumentos. É o mercado do capital humano representando a “expansão e a generalização do universo mercantil, causando impacto não apenas na realidade das ‘coisas materiais’ como também na materialidade da consciência” (GENTILLI, 1995, p. 228).

A oferta de produtos educacionais ocorre a partir de três registros. Sob a forma de anúncios publicitários, nas páginas 1, 3 e 8; Através de notas e, neste caso, ela aparece nas colunas *Estágios, Curtas, Cursos e Encontre a sua Pós-Graduação*, disponibilizada aos anunciantes gratuitamente; e como notícia-mercadoria¹³², que se apresenta tanto nas matérias ao longo do caderno, como em uma seção específica sobre Educação, na página 4, cujo subtítulo, nos cadernos pesquisados, é variável¹³³.

A notícia-mercadoria tem uma importância significativa para o caderno. Trata-se de um sofisticado mecanismo a partir do qual um poderoso formador de opinião pública, o jornal, *faz saber* sobre Trabalho e Educação por intermédio das competências discursivas – palavras, imagens, vozes - de outros campos. Vozes autorizadas, consideradas competentes, originadas de *agentes soberanos*. Assim, ao reforçar a importância do discurso do capital humano, o jornal estaria a criar um cenário apropriado para os anúncios publicitários sobre produtos educacionais, na medida em que este seria um terceiro a expressar a importância destes produtos. Um terceiro neutro, crível e idôneo a indicar a necessidade de consumo de determinados produtos causa um efeito positivo maior do que a auto-indicação do anunciante. Fonte comprometida e diretamente interessada na indicação. Prática sutil, em que o jornalismo “verdadeiro”, aquele teoricamente responsável pela veiculação de fatos que compõem, conforme discussão estabelecida no primeiro capítulo, a realidade, acaba submetido a poderosas estratégias de marketing, propaganda e relações públicas.

Um exemplo das diferentes formas de divulgação de produtos educacionais pode ser observada nos trechos que se seguem:

¹³² Diferentemente da propaganda que se realiza a partir de anúncios pagos, as modernas técnicas de relações públicas promovem seus produtos e serviços, de forma “não paga”, por intermédio da veiculação de notícias “reais” na mídia. As informações presentes na propaganda são unilaterais, não contam toda a história, não apresentam alternativas, posto que o sujeito da fala é alguém diretamente interessado nela, o próprio anunciante. “A mensagem (qualidade) pode estar certa, mas o mensageiro (propaganda) está errado. A propaganda não tem credibilidade. Não acreditam nela porque os consumidores a consideram tendenciosa. A propaganda é a voz do vendedor” (AL RIES, 2002, p. 95). Já nas ações de Relações públicas a “mensagem tem credibilidade porque vem de uma fonte supostamente imparcial. Além disso, você espera que a mídia lhe conte coisas que nunca ouviu falar. Isso é que é notícia” (2002, p. 65).

¹³³ Nas edições dos dias 15.02.09, 22.02.09, 01.03.09, 08.03.09 e 15.03.09 a seção utiliza a rubrica Educação, enquanto as edições 01.02.09 e 08.02.09, respectivamente, denominam a seção de Idiomas e Qualificação.

1. 'Isso se dá na prática, conhecendo o dia-a-dia da empresa e os sistemas tecnológicos que fazem ela rodar', afirma Neves. Segundo ele, novos MBAs com foco na gestão começam a surgir para suprir essa lacuna na área¹³⁴.
2. MBAs, A fundação Getúlio Vargas está com as inscrições abertas para os novos cursos de MBA. São eles: Gestão de Sustentabilidade, Gestão e Estratégia em Varejo E jornalismo Investigativo e Realidade Brasileira. Os três cursos terão início em abril, devendo os interessados consultar a data da aula inaugural no momento da inscrição. Site: www.fgv.mba-sp ou 0800.772.2778¹³⁵.
3. Fazer bem feito é fazer para sempre. Mais de 30 cursos que antecipam as tendências do mercado. Pós-Graduação Unijorge. À frente do seu tempo¹³⁶.
4. Em um mercado de trabalho cada vez mais competitivo e globalizado, quem domina vários idiomas tem mais chances de conseguir uma vaga de emprego ou de ser promovido na empresa. Em negociações, reuniões e viagens corporativas, saber se comunicar é essencial para atingir os objetivos de forma eficiente e ágil¹³⁷.
5. (...) A faculdade é o primeiro passo. Não sei se você fala inglês, mas isso também é importante¹³⁸.
6. Unime inscreve para cursos - estão abertas até o dia 12 de fevereiro as inscrições para os cursos de extensão em inglês, espanho e francês da Unime – Lauro de Freitas. Os cursos serão oferecidos em turmas às segundas e quartas, terças e quintas e aos sábados, com diversas opções de horários. Em qualquer um dos cursos, o aluno pode optar por pagar em seis vezes de R\$ 56,95 ou à vista com 10% de desconto. A previsão de início das turmas é a partir de 12 de fevereiro. Inscrições e informações podem ser obtidas através dos telefones (71) 3378-8979 e 33378-8937¹³⁹.
7. Você já pode ser colega deles. Pós-Graduação UNIFACS. Onde os grandes profissionais se encontram¹⁴⁰.

¹³⁴ *A Tarde, Empregos & Negócios*, 15.03.09, p. 8.

¹³⁵ *A Tarde, Empregos & Negócios*, 01.02.09, p. 4.

¹³⁶ *A Tarde, Empregos & Negócios*, 01.03.09, p. 1.

¹³⁷ *A Tarde, Empregos & Negócios*, 01.02.09, p. 8.

¹³⁸ *A Tarde, Empregos & Negócios*, 01.02.09, p. 3.

¹³⁹ *A Tarde, Empregos & Negócios*, 01.02.09, p. 8.

¹⁴⁰ *A Tarde, Empregos & Negócios*, 01.02.09, p. 8.

Os enunciados 1, 4 e 5 são exemplos de notícias-mercadoria. Já os itens 3 e 7 são anúncios publicitários. Os outros itens (2 e 6) são modelos de notas enviadas pelas instituições para divulgar seus serviços.

Os anúncios publicitários pagos estão distribuídos no caderno conforme tabela abaixo:

Tabela 6

Anúncios publicitários de produtos educacionais

Data	O que é anunciado	Instituição anunciante	Argumento do anúncio	página
01/02	Pós-graduação	Unifacs	Local onde os grandes profissionais se encontram	01
	Pós-Graduação Cursos Profissionalizantes e	SENAI	Tabelas com datas e locais de realização dos cursos	01
	Pós-Graduação	Facinter, Fatec – IBPEX	Tabela com os cursos disponibilizados	03
	Cursos Profissionalizantes	SENAC	Tabela com os cursos disponibilizados	03
	Pós-Graduação na Saúde	Atualiza Cursos	Tabela com os cursos disponibilizados	03
	Pós-Graduação	Fecomercioba/CESEC Curso com Chancela da PUC.	Especialização na PUC-SP sem sair de Salvador.	03
	Pós-Graduação	Unijorge	Quem tem visão de futuro jamais vira passado. Gandi	08
08/02	Pós-Graduação	Unifacs	Local onde os grandes profissionais se encontram	01
	Pós-Graduação	UCsal	Construindo um mundo de conhecimento	01
	Pós-Graduação Cursos Profissionalizantes e	SENAI	Tabelas com datas e locais de realização dos cursos	01
	Pós-Graduação	Faculdade São Tomaz de Aquino	Matricule-se já. Única escola genuinamente baiana que oferece o ensino da creche à Pós-graduação.	03
	Pós-Graduação na Saúde.	Atualiza Cursos	Tabela com os cursos disponibilizados	03
	Pós-Graduação e extensão Universitária	EEMBA – Escola de Engenharia Eletro-Mecânica da Bahia	Mais qualificação	03
	Cursos Profissionalizantes	SENAC	Tabela com os cursos disponibilizados	03
	Pós-Graduação em Direito	Unifacs	Está mais dõo que provado: a melhor pós-graduação em direito está na Unifac.	08
15/02	Pós-Graduação	Unijorge	Uns se atualizam. Outros são sempre atuais. (Einstein)	01
	Pós-Graduação na Saúde.	Atualiza Cursos	Tabela com os cursos disponibilizados	03
	Curso de Habilitação de Corretores de Seguros.	Escola Nacional de Seguros - Funenseg	Vagas limitadas	03

	Pós-Graduação	Facinter, Fatec – IBPEX	Em todo o Brasil destacando os melhores profissionais	03
		Fametting –Faculdades Olga Metiting	Faculdade Livre da Terceira Idade. A melhor faculdade par a maturidade	03
	Pós-Graduação em Direito	Unifacs	Está mais do que provado: a melhor pós-graduação em direito está na Unifac.	08
	Pós-Graduação Cursos Profissionalizantes e	SENAI	Tabelas com datas e locais de realização dos cursos	03
01/03	Pós-Graduação	Unifacs	Onde os melhores profissionais e as grandes novidades se encontram.	01
	Pós-Graduação	Unijorge	Fazer bem-feito é fazer para sempre. (Chaplin)	01
	Pós-Graduação na Saúde.	Atualiza Cursos	Tabela com os cursos disponibilizados	03
	Pós-Graduação	Facinter, Fatec – IBPEX	Em todo o Brasil destacando os melhores profissionais	03
	Cursos e Palestras	SEBRAE	Agenda de cursos disponibilizados	03
	Curso de Cálculos Trabalhistas e Revisonais	EPS Consultoria	Início dos cursos	03
	Cursos Profissionalizantes e Pós-Graduação	SENAI	Tabelas com datas e locais de realização dos cursos	03
08/03	Pós-Graduação	Unijorge	Quem tem visão de futuro jamais vira passado. (Gandi)	01
	Pós-Graduação	UCSAL	Construindo um mundo de conhecimento	03
	Curso de Cálculos Trabalhistas e Revisonais	EPS Consultoria	Início dos cursos	03
	Pós-Graduação na Saúde.	Atualiza Cursos	Tabela com os cursos disponibilizados	03
	Pós-Graduação em Direito	Unifacs	Está mais do que provado: a melhor pós-graduação em direito está na Unifacs.	08
	Cursos Profissionalizantes e Pós-Graduação	SENAI	Tabelas com datas e locais de realização dos cursos	08
	Pós-Graduação	Fecomercioba/CESEC Curso com Chancela da PUC.	Especialização na PUC-SP sem sair de Salvador.	08
15/03	Cursos Profissionalizantes e Pós-Graduação	SENAI	Tabelas com datas e locais de realização dos cursos	01
	Pós-Graduação	Unifacs	Podia ser a reunião da diretoria, mas é a do trabalho em grupo mesmo..	01
	Cursos Profissionalizantes	SENAC	SENAC Informa	03
	Cursos e Palestras	Agenda SEBRAE	Tabela com os cursos disponibilizados	03
	Cursos de Pós-Graduação na Saúde.	Atualiza Cursos	Tabela com os cursos disponibilizados	03
	Pós-Graduação	Fametting –Faculdades Olga Metiting	Faculdade Livre da Terceira Idade. A melhor faculdade par a maturidade	03

	Pós-Graduação	Facinter, Fatec – IBPEX	Em todo o Brasil destacando os melhores profissionais	03
	Curso Preparatório PMP	WBS	Aumente sua empregabilidade e remuneração tornando-se um profissional certificado PMP.	03
	Pós-Graduação	Unijorge	Fazer bem-feito é fazer para sempre. (Chaplin)	08

De um total de quarenta e nove (49) anúncios, trinta e oito (38) são de cursos de pós-graduação; nove (9) de cursos profissionalizantes; quatro de (4) cursos diversos e um cuja instituição não informa quais cursos são oferecidos, indicando apenas que as matrículas estão abertas. Os números citados revelam uma perspectiva emblemática. Como visto anteriormente, se existem vagas para os qualificados, a situação do desemprego passa a ser resolvida com um pequeno ajuste: a qualificação. Portanto, o ingresso ou retorno ao mercado de trabalho depende de um movimento solitário, individualizado. A qualificação, a capacitação, a atualização buscam resolver uma incapacidade, uma negligência do trabalhador, na medida em que este não consegue acompanhar o progresso, a dinâmica das profissões e o avanço da tecnologia. Assim, parece natural a ampliação da oferta de cursos, transformando a educação em uma mercadoria bastante rentável. Inverte-se o jogo: são as estratégias mercadológicas do marketing educacional, criando necessidades educacionais. O problema é que

a mercadoria produzida pelo processo de trabalho capitalista aparece no mercado de forma nua, como um simples objeto de venda. Poderia ter caído do céu. Suas superfícies lisas não mostram signos da relação social de exploração que a produziu ou o tempo de trabalho incorporado que lhe dá o valor de intercâmbio no mercado. ‘Esquecendo’ sua história comum de produção, cortando todo significado que provém desta, cada objeto parece ser completamente independente e diferente de outros objetos, que levam significados apenas em relação a possíveis usos futuros, para que possa ser apropriado de maneira variável – seu valor de uso (WILLIS, 1996, p.115).

Na arena do consumo, e sem as marcas do processo que a originou, a mercadoria educação segue as tendências do mercado: inovação prática profissional, conforme os anúncios que se seguem:

1. Você já pode ser colega deles. Eduardo Bitencourt – MBA em Finanças Corporativas; José Carlos Frias – MBA em Gestão de Projetos Veiculares Ford motor Company; Jean Mário Silva – MBA em Logística Empresarial – Gerente Geral Lojas Americanas; Cláudia Tavares – Especialização em Clínica de dor – Psico-oncologista no CICAN e

Psicóloga Clínica. Pós-Graduação UNIFACS. Onde os grandes se encontram. Universidade Salvador: qualidade que o mercado comprova [Foto dos quatro profissionais que servem de exemplo para a campanha]¹⁴¹.

2. Faça Especialização na PUC-SP sem sair de Salvador. Últimas vagas. CESE/Facomercioba¹⁴².
3. Quem tem visão de futuro jamais vira passado. [Foto de Mahatma Gandhi]. Inovação. Esta é a palavra de ordem da Pós-Graduação Unijorge. Além da grande variedade de cursos, da titulação dos professores, do conteúdo voltado para o mercado, da metodologia prática e do mais moderno centro de formação profissional da Bahia, a Pós Unijorge vai mais além: traz as novidades do mercado mundial e antecipa as tendências de cada área. Isso é mais do que se atualizar, é inovar. Afinal, quem enxerga adiante nunca fica para trás. Mais de 30 cursos que antecipam as tendências do mercado. Agende sua entrevista e entre para este time de Vanguarda. Unijorge: á frente do seu tempo¹⁴³.
4. Pós-Graduação UCSal 2009.1 Construindo conhecimento¹⁴⁴.
5. Pós-Graduação UNIFACS. Onde os grandes profissionais se encontram¹⁴⁵.
6. Pós-Graduação Lato Sensu. Faculdade São Tomaz de Aquino. A única escola genuinamente baiana que oferece o ensino da creche à Pós-Graduação. São Tomaz de Aquino. Questão de Responsabilidade. Matricule-se Já¹⁴⁶.
7. Está mais do que provado: a melhor Pós-Graduação em direito está na UNIFACS. Faça sua Pós-Graduação em Direito na UNIFACS. Inscrições abertas¹⁴⁷.
8. Uns se atualizam. Outros são sempre atuais. Pós-Graduação Unijorge¹⁴⁸.

¹⁴¹ *A Tarde, Empregos & Negócios*, 01.02.09, p. 1.

¹⁴² *A Tarde, Empregos & Negócios*, 01.02.09, p. 3.

¹⁴³ *A Tarde, Empregos & Negócios*, 01.02.09, p. 1. A campanha publicitária da Unijorge utiliza três personalidades de diferentes áreas para ilustrar seus anúncios: Albert Eistein, Charles Chaplin e Mahatma Gandhi. A imagem de cada um deles vem acompanhada de uma frase, um texto e os trinta cursos oferecidos pela instituição. As frases são diferentes, mas o texto é o mesmo para as três personalidades. Na descrição dos outros anúncios será apresentada apenas a frase que os diferencia. Os anúncios foram publicados em duas páginas do jornal (1 e 8), alternadamente. Possuem o mesmo layout, sendo que o anúncio da página 8 tem uma versão menor porque não traz os trinta cursos ministrados.

¹⁴⁴ *A Tarde, Empregos & Negócios*, 08.02.09, p. 1. Este anúncio é uma variação, em tamanho reduzido, do anúncio publicado na edição anterior. Mantém o mesmo layout, mas sem a foto dos profissionais.

¹⁴⁵ *A Tarde, Empregos & Negócios*, 08.02.09, p. 1.

¹⁴⁶ *A Tarde, Empregos & Negócios*, 08.02.09, p. 3.

¹⁴⁷ *A Tarde, Empregos & Negócios*, 08.02.09, p. 8.

¹⁴⁸ *A Tarde, Empregos & Negócios*, 15.02.09, p. 1.

9. Escolha o investimento mais seguro do mercado: você. Curso de habilitação de corretores de seguros. Vagas limitadas. Escola Nacional de Seguros¹⁴⁹.
10. FAMETTING – Faculdade Olga Metting. A melhor faculdade livre da terceira idade. Inscrições abertas. Início das aulas: 2 de março¹⁵⁰.
11. Está mais do que provado: a melhor Pós-Graduação em direito está na UNIFACS. Faça sua Pós-Graduação em Direito na UNIFACS. Inscrições abertas¹⁵¹.
12. Pós-Graduação UNIFAS. Onde os grandes profissionais e as grandes novidades se encontram. A Pós-Graduação UNIFACS está com seis novos cursos e sete já existentes cheios de novidades. Aproveite e faça uma das melhores Pós-Graduações do Brasil UNIFACS: a melhor¹⁵².
13. Fazer bem-feito é fazer para sempre. [Foto de Charles Chaplin]. Pós-Graduação Unijorge.¹⁵³
14. Pós-Graduação. Facinter. Fatec Internacional. IBPEX. Em todo o Brasil destacando os melhores profissionais. (Foto de Brito Jr. Jornalista e apresentador). Curso presencial em Salvador e Camaçari¹⁵⁴.
15. Quem tem visão de futuro jamais vira passado [Foto de Mahtma Gandhi]¹⁵⁵ Pós-Graduação Unijorge.
16. Pós-Graduação UCSal 2009.1. Construindo Conhecimento¹⁵⁶.
17. Está mais do que provado: a melhor Pós-Graduação em direito está na UNIFACS. Faça sua Pós-Graduação em Direito na UNIFACS. Inscrições abertas¹⁵⁷.
18. Faça Especialização na PUC-SP sem sair de Salvador. Últimas vagas. CESE/Facomercioba.¹⁵⁸
19. Podia ser a reunião da diretoria, mas é a do trabalho em grupo mesmo. Eduardo Bitencourt – MBA em Finanças Corporativas; José Carlos Frias – MBA em Gestão de Projetos Veiculares Ford motor Company; Jean Mário Silva – MBA em Logística Empresarial – Gerente Geral Lojas

¹⁴⁹ *A Tarde, Empregos & Negócios*, 15.02.09, p. 3.

¹⁵⁰ *A Tarde, Empregos & Negócios*, 15.02.09, p. 3.

¹⁵¹ *A Tarde, Empregos & Negócios*, 15.02.09, p. 8.

¹⁵² *A Tarde, Empregos & Negócios*, 01.03.09, p. 1.

¹⁵³ *A Tarde, Empregos & Negócios*, 01.03.09, p. 1.

¹⁵⁴ *A Tarde, Empregos & Negócios*, 01.03.09, p. 3.

¹⁵⁵ *A Tarde, Empregos & Negócios*, 08.03.09, p. 1.

¹⁵⁶ *A Tarde, Empregos & Negócios*, 08.03.09, p. 3.

¹⁵⁷ *A Tarde, Empregos & Negócios*, 08.03.09, p. 8.

¹⁵⁸ *A Tarde, Empregos & Negócios*, 08.03.09, p. 8.

Américanas. Pós-FGraduação UNIFACS. Onde os grandes se encontram. Universidade Salvador: qualidade que o mercado comprova¹⁵⁹.

20. Pós-Graduação. Facinter. Fatec Internaciona. IBPEX. Em todo o Brasil destacando os melhores profissionais. (Foto de Brito Jr. Jornalista e apresentador). Curso presencial em Salvador e Camaçari)¹⁶⁰.
21. Curso Preparatório PMP. Aumente sua empregabilidade e remuneração tornando-se um profissional certificado PMP. As maiores empresas já adotaram as melhores práticas do PMI, portanto a certificação PMP será seu grande diferencial competitivo, em um mercado extremamente carente de profissionais especializados. 2ª Turma. WSB¹⁶¹.
22. Fazer bem-feito é fazer para sempre. Pós-Graduação Unijorge¹⁶².

As estratégias criativas utilizadas pelos anúncios impõem, em sua grande maioria, o raciocínio lógico, momento em que o leitor-consumidor é convocado a evoluir da “lógica” de uma situação, para o produto em destaque. Assim, são evocadas situações como as trabalhadas nos anúncios da UNIFACS, em que o universo empresarial é transportado para o universo acadêmico: “podia ser a reunião da diretoria, mas é trabalho em grupo mesmo” e “onde os grandes profissionais se encontram”; ou o caso do curso preparatório PMP onde as razões para a escolha do curso são racionalmente construídas: aumento de empregabilidade, remuneração e diferencial competitivo (21); ou mesmo o caso dos anúncios que apresentam apenas tabelas com o nome da organização promotora dos cursos, os cursos a serem ministrados, a data, o local e as formas de contato. Uma outra estratégia criativa empregada é aquela que elege um detalhe definidor do produto serviço. Do particular para o geral, onde o detalhe confere prova de coerência para o todo: “faça especialização na PUC-SP sem sair de Salvador” (2) e “curso presencial em Salvador” (15).

Já os anúncios da Unijorge trabalham com uma estratégia que, sem falar nos concorrentes, evidencia as conseqüências do não-consumo do seu produto: parar no tempo, ficar para trás: “afinal, quem enxerga adiante nunca fica para trás”. Ao mesmo tempo que buscam humanizar e comover o leitor-consumidor, fazendo referência a grandes personalidades, em diferentes áreas, da história da humanidade: Charles Chaplin, Mahatma Gandhi e Albert Einstein.

¹⁵⁹ *A Tarde, Empregos & Negócios*, 15.03.09, p. 1.

¹⁶⁰ *A Tarde, Empregos & Negócios*, 15.03.09, p. 3.

¹⁶¹ *A Tarde, Empregos & Negócios*, 15.03.09, p. 3.

¹⁶² *A Tarde, Empregos & Negócios*, 15.03.09, p. 8

Uma outra estratégia da qual se valem as instituições na redação dos seus anúncios é o uso de testemunhos, buscando legitimidade para seus produtos. Os testemunhos podem ser tanto de celebridades (21,15), como de profissionais da área (1,20). Vale também usar o apelo emocional: “a única escola *genuinamente* baiana que oferece o ensino da creche à Pós-Graduação”. Busca-se o sentimento de pertencimento local, sobretudo em um universo onde as instituições de ensino superior atravessam um momento difícil, onde muitas delas, para se manterem no mercado, tiveram que se associar a grupos educacionais nacionais ou internacionais.

Percebe-se, nos anúncios, que o conhecimento a ser adquirido presta-se aos interesses do mercado. Desse modo, o universo acadêmico ganha valor *quando* o mercado está presente nele através dos seus conteúdos, das suas práticas ou dos seus profissionais: “conteúdo voltado para o mercado, da metodologia prática” (3); “as maiores empresas já adotaram as melhores práticas do PMI, portanto a certificação PMP será seu grande diferencial competitivo” (22); “Você já pode ser colega deles” (1); “Pós-graduação UNIFACS, onde os grandes profissionais se encontram” (6); e “podia ser a reunião da diretoria, mas é a do trabalho em grupo mesmo” (20). Estabelece-se, portanto, uma grande dicotomia entre a teoria e prática, de modo que o valor de uso instrumental da Educação é superdimensionado.

Outro aspecto valorizado pelos anúncios é a força do novo. A necessidade de enunciar a mobilidade, a flexibilidade: “quem tem visão de *futuro* jamais vira passado. (...) Isso é mais do que se *atualizar*, é *innovar*. Afinal quem enxerga *adiante* nunca fica para trás”; (3); “Uns se *atualizam*. Outros são sempre *atuais*.” (9); “A Pós-Graduação da UNIFACS está com seis *novos* cursos e sete já existentes cheios de *novidades*”(13). E como a concorrência é muito grande entre os vários estabelecimentos de ensino que estão a mercar os seus produtos em um saturado “balaio de bens culturais”, a produção de novos produtos e serviços com o escopo de atrair clientes e, sobretudo, mantê-los, transforma o processo de inovação tecnológica ininterrupto e o mercado extremamente volátil.

Dessa forma, a inovação torna-se o pilar básico de sustentação do negócio, embora seja apenas a pré-condição para que se possa permanecer na ‘briga de foice’ da concorrência [no mercado educacional]. Essa dinâmica ilustra uma nova forma de competitividade, na qual a corrida tecnológica lança as empresas numa constante fuga para frente ou numa constante antecipação do futuro;

como se a sobrevivência das empresas no mercado dependesse mais da sua capacidade de invenção e substituição de produtos do que da extensa exploração comercial dos mesmos, cujo ciclo de vida é cada vez mais curto (FONTENELLE, 2002, p. 157).

Neste contexto, é fundamental agregar valores ao produto de modo a conferir ao mesmo um diferencial. Diferencial para o aluno-cliente-profissional que ganha um currículo especial, único, capaz de atrair a atenção em um processo de seleção. Assim, a escolha por um curso, mas, também, pela instituição de ensino mantenedora do mesmo, acaba engendrando um importante princípio *de diferenciação*: Diz-me que curso fazes, e onde fazes, e eu direi quem tu és! É a imagem se transformando em mercadoria e obrigando as instituições de ensino a fortalecerem suas marcas, suas identidades corporativas, de modo a, também elas, estabelecerem uma diferença. Aí, a publicidade opera manipulando gostos e opiniões, na medida em que cria desejos sem qualquer relação direta com a imagem-mercadoria divulgado(a)/vendido(a). A descartabilidade e a efemeridade da imagem-mercadoria reduz seu tempo de manipulação, sendo, pois, imprescindível seu descarte ou sua troca veloz. Daí a necessidade de as organizações buscarem uma renovação constante, sobretudo discursivamente.

Joga-se, então, o jogo das grandes estratégias de comunicação institucional. A imagem da organização passa a requerer um grau cada vez mais acentuado de sofisticação para criar ou conservar referências de credibilidade e estabilidade, ao mesmo tempo em que se acentua a necessidade de adaptabilidade, dinamismo, inovação e flexibilidade do objeto, material ou humano, da imagem. E nessa disputa vale quase tudo: “Quem tem visão de futuro jamais vira passado”. “Uns se atualizam. Outros são sempre atuais”. “Fazer bem feito é fazer para sempre”. Mas não é contraditório anunciar que não deseja ser passado, deseja o futuro e, ao mesmo tempo desejar ser para sempre? Um eterno presente? Aparentemente são perspectivas que se anulam, mas que fazem parte dos *jogos de linguagem*:

Três observações precisam ser feitas a respeito dos jogos de linguagem. A primeira é que suas regras não possuem sua legitimação nelas mesmas, mas constituem objeto de um contrato explícito ou não entre os jogadores (o que não quer dizer todavia que estes as inventem). A segunda é que na ausência de regras não existe jogo, que uma modificação, por mínima que seja, de uma regra, modifica a natureza do jogo, e que um “lance” ou um enunciado que não satisfaça as regras, não pertence ao jogo definido por

elas. A terceira observação acaba de ser inferida: todo enunciado deve ser considerado como um lance feito em jogo.

Esta última observação leva a admitir um primeiro princípio que alicerça todo o nosso método: é que falar é combater, no sentido de jogar, e que os atos de linguagem provêm de uma agonística geral. (...) Esta idéia de uma agonística da linguagem (*langière*) não deve ocultar o segundo princípio que lhe é complementar e que norteia nossa análise: é que o vínculo social observável é feito de “lances” de linguagem” (LYOTARD, 2006, p.17-18).

Os discursos produzidos pelas instituições de ensino em análise, através dos anúncios publicitários, interpelam imediatamente aquela que os apresenta, aqueles a quem se dirige e o referente que eles interrogam. Não é por acaso que os anúncios falam, põem, portanto em combate, estratégias de comunicação que visam, através de um “*lance de linguagem*” atualizar seus discursos. Sob esta perspectiva, “os novos cursos e os cursos com novidades”, a inovação, que é mais do que atualização, a construção do conhecimento, o lugar de encontro dos grandes profissionais, portanto do mercado, devem ser percebidos como um movimento de “deslocamento”, uma alteração, um “contragolpe” do mercado de produtos educacionais, a partir das novas exigências do mundo produtivo.

Das instituições anunciadas analisadas, duas se destacam: UNIFACS e Unijorge. Não apenas pela frequência e tamanho dos anúncios, mas pelo fato de suas campanhas publicitárias evidenciarem um processo de construção “profissional” de uma imagem de marca que represente um conceito em educação para seu público consumidor. Isso significa uma disputa pelo direito de pautar o mercado, de ser referência, ou seja, ser capaz de criar ou recriar produtos ou serviços a fim de gerar novos conceitos. Uma, a Unijorge, quer ser reconhecida como instituição de vanguarda, à frente do seu tempo, capaz de antecipar as tendências do mercado. A outra, UNIFACS, é o próprio mercado, na medida em que os grandes profissionais lá se encontram.

O que não se pode perder de vista, e que as estratégias publicitárias aqui analisadas tentam ocultar, é um *falso consenso* sobre o qual se assenta a representação do capital humano como um “ajuste”, um detalhe que uma vez adquirido resolve a questão do desemprego, impede a percepção de que

a qualificação, mais do que o aprendizado de um conjunto de rotinas vinculadas a um posto de trabalho, centrada no ‘saber-fazer’, implica por ser relação e construção social – complexa, contraditória e multideterminada – a percepção ampla de objetivos, conteúdos e métodos, o que incluiria, por exemplo, a dimensão social do trabalho, autonomia do trabalhador e qualificações tácitas, construídas no cotidiano do trabalho (e fora dele) e não transmissíveis por processos educativos tradicionais. Em outras palavras, a qualificação nunca é apenas técnica, sendo sempre ‘qualificação social e profissional’ (LIMA, 2007, p. 63).

Se o investimento em educação e o conseqüente incremento em capital humano não resultam necessariamente em garantia de emprego e, como visto no capítulo anterior, o capital humano, passou a depender, cada vez mais, de um conjunto de competências técnicas e comportamentais formadas a partir de habilidades, experiências e posições sociais que subjetivam a qualificação através do incentivo às virtudes, atitudes e disposições motivacionais diversas que nem sempre dependem de uma aprendizagem sistemática, institucionalizada, resta aos *experts* em mercado do trabalho justificar o uso de critérios cada vez mais sutis e distantes da lógica racional evocada pelo tal mercado:

1. ‘quem sabe um pouco de *carisma, simpatia e sorte* complementem este perfil. Na verdade, é uma composição de vários fatores para se tentar driblar este cenário’, avalia Cássia Albuquerque, consultora organizacional e sócia de capital humano da Alcance Soluções Empresariais.¹⁶³’
2. ‘(...) As coisas não caem do céu, o que vale é a lei do maior esforço (...) O mundo atual *foi feito* para quem *quer e pode* competir. (...) Lembre-se do Obama! (Barack Obama, presidente dos EUA)¹⁶⁴’.

Ao mesmo tempo em que se nota a existência de uma valorização da educação formal, especialmente para os cargos mais elevados na hierarquia do trabalho, com o predomínio do conhecimento adquirido a partir do paradigma técnico-científico em contraposição à desvalorização do conhecimento prático, observa-se o caráter ambíguo do discurso dos consultores, conforme se observa nos trechos abaixo, em que se verifica uma valorização da *experiência* profissional:

¹⁶³ *A Tarde, Empregos & Negócios*, 15.03.09, p. 3, grifo meu.

¹⁶⁴ *A Tarde, Empregos & Negócios*, 22.02.09, p.3, grifo meu.

1. ‘O principal erro foi o excesso de páginas. ‘O documento tem quatro folhas. Ela se estende muito e me parece uma *permanente estagiária*, aquela profissional que fica constantemente em cursos, mas tem *pouca experiência*¹⁶⁵’.
2. ‘Formei-me em economia. *Antes de me aventurar no mercado de trabalho, quero expandir meus horizontes*. O que seria melhor: um MBA em gestão estratégica de negócios ou uma pós em ciência da informação? Lauro.

Caro Lauro, o renomado compositor Lúcio Cardim (1935-1982) é autor de uma música que dizia: ‘ não sei se caso ou compor um frango’, e que recebeu uma irretocável interpretação do artista baiano Odair Cabeça de Poeta. *Eu sugiro que você arrume um emprego, rapidinho*, e depois expanda seus horizontes. Se você ficar pensando muito, pode acabar concluindo – como fez o Lúcio Cardim – que o melhor seria casar com o frango’¹⁶⁶.

A busca constante pela autovalorização no mercado de trabalho, como visto no capítulo anterior, transforma a existência humana, em todas as suas dimensões, em um processo constante de acúmulo de capital humano. Passa a ser objeto de atenção dos consultores, em função da sutileza dos critérios definidores de uma vaga no mercado de trabalho, modos de falar, vestir, portar-se, ser e estar no mundo. Tudo passa a ser um detalhe que pode fazer toda diferença na vida profissional de um candidato ou de alguém que deseja permanecer no seu emprego, em fim, todas as situações parecem ser propícias para o acúmulo de capital humano. Como elaborar um currículo? O que vestir? Como se comportar?

1. A pontualidade é realmente importante para que um profissional se destaque e projete uma imagem verdadeiramente elegante?

É fundamental no mundo dos negócios, pois o indivíduo representa toda a corporação, e sos seus atrasos afetam não só a sua imagem, como a da empresa. Também na vida social, passou a ser atributo imprescindível. No que diz respeito aos indivíduos, o controle do tempo é uma competência cada vez mais valorizada. O profissional de qualquer nível hierárquico que chega atrasado revela-se displicente. Executivos mais graduados devem ser rigorosamente pontuais com todos na empresa¹⁶⁷.

2. O que usar: vestidos. Errado: é deselegante usar vestido curto no trabalho. Dependendo do movimento, algumas partes do corpo ficam à mostra.

¹⁶⁵ *A Tarde, Empregos & Negócios*, 15.02.09, p. 2, grifo meu.

¹⁶⁶ *A Tarde, Empregos & Negócios*, 02.02.09, p. 3.

¹⁶⁷ *A Tarde, Empregos & Negócios*, 01.03.09, p. 2.

Certo: No ambiente corporativo, seja discreta. O modelo mais curto que se pode usar não passa da altura dos joelhos¹⁶⁸.

3. Tenho 26 anos e estou fazendo planos para casar. Meu noivo e eu trabalhamos em empresas diferentes. Minha carreira decolou, mas a dele nem tanto. Ele tem reclamado do meu trabalho. O que posso fazer? Será que devemos nos casar agora? Paula.

*Sugiro que não se casem até resolver este impasse profissional. Se sua carreira decolou, você precisa de um marido que a ajude a progredir ainda mais, não de alguém que lhe peça para desacelerar. Seu noivo necessita de uma esposa compreensiva e você d eu marido compreensivo. A não ser que um de vocês encare com firme disposição uma mudança de atitude o que não é o caso, já que um quer que o outro mude – o casamento seria *um investimento de altíssimo risco*¹⁶⁹.*

4. Meu marido foi transferido para o Canadá por um período mínimo de três anos. Eu, toda contente, pedi demissão do meu emprego para vir com ele. Faz seis meses que estamos aqui e estou profundamente infeliz. Não tenho visto para trabalhar e, cada dia que passa, percebo que enterrei uma carreira bastante promissora. Vanessa.

Não se tranque em casa, Vanessa, nem vá passear em shoppings. Faça cursos. Seu visto lhe permite estudar. Se você fala bem inglês ou francês, encare uma faculdade. Se não fala, entre numa escola de idiomas. De preferência, estude em outra cidade, se o orçamento permitir. Assim, você e seu marido só se encontrarão nos fins de semana. O mais importante é se sentir independente. Se você se deixar levar pela situação, sua infelicidade se transformará em depressão. Tudo é uma questão de um simples ‘h’. Ou haja para agüentar o tédio, ou aja para escapar dele¹⁷⁰.

5. ‘O Orkut é uma fonte para chegarmos até a pessoa que buscamos’, diz Mônica Marani, coordenadora de recrutamento e seleção da Across, empresa de RH. Para ela, o problema é que muitos profissionais veem (sic) o Orkut como uma rede de relacionamentos, deixando de lado o bom senso e algumas regras de etiqueta.

Já para a advogada do ramo de direito digital Patrícia Peck, quem usa o Orkut *abre mão da privacidade* e perde seus direitos. A procuradora do Ministério Público do Trabalho de São Paulo (MPT) Adélia Augusto Domingues discorda: ‘o recrutador pode se valer de referências técnicas, mas não pessoais.’

De acordo com o Desembargador do Tribunal Regional de São Paulo (TRT), Marcelo Freire, o uso desse site na seleção ou na demissão de funcionários [Orkut] é ilegal. Meire disse que as empresas podem ser

¹⁶⁸ A Tarde, Empregos & Negócios, 01.03.09, p. 2.

¹⁶⁹ A Tarde, Empregos & Negócios, 01.03.09, p. 3, grifo meu

¹⁷⁰ A Tarde, Empregos & Negócios, 22.02.09, p. 3, grifo meu

processadas por *invasão de privacidade* e por não respeitarem o artigo da Constituição Federal que zela pelas garantias individuais.¹⁷¹

Em diversas passagens da *História*, casamento e negócios caminharam juntos. O que os enunciados acima evidenciam é muito mais do que uma simples questão de “h”. O problema, aqui, é quando, casamentos de pessoas comuns, com suas *histórias* cotidianas, comezinhas, revelam a “passagem do espaço público à condição de privacidade intimista, mas, sobretudo a perda de fronteira entre ambos, abrindo comportas para formas inéditas de despotismo” (CHAUÍ, 2000, p.387). E o maior de todos os déspotas é o mercado. Ele “exige” (formação, comportamento, conhecimento), “contrata”, “escolhe” (profissionais, áreas de interesse, escolas e programas de pós-graduação “de qualidade”), “premia”. Precisa ser “encarado”, possui uma “visão”. É alçado a uma condição quase humana, racional por excelência, pois objetivo, avesso às abstrações, um ditador, castrador e totalitário, que não tolera imperfeições.

No conjunto das vozes observadas e no contexto das suas falas uma se faz ausente. Os sindicatos. A ausência dessa voz torna o compromisso publicamente assumido pelo jornal junto ao seu leitor-consumidor, qual seja, veicular “reportagens sobre carreira, *mundo do trabalho*, perfil de profissões, oportunidades de empregos e serviços”, impossível de se fazer cumprir. Como retratar o mundo do trabalho sem que a voz dos trabalhadores organizados se faça ouvir? Censura. “O poder se exerce acompanhado de um certo silêncio” (ORLANDI, 2007, p. 101). Trata-se, prossegue a autora, de uma

interdição da inscrição do sujeito em formações discursivas determinadas, isto é, proibem-se certos sentidos porque se impede o sujeito de ocupar certo lugares, certas posições. Se se considera que o dizível define-se pelo conjunto de formações discursivas em suas relações, a censura intervém a cada vez que se impede o sujeito de circular em certas regiões determinadas pelas diferentes posições. Como a identidade é um movimento, afeta-se assim esse movimento. Desse modo, impede-se que o sujeito, na relação com o dizível, identifique-se com certas regiões do dizer pelas quais ele se representa como socialmente responsável, como autor” (2007, 104).

Ao impedir a circulação de um determinado sentido, o caderno opera o silenciamento, põe em silêncio um discurso. E, no entanto, a produção de mercadorias a partir do trabalho assalariado

¹⁷¹ *A Tarde, Empregos & Negócios*, 08.02.09, p. 3, grifo meu

coloca fora do alcance daqueles que efetivamente trabalham boa parte do conhecimento, das decisões técnicas, bem como do aparelho disciplinar que lhes dizem respeito. “A educação, o treinamento, a persuasão, a mobilização de certos sentimentos sociais (a ética do trabalho, a lealdade dos companheiros, o orgulho local ou nacional) e propensões psicológicas (a busca da identidade a partir do trabalho, a iniciativa individual ou solidariedade social) desempenham um papel claramente presentes na formação de ideologias dominantes” (HARVEY, 2001, p. 119). Os meios de comunicação de massa como já foi aqui comentado, operam como um dos dispositivos através dos quais os processos de formação de discursos ideologicamente hegemônicos buscam construir noções de realidade. Se o discurso jornalístico hierarquiza, tematiza, seleciona, semantiza, produz e reproduz sentidos sobre a relação trabalho educação, conforme foi observado através da leitura do caderno *Empregos & Negócios*, ele o faz mediante a interdição de um importante ator social: aquele que representa o trabalhador, o sindicato.

Considerações Finais

Um homem se humilha se castram seus sonhos
 Seu sonho é sua vida
 E sua vida é o trabalho
 E sem o seu trabalho o homem não tem honra
 E sem a sua honra
 Se morre
 Se mata
 Não dá para ser feliz¹⁷².

Estudar o modo como os discursos sobre trabalho e educação são enunciados no caderno de empregos no jornal de maior tiragem do estado é um modo de pensar como os processos de reestruturação econômica vêm afetando nosso cotidiano. É, pois, uma forma de participar da história do presente. E a decisão de tomar como objeto empírico algo tão cotidiano, tão prosaico como um jornal para estudar uma questão de tamanha importância social, política, ética e cultural vem do fato de, concordando como estudiosos da Escola de Frankfurt, não considerar “banal” nenhuma nuance da realidade. Prática possível apenas na medida em que “pudermos desentranhar nossa ciência do acontecimento cotidiano, da notícia do jornal para que possamos despertar a atenção para a realidade forte do acontecimento e limitar a fé na dominação puramente teórica do mundo” (PRADO JR., 1999 apud FONTENELLE, 2002, p.26).

O jornal, durante esta caminhada, foi entendido como produtor de novos sentidos e significados para os discursos circulantes sobre o mundo do trabalho e a educação, na medida em que se constitui em uma construção sócio-histórica formada por intenções, realidades e decisões provenientes de diferente indivíduos e contextos. Assim, não pode ser considerado elemento inocente e neutro de transmissão desinteressada do conhecimento social. Nessa perspectiva, percebe-se que a mídia não é apenas um reproduzidor de discursos sobre o mundo do trabalho e a educação, na medida em que se apropria das concepções das propostas oficiais e da prática, reinterpretando-as de acordo com as suas próprias concepções e finalidades. Novos significados e interpretações formam-se, influenciando, em função do seu alcance, os mais variados contextos.

¹⁷² Jr. GONZAGA, Luiz. *Guerreiro menino*. In: Gonzaguinha, Alô, Alô, Brasil. 1983.

Ficou aqui evidenciado que o processo de reestruturação produtiva em curso altera a relação entre conhecimento e informação, transformando-o em mercadoria, criando um mercado de conhecimento e conhecedores (consumidores) que favorece o estabelecimento de novas relações comerciais capazes de movimentar, substituir e excluir indivíduos que não se adaptem às mudanças em curso, naturalizando, assim, a *desfiliação* do mundo do trabalho, através da valorização, ou supervalorização, de novos valores, comportamentos, habilidades e competências a serem imputadas ao indivíduo na sociedade contemporânea, acarretando, no plano discursivo e da prática, novas relações de ensino e aprendizagem, influenciando no campo da educação.

Observou-se que o *falso consenso* criado em torno da acessibilidade garantida ao mercado de trabalho, através de um investimento no capital humano, cria a ficção de que a portabilidade dos títulos e do conhecimento adquirido propiciam condições de produção de senhas capazes de promover uma distribuição diferencial das oportunidades, fundamentada no mérito e no esforço individual. Assim, a grande oferta de cursos patrocinada pelas instituições privadas de ensino, ou a retórica presente nas administrações governamentais, materializada em propostas, documentos e argumentos oficiais, bem como na definição de políticas públicas destinadas ao setor, concretizam ações para geração de emprego e renda, para além da importância social devotada à questão do desemprego, indicam uma estratégia de transferência da culpa por não terem um emprego para aquele que não tem condições de promover o *ajuste* necessário ao seu ingresso no mercado de trabalho. Trata-se da popularização acadêmica e midiática, da teoria do capital humano, um discurso hegemônico protagonizado no caderno pelos donos da voz, os consultores das mais diversas áreas do conhecimento, sob a tutela da voz do dono, o grande capital. Foi possível perceber, também, marcas de práticas silenciadoras, através da quase ausência de um importante agente do cenário produtivo, o Estado e da ausência dos trabalhadores organizados. Quem fala é o mercado.

Não é possível, através do presente estudo, inferir sobre o que os leitores-consumidores fazem com a representação do binômio trabalho educação. O impacto desse discurso no seu cotidiano, suas releituras. Não era esse o objetivo do trabalho, mas é importante assinalar que perscrutar sobre os modos de enunciação do discurso sobre trabalho e educação na mídia auxilia a

compreensão de questões que pedem soluções em outros espaços, ou seja, no ambiente de trabalho, no ambiente escolar, nos gabinetes dos gestores públicos.

Referências Bibliográficas

ANDRADE, Maria da Conceição L. e PEREIRA, Gilson R. de M. *Sócioanálise de pré-noções no discurso jornalístico sobre educação*. Revista Brasileira de Educação. São Paulo, SP, Nº 28, Jan/Fev/Mar/Abr 2005. Disponível em < <http://www.anped.org.br/revbrased28.htm> >. Acessado em 13 de dez. de 2005.

ANTUNES, Ricardo. *Os sentidos do trabalho: ensaio sobre a afirmação e a negação do trabalho*. 8ª reimpressão. São Paulo. Boitempo Editorial. 2006.

_____. *Adeus ao trabalho? Ensaio sobre as metamorfoses e a centralidade do mundo do trabalho*. 9ª ed. São Paulo: Cortez; Campinas, SP. Editora da Universidade Estadual de Campinas, 2003

BARBOSA, Gustavo & RABAÇA, Carlos Alberto. *Dicionário de comunicação*. São Paulo: Ática, 1987.

BARROS FILHO, Clóvis e MARTINO, Luís Mauro Sá. *O habitus da comunicação*. São Paulo: Paulus, 2003.

BORGES, Ângela. *Mercado de trabalho: mais de uma década de precarização*. In: DRUCK, Graça & FRANCO. Tânia (org.). *A perda da razão social do trabalho*. São Paulo: Boitempo, 2007.

BORON, Atílio, *Os “novos leviatãs” e a polis democrática: neoliberalismo, decomposição estatal e decadência da democracia na América Latina*. In: SADER, Emir & GENTILLI, Pablo. *Pós-neoliberalismo II: que estado para que democracia?* 3. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2001.

BOURDIEU, Pierre. *A ordem das coisas*. In: BOURDIEU, Pierre (org.). *A miséria do mundo*. 3ª Ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 1999.

_____. *Suspensa por um fio*. In: BOURDIEU, Pierre (org.). *A miséria do mundo*. 3ª Ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 1999.

_____. *Efeitos de lugar*. . In: BOURDIEU, Pierre (org.). *A miséria do mundo*. 3ª Ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 1999.

_____. *A Escola conservadora: as desigualdades frente à escola e à cultura*. Tradução de Aparecida Joly Gouveia. In: Nogueira, Maria Alice & CATANI, Afrânio (org.). *Escritos de educação*. Petrópolis, TJ: Vozes, 1998.

_____. & CHAMPAGNE, P. *Os excluídos do interior*. In: Nogueira, Maria Alice & CATANI, Afrânio (org.). *Escritos de educação*. Petrópolis, TJ: Vozes, 1998.

_____ & SANT-MRTIN, Monique de. *As categorias do juízo professoral*. Tradução de Vera S. V. Falsetti. In: Nogueira, Maria Alice & CATANI, Afrânio (org.). *Escritos de educação*. Petrópolis, TJ: Vozes, 1998.

_____. *Sobre a televisão*. Tradução de Maria Lúcia Machado. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed. 1997.

_____. *Razões práticas: sobre a teoria da ação*. Tradução de Mariza Cori .d. Campinas, São Paulo: Papyrus, 2003.

CASTEL, Robert. *A metamorfose da questão social: uma crônica do salário*. Tradução de Iraci D. Poleti. 5ª ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2005.

CASTRO, Nivalde José de. *Economia e educação da escola clássica a teoria do capital humano*. Texto de Debate. FEA/UFRJ. Rio de Janeiro: UFRJ/FEA, 1990.

CHAMPAGNE, Patrick. *A visão midiática*. In: BOURDIEU, Pierre (org.). *A miséria do mundo*. 3ª Ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 1999.

CHARAUDEAU, Patrick. *Discurso das mídias*. Tradução de Ângela S. M. Corrêa. São Paulo: Contexto, 2006.

CHAUÍ, Marilena. *Universidade: organização ou instituição social?*. In: *A universidade na encruzilhada*. Seminário Universidade: por que e como reformar? Brasília, 6-7 de agosto. 2003. Brasília: Unesco Brasil, Ministério da Educação, 2003.

_____. *Público, Privado e Despotismo*. In: NOVAES, Adauto (org.) *Ética*. São Paulo: Cia das Letras, 2000.

FONTENELLE, Isleide Arruda. *O nome da marca: McDonald's, fetichismo e cultura descartável*. São Paulo: Boitempo Editorial, 2002.

FRIGOTTO, Gaudêncio. *A ideologia que embala a galinha dos ovos de ouro*. In: TIRIBA, Lia e PIKANÇO, Iracy (org.). *Trabalho e educação: arquitetos, abelhas e outros tecelões da economia popular solidária*. Aparecida, SP: Idéias & Letras, 2004.

FRIGOTTO, Gaudêncio. *Trabalho, conhecimento, consciência e a educação do trabalhador: impasses teóricos e práticos*. In: GOMES, Carlos Minayo. (et al.) *Trabalho e conhecimento: dilemas do trabalhador*. 4ªed. São Paulo, Cortez, 2002.

FRIGOTTO, Gaudêncio. *A produtividade da escola improdutiva: (re) exame das relações entre educação e estrutura econômico-social e capitalista*. 4ed. São Paulo: Cortez, 1993.

GENTILLI, Pablo. *A falsificação do consenso: simulacro e imposição na reforma educacional do neoliberalismo*. 3ª ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.

_____. *Os delírios da razão: crise do capital e metamorfose conceitual no campo educacional*. In: GENTILLI, Pablo et al. *Pedagogia da Exclusão: crítica ao neoliberalismo em educação*. Tradução de Vânia Paganini Thurler e Tomaz Tadeu da Silva. 11ª Ed. Petrópolis, Vozes, 2004.

_____. *Adeus à escola pública: desordem, violência do mercado e destino da educação das maiorias*. In: _____, *Pedagogia da Exclusão: crítica ao neoliberalismo em educação*. Tradução de Vânia Paganini Thurler e Tomaz Tadeu da Silva. 11ª Ed. Petrópolis, Vozes, 2004.

GIROUX, Henry e McLAREN, Peter. Por uma pedagogia crítica da Representação. In: SILVA, Tomaz Tadeu da e MOREIRA, Antônio Flávio. et al *Territórios contestados: o currículo e os novos mapas políticos*. 6ª ed. Petrópolis, RJ. Vozes, 1996 .

HARVEY, David. *Condição pós-moderna: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural*. 10ª ed. Tradução de Adail Ubirajara Sobral e Maria Stela Gonçalves. São Paulo. Edições Loyola,, 2001.

HOBBSBAWM, Eric. *A era dos extremos: o breve século XX (1914-1991)*. São Paulo. Companhia das Letras, 1998.

IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Trabalho e Rendimento. *Pesquisa Mensal de Emprego: algumas características da inserção das mulheres no mercado de trabalho 2003-2008*. Disponível < <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/indicadores/trabalhoerendimento>>. Acessado em 11.04.09.

IPSOS Marplan Media Research. ANJ. Quero comprar: 2ª Onda. Agost/2006. Disponível em < <http://www.anj.org.br/sala-de-imprensa/pesquisas/quero-comprar-2> > Acessado em 11.04.09.

KUENZER, Acácia. *Ensino de 2º Grau: o trabalho como princípio educativo*. 3ª ed. São Paulo: Cortez, 1997.

LIMA, Antônio Almerico. *A qualificação no sistema público de emprego: uma análise a partir das resoluções do CODEAFAT*. In: SAUL, Ana Maria & FREITAS, José Cleber (orgs.). Políticas Públicas de qualificação: desafios atuais. UNITRABALHO, São Paulo, A+ Comunicação, 2007.

LYOTARD, Jean François. *A condição Pós-Moderna*. Rio de Janeiro: José Olímpio, 2006.

MANFREDI, Sílvia Maria. Qualificação e educação: reconstruindo nexos e inter-relações. In: SAUL, Ana Maria & FREITAS, José Cleber (orgs.). Políticas Públicas de qualificação: desafios atuais. UNITRABALHO, São Paulo, A+ Comunicação, 2007.

MARCONDES FILHO, Ciro. *O capital da notícia: jornalismo como produção social de segunda natureza*. São Paulo: Ática, 1986.

MARX, Karl. *O capital: crítica da economia política*. Vol. I. Livro Primeiro. O processo de produção do capital. Tomo 1. Prefácios e Capítulos I a XII. Apresentação de Jacob Gorender. Coordenação e Revisão, Paul Singer. Tradução de Régis Barbosa e Flávio R. Kothe. São Paulo, SP: Editora Nova Cultura, 1996.

NEGRÃO, João José de Oliveira. *Jornalismo e a construção da Hegemonia*. Tese de Doutorado. Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. São Paulo, 2005.

OLIVEIRA, Roberto Vêras. *A qualificação profissional como política pública*. In: SAUL, Ana Maria & FREITAS, José Cleber (orgs.). *Políticas Públicas de qualificação: desafios atuais*. UNITRABALHO, São Paulo, A+ Comunicação, 2007.

NOSSELA, Paolo. *Trabalho e educação*. In: GOMES, Carlos Minayo. (et al.) *Trabalho e conhecimento: dilemas do trabalhador*. 4ªed. São Paulo, Cortez, 2002.

ORLANDI, Eni Puccinelli. *As formas do silêncio: no movimento dos sentidos*. 6ª ed. Campinas, SP. Editora da UNICAMPI, 2007.

REQUENA, Jesús González. *El espectáculo informativo: o la amenaza de lo real*. Madrid-España: Ediciones Akal, 1989.

RIES, Al & RIES, Laura. *A queda da propaganda. Da mídia paga à mídia espontânea*. Tradução de Ana Beatriz Rodrigues. Rio de Janeiro: Campus, 2002.

ROUANET, Sérgio Paulo. Iluminismo e contra-iluminismo: sobre a modernidade e seu projeto inacabado. In: *Textos de Cultura e Comunicação*. Salvador, nº 1, p.5-22. 1985. Texto 29.

ROUSSEAU, Jean-Jacques. *Os pensadores - Rousseau*. Vol. 1. São Paulo: Nova Cultural, 1999.

SAUL, Renato P. *As raízes renegadas da teoria do capital humano*. In: *Sociologias*. Porto Alegre, ano 6, nº 12, julho/dez. 2004.

SCHULTZ, Theodore W. *Valor econômico da educação*. 2ª ed. Tradução de P. S. Werneck. Rio de Janeiro, 1973a.

_____. *O capital humano: investimento em educação e pesquisa*. Tradução de Marco Aurélio de Moura Matos. Rio de Janeiro, Zahar Editores. 1973b.

THOMPSON, John B. *Ideologia e cultura moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa*. 2ª ed. Tradução do Grupo de Estudos sobre Ideologia, comunicação e representações sociais da pós-graduação do Instituto de Psicologia da PUCRS. Petrópolis, RJ: Vozes, 1998.

WACQUANT, Loïc. *Da América como utopia às avessas*. . In: BOURDIEU, Pierre (org.). *A miséria do mundo*. 3ª Ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 1999.

WILLIS, Paul. *A metamorfose das mercadorias culturais*. In: CASTELS, Manuel et al. *Novas perspectivas críticas em educação*. Porto Alegre: Artes Médicas, 1996.

JORNAIS

A Tarde, Empregos & Negócios, 01.02.09.

A Tarde, Empregos & Negócios, 08.02.09.

A Tarde, Empregos & Negócios, 15.02.09.

A Tarde, Empregos & Negócios, 22.02.09.

A Tarde, Empregos & Negócios, 01.03.09.

A Tarde, Empregos & Negócios, 08.03.09.

A Tarde, Empregos & Negócios, 15.03.09.