

EMBATES ENTRE IDEOLOGIAS CRISTALIZADAS E DO COTIDIANO: ELEMENTOS PARA UMA ABORDAGEM BAKHTINIANA DO JORNALISMO BRASILEIRO

Erike Luiz Vieira Feitosa

erik.feitosa@ifpr.edu.br

Doutorando em Tecnologia
pela Universidade Tecnológica
Federal do Paraná

Angela Maria Rubel Fanini

rubel@utfpr.edu.br

Doutora em Teoria da Literatura e professora
da Universidade Tecnológica
Federal do Paraná

16

*CLASHES BETWEEN CRYSTALLIZED
AND EVERYDAY IDEOLOGIES: ELE-
MENTS FOR A BAKHTINIAN APPROACH
OF BRAZILIAN JOURNALISM*

RESUMO

Este artigo recorre a princípios, conceitos e categorias do pensamento de Bakhtin e de seu Círculo para propor uma abordagem dialógica a respeito do jornalismo praticado por grandes conglomerados de mídia no Brasil contemporâneo. Demonstra que o jornalismo atua tanto no campo das chamadas ideologias cristalizadas quanto no âmbito das ideologias do cotidiano, refletindo e refratando a ambas. Para ilustrar e aprofundar essa reflexão, utiliza como exemplo uma matéria publicada pelo jornal Folha de S. Paulo, que destaca uma suposta improdutividade do trabalhador brasileiro em comparação com a de outros países – desenvolvidos –, notadamente com o trabalhador americano. Por fim, aponta que a compreensão dos processos ideológicos é crucial para a leitura dialógica do jornalismo e também da vida.

PALAVRAS-CHAVE: Filosofia da Linguagem. Jornalismo. Dialogismo. Pensamento bakhtiniano.

ABSTRACT

This article is based on principles, concepts and categories of thought of Bakhtin and his Circle to propose a dialogical approach about the journalism practiced by large media conglomerates in contemporary Brazil. It shows that journalism operates both in the field of so-called crystallized ideologies as in the context of everyday ideologies, reflecting and refracting both. To illustrate and deepen the study, it analyzes an article published by the newspaper Folha de S. Paulo, which emphasizes an alleged lack of productivity of Brazilian workers compared with other developed countries, especially with the American workers. Finally, it points out that the understanding of ideological processes is crucial for dialogic reading of journalism and also of life.

KEYWORDS: Philosophy of Language. Journalism. Dialogismo. Bakhtinian thought

Pensar em jornalismo é pensar em linguagem. Falar dele é lembrar-se dela e estudá-lo, em uma perspectiva bakhtiniana, é mergulhar em uma teia dialógica, desvendar um labirinto sem rota pré-estabelecida e sem garantias de saída. A linguagem é uma centralidade humana, constitui o homem, torna-o único e complexo. Diz Bakhtin (2013, p. 293) que “ser significa comunicar-se pelo diálogo”. Partindo dessa ontologia da linguagem, o pensamento bakhtiniano consolida a noção de que sem o outro não há diálogo, não há comunicação. Por isso mesmo, essa posição teórica carrega consigo concepções éticas, estéticas e políticas: “Daí, “o diálogo, em essência, não poder nem dever terminar, pois quando termina o diálogo, tudo termina” (Ibid.). No pensamento bakhtiniano, a linguagem não está descolada da concretude da realidade sócio-histórica-material, não está restrita à língua ou a livros, regras e manuais linguísticos, mas está imersa no campo da vida, a ponto de ser o indicativo desta. Nesse sentido, levando em conta as questões relativas à linguagem viva, a “palavra na vida”, ou seja, considerando os aspectos extraverbiais das enunciações (VOLOSHINOV, 2011, p. 154), a vida, em si, é entendida como um grande diálogo entre um eu e um outro, vários “eus” e “outros”, um embate dialógico, que não pode ter fim e cujo início também parece ser o infinito. Assim, a fala de cada sujeito, que é historicamente situado, é um elo de uma infinita cadeia de outras falas que, via de regra, respondem ao que já foi dito ou se antecipam a novos dizeres. Essa complexidade histórico-discursiva compõe o humano, o eu, o tu. Nossas palavras, inclusive a nossa consciência, está repleta de palavras, de pensamentos,

de ideias, que não são, exclusivamente nossas, mas também de outros. O eu é o outro para outrem, mas compartilha com este materialidades perceptíveis a partir da linguagem, como a língua, a cultura, os costumes, pensamentos, signos e a ideologia, além de poder ser, também, um outro para si.

No bojo dessa reflexão sobre a linguagem, a fim de entendê-lo por uma perspectiva dialógica, pergunta-se onde está ou onde pode estar o jornalismo? O que é este complexo tecnológico de transmissão de informações e de produção de conhecimento?¹ Como ele opera e quais são as suas influências nas construções discursivas do cotidiano e nos sistemas ideológicos?

Não é demais dizer que, na contemporaneidade, o jornalismo continua mantendo papel crucial. Queira-se ou não, a leitura que cada indivíduo faz do mundo, de episódios, tramas ou personagens específicos, sofre a influência de relatos jornalísticos oriundos de grandes grupos midiáticos. Neste século XXI, com a crescente necessidade pessoal de informação, nem mesmo os canais alternativos de comunicação propiciados pela internet são isentos de enunciados vinculados às narrativas dos grandes grupos de mídia, cujos veículos, dada à potencialidade de

¹ É preciso salientar que esses questionamentos não são inéditos e que há diferentes correntes de pensamento no campo das teorias da Comunicação e do Jornalismo que já se debruçaram sobre eles – seja de um ponto de vista mais pragmático, como as pesquisas da Escola de Chicago, ou de um aspecto mais crítico, como os teóricos herdeiros da tradição de Frankfurt –, oferecendo diferentes respostas e questionamentos a elas. Aqui, entretanto, o intuito é tentar reagir a essas indagações por uma perspectiva orientada pelo pensamento de Bakhtin e de seu círculo.

fazer circular enunciações ou de interditar certos aspectos de grandes debates, podem ser considerados sujeitos privilegiados do discurso – o próprio questionamento ou a desqualificação de seus enunciados passam por sua leitura e análise.

Assim, acredita-se que seja possível, por meio de um escrutínio dialógico, perceber as posições axiológicas dos veículos de comunicação, entendidos em sua complexidade conjuntural. Se um jornal, revista, emissora de rádio ou TV, ou um grande grupo de mídia composto por diferentes veículos e ferramentas de comunicação, manifesta-se sobre algo, essa manifestação traz as marcas de determinada visão de mundo, de interesses, de ideologias. Por esse motivo, o que diz essa empresa, ou empresas, sobre qualquer coisa é, fundamentalmente, um problema de linguagem e a investigação sobre o dito, feita por meio da colisão com outros dizeres, evidencia o que pretendem, em determinado contexto histórico, os inúmeros grupos de interesse aos quais elas estão, de alguma forma, vinculadas. Como infere Foucault, o discurso não é pouca coisa (FOUCAULT, 2012, p. 10).

Nesse aspecto, busca-se iniciar uma leitura dialógica sobre o jornalismo, sem qualquer pretensão de desenhar o início, meio e fim de um quadro teórico fechado, haja vista a consciência da impossibilidade de tal empreendimento. Se mesmo o diálogo clássico de um eu com um outro não pode ser limitado a um quadro analítico estanque, por remeter a enunciados, pensamentos, ideologias de longa data, enfim, por se complexificar cada vez mais na medida em que se aprofunda o entendimento sobre ele, o

mesmo precisa ser ressaltado na análise desta tecnologia humana de comunicação. O jornalismo está em transformação, o que, por si só, é motivo suficiente para investir em uma leitura dialógica dele enquanto fenômeno social.

Esse exercício exigirá incursões em conceitos e princípios bakhtinianos que são feitas na primeira parte deste texto. A segunda consiste na análise do discurso de um texto jornalístico que discute a improdutividade do trabalhador brasileiro e a partir do qual é possível perceber a incidência dos elementos destacados na primeira parte². Nas duas, o fio condutor do raciocínio remete à noção bakhtiniana de ideologia e em como o jornalismo trabalha com ela, inspirando-se em construções ideológicas consolidadas ou em ideologias do cotidiano e, em seu fazer discursivo, alterando a ambas.

Embates entre ideologia oficial e do cotidiano

Os enunciados jornalísticos são repletos de ideologia, como qualquer outro enunciado, motivo que faz a própria definição de “enunciado jornalístico” parecer redundante ou desnecessária. Retirados da cadeia infinita dos enunciados já produzidos pela humanidade, eles são aqueles sobre os quais o jornalismo acaba por jogar mais luz, trazendo-os,

² Outros textos jornalísticos poderiam ser utilizados para exemplificar o que se discute aqui, mas optou-se por este devido à familiaridade com o universo ideológico ao qual ele está vinculado, já estudado em pesquisa, em nível de mestrado, que inspirou este artigo. Também é preciso reconhecer que a vivência social e profissional que ampara a análise e fundamenta a leitura realizada sobre o fenômeno estudado influencia de maneira relevante a reflexão.

à sua maneira, à exposição pública, à avaliação, julgamento, enfim ao debate com uma multidão de outras pessoas, pensamentos e outros enunciados. Cada indivíduo tem certo poder de convencimento, de ser escutado, o que ele diz influencia os que estão ao seu redor, mas quando sua fala é mediada por aparatos tecnológicos de comunicação seus enunciados são amplificados, chegam a um maior número de pessoas em um intervalo de tempo infinitamente menor. Se considerarmos que cada grupo de mídia, na atual configuração do capitalismo, é composto por pessoas, grupos empresariais, acionistas, empresas vinculadas a eles, enfim, diferentes focos de interesse e de poder, seja político ou econômico, poderemos vislumbrar uma teia sócio-dialógica em que determinados discursos têm prevalência sobre outros, determinados conjuntos ideológicos, em determinadas conjunturas históricas, sobressaem-se em relação a outros. Parece-nos teoricamente impossível determinar com exatidão o DNA de cada enunciado mediado jornalisticamente, saber tudo sobre sua origem social e missão para o qual foi designado, mas observando a sua relação com os demais enunciados, bem como o posicionamento do veículo que lhe impulsiona, é viável, ao menos, especular sobre a sua orientação ético-política, exercício fundamental para uma leitura dialógica não apenas dos meios de comunicação, mas do mundo contemporâneo que lhe cria as condições e motivações de existência. Tal observação pode partir da discussão bakhtiniana a respeito da ideologia.

Para Bakhtin, há ideologia em tudo o que pensamos ou dizemos. Sendo o signo mais puro que existe, a própria palavra, quando percebida não do ponto de vista

meramente linguístico, mas extralinguístico, ou seja, no campo da vida, é repleta de ideologia. O domínio do ideológico coincide com o domínio dos signos: são mutuamente correspondentes, pois “ali onde o signo se encontra, encontra-se também o ideológico” (BAKHTIN/VOLOSHINOV, 2014, p. 33). Em outras palavras, o signo é pressuposto da ideologia, o que corresponde a dizer que qualquer signo que entre na corrente contínua da comunicação interpessoal, que se dá no embate dialógico entre pessoas diferentes, entre um “eu” e um “tu”, torna-se ideológico:

Um produto ideológico faz parte de uma realidade (natural ou social) como todo corpo físico, instrumento de produção, ou produto de consumo; mas, ao contrário destes, ele também reflete e refrata uma outra realidade, que lhe é exterior. Tudo que é ideológico possui um significado e remete a algo situado fora de si mesmo. Em outros termos, tudo que é ideológico é um signo. Sem signos não existe ideologia. Um corpo físico vale por si próprio: não significa nada e coincide inteiramente com sua própria natureza. Neste caso, não se trata de ideologia. [...] Converte-se, assim, em signo o objeto físico, o qual, sem deixar de fazer parte da realidade material, passa a refletir e a refratar, numa certa medida, uma outra realidade (BAKHTIN/VOLOSHINOV, 2014, p. 31).

Na perspectiva de Bakhtin e do Círculo, a ideologia é vista não por uma relação verdade-mentira, falso-verdadeiro, tese-antítese, tal qual preconcebe a corrente mais mecanicista do Marxismo – interlocutores de Bakhtin/Volochinov (2014). A ideologia é o embate entre sujeitos diferentes, classes sociais diferentes, que utilizam e, o tempo todo, dão novos sentidos aos mesmos signos, sen-

do o principal deles a palavra. Tais embates, como será discutido adiante, ocorrem o tempo todo no campo do jornalismo.

Em um simples corpo físico, um objeto, instrumento de produção, ou produto de consumo, não há ideologia. É o caso, por exemplo, da foice e do martelo como emblema da União Soviética (BAKHTIN/VOLOSHINOV, 2014, p. 32). Ambos são instrumentos de produção. Por si só, tanto a foice quanto o martelo nada significam, coincidindo inteiramente com aquilo que são: objetos utilizados pelo homem para modificar outras coisas. Mas quando são considerados seus aspectos histórico-sociais, esses artefatos, apropriados por uma classe social específica, com um objetivo específico (uma revolução proletária), quando transformados em emblema de uma causa, adquirem novos sentidos, novos significados, caracterizando um signo, que reflete (mostra) e refrata (altera) determinada realidade e cujos sentidos permanecem em negociação na intersubjetividade, que é material (concreta) e histórica: é a movimentação dos sujeitos que dará contorno e densidade social a este signo. Construído socialmente a partir do objeto – e mesmo sendo concreto, real, material, tal qual a coisa que lhe deu origem – esse signo não é o objeto, mas uma representação dele que aborda uma realidade diferente da realidade do objeto em si: enquanto os artefatos foice e martelo podem ser definidos como “instrumentos de metal com cabo de madeira” os signos foice e martelo podem remeter a inúmeros posicionamentos axiológicos, inclusive de natureza oposta, de acordo com o contexto e com os sujeitos do discurso (se marxistas ou liberais, por exemplo).

A realidade concreta insta o sujeito a falar dela, que o faz mantendo uma posição particular. Ele fala do lugar que lhe foi reservado, tem um gênero/identidade, uma classe social, interesses políticos, visão de mundo, está repleto de mediações das mais diferentes origens. Quando ele fala sobre essa realidade, a sua fala carrega consigo toda uma tradição enunciativa. Não é apenas a sua vontade que se ouve, mas há também a voz de outros. O seu discurso é repleto da palavra de outrem. Ao falar, ele não apenas reproduz (reflete) essa realidade, como também a altera (refrata) de alguma forma.

Cada signo é, ao mesmo tempo, um reflexo e um fragmento material dessa realidade. Quando se fala em signo, não se está falando de algo que existe somente em um mundo abstrato: “Ao lado dos fenômenos naturais, do material tecnológico e dos artigos de consumo, existe um universo particular, o universo de signos” (BAKHTIN/VOLOSHINOV, 2014, p. 32). Enquanto fenômenos do mundo exterior, ou seja, do mundo intersubjetivo, são fragmentos da realidade, uma “encarnação material, seja como som, massa física, como cor, como movimento do corpo ou como outra coisa qualquer” (Ibid., p. 33).

Bakhtin/Volochinov retiram, epistemologicamente, a ideologia do plano da consciência individual³. Nesse sentido, advo-

³ Os autores destacam que os campos do conhecimento que eles chamam de “a filosofia idealista” e a “visão psicologista da cultura” situam a ideologia na consciência individual o que, para eles, seria um equívoco, tendo em vista que o próprio pensamento individual, ou seja, o discurso interior, só pode se materializar mediante a utilização de material semiótico, tendo em vista que a compreensão é

gam que a consciência surge e se afirma mediante a encarnação material em signos, pois a compreensão de algo é uma resposta a um signo por meio de outros signos, ou seja, a consciência individual é, por definição, semiótica, e, portanto, ideológica. A consciência individual surge e é constantemente preenchida a partir da interação entre indivíduos que partilham, resgatam ou modificam signos compartilhados (comuns). Estes signos adquirem, reforçam, enfraquecem ou renovam sentidos à medida que são arrolados na corrente infinita de trocas dialógicas entre sujeitos historicamente situados. Isso significa que a própria consciência individual só se forma quando está impregnada de material semiótico (signos), em outras palavras, de ideologia, “consequentemente, somente no processo de interação social” (Ibid. p. 34).

Aqui emerge nitidamente algo que permeia toda a teoria bakhtiniana: a noção de alteridade. Os signos surgem na interação de um eu com um outro. O discurso interior desse eu está repleto de signos, de ideologias, que, por sua vez, foram construídas por meio do embate dialógico com outros sujeitos.

Sendo a palavra um signo neutro, um fragmento da realidade prestes a adquirir sentidos exteriores a si a partir da interação entre sujeitos historicamente situados, é no embate dialógico, que ocorre no contexto de domínios particulares da criação ideológica (a política, a economia, a arte, a religião), que ela assume tons ideológicos socialmente intencionados.

uma resposta a um signo por meio de outros signos e o signo se dá na comunicação interpessoal – não é apenas submetido a um sistema lógico concebido.

Para Bakhtin e o Círculo, a palavra possui caráter ubíquo. Está presente tanto na infraestrutura quanto nas superestruturas sociais. Em outras palavras, a palavra está em tudo, em todas as dimensões humanas e, portanto, em todas as relações sociais, tendo em vista que o sujeito só se configura como tal na fronteira, na presença e no diálogo, com outros sujeitos.

A palavra não está apenas na base material de produção e reprodução da vida (infraestrutura) ou, apenas, nas manifestações políticas, jurídicas, intelectuais, religiosas (superestruturas). Ela habita todos esses espaços sociais e, por meio do embate dialógico entre sujeitos diferentes, no meio deles assume os mais diversos sentidos. O signo não apenas reflete, mas refrata a realidade. A realidade concreta insta o sujeito a falar sobre ela. Objetificada, apresenta informações sobre si para o sujeito, mas ele, repleto de mediações, de falas de outrem, caracterizado por uma posição particular no mundo (de classe, gênero, idade, intenção), envia para o objeto outras definições, que podem mudá-lo, refratá-lo. Por isso é que, para Bakhtin e o Círculo, a infraestrutura não determina, unilateralmente, as superestruturas, como preconiza certo pensamento marxista do qual Bakhtin/Voloshinov (2014) discordam. Pelo contrário, desse mirante, infraestrutura e superestruturas são inseparáveis. O que acontece na primeira pode trazer reflexos para a outra, sim, mas o pensamento bakhtiniano admite também o caminho inverso. Há reflexos e refrações em ambas as direções.

Bakhtin e o Círculo vislumbram a coexistência de dois tipos de ideologia. A primeira, e mais visível, pode ser classificada

como oficial, e, via de regra, caracteriza-se por ser o conjunto de ideias relativamente dominantes em dado sistema social. Para além dessas ideologias “cristalizadas”, existe outro tipo de ideologia “extraordinariamente rico e importante” (BAKHTIN/VOLOSHINOV, 2014, p. 37): a ideologia do cotidiano. Ela leva a marca da comunicação social na vida cotidiana e não se vincula a uma esfera ideológica particular. Está diretamente ligada aos processos de produção e, ao mesmo tempo, diz respeito às esferas das diversas ideologias especializadas e formalizadas. Em outros termos, a ideologia do cotidiano tem relações tanto com a infra quanto com as superestruturas e, nesses dois campos, produz sentidos que ora reproduzem a realidade material e ora interferem nela. Disso decorre que não há hierarquia entre os diferentes tipos de ideologia. A ideologia da classe dominante, apenas por ser dominante, não oblitera completa ou eternamente o pensamento das classes dominadas. Construídas por consciências individuais formadas na coletividade por meio de material semiótico – “se privarmos a consciência de seu conteúdo semiótico e ideológico, não sobra nada” (BAKHTIN/VOLOSHINOV, 2014, p. 36) – ambas as ideologias não estão fechadas, imunes a mudanças, mas em transformação, em embate, evidenciando as lutas intra e interclasses.

Classe social e comunidade semiótica não se confundem. Pelo segundo termo entendemos a comunidade que utiliza um único e mesmo código ideológico de comunicação. Assim, classes sociais diferentes servem-se de uma e só língua. Consequentemente, em todo signo ideológico confrontam-se índices de valor contraditórios. O signo se torna a arena onde se desenvolve a luta de classes. Esta plurivalência social

do signo ideológico é um traço de maior importância. Na verdade, é este entrecruzamento dos índices de valor que torna o signo vivo e móvel, capaz de evoluir. O signo, se subtraído às tensões da luta social, se posto à margem da luta de classes, irá infalivelmente debilitar-se, degenerará em alegoria, tornar-se-á objeto de estudo dos filólogos e não será mais um instrumento racional e vivo para a sociedade (BAKHTIN/VOLOSHINOV, 2014, p. 47).

Dessa forma, não há como compreender ideologia como falsa consciência ou simplesmente como a expressão de uma ideia, mas como expressão de uma tomada de posição determinada. Assim, ao ressaltar o caráter interindividual de construção do signo e, conseqüentemente, da ideologia, o pensamento bakhtiniano se afasta dos determinismos, apontando para uma relação tensa entre ideologias formalizadas e a ideologia que é construída diariamente no fluxo da vida cotidiana, nas conversas informais, corredores, ruas, rodas de amigos, escolas, bares, igrejas. Ideologias oficiais e ideologias do cotidiano, como em um diálogo interpessoal, estão em embate, refletindo-se e se refratando mutuamente.

Tal dinâmica é muito perceptível em diferentes enunciados jornalísticos. Há embates entre ideologias relativamente formalizadas, da mesma forma em que elas sofrem a influência das ideologias do cotidiano, pois os meios de comunicação estão imersos em ambos os campos ideológicos (oficial e do cotidiano). Defendem determinada ideologia oficial, bebem da sua fonte, existem, aliás, por sua causa, mas também se alimentam da ideologia do cotidiano, que, por sua vez, cotidianamente, por eles também é modificada. Se a palavra é o signo ideológico por excelência, o fruto do trabalho dos meios de

comunicação, a palavra contextualizada, dialogicamente posicionada, é uma amostra das tensões de um diálogo ainda inconcluso: também um campo de batalha das lutas entre e no interior das classes sociais.

Ideologia oficial e do cotidiano na Folha de S. Paulo

No dia 31 de maio de 2015 a Folha de S. Paulo publicou a reportagem “Um trabalhador americano produz como quatro brasileiros” (ROLLI; FAGUNDES, 2015). Citando dados da Conference Board⁴, a reportagem destaca logo de início que a distância entre a produtividade americana e a brasileira vem se acentuando e refletiria o “baixo nível educacional do Brasil, a falta de qualificação da mão de obra, os gargalos na infraestrutura e os poucos investimentos em inovação e tecnologia no país” (ROLLI; FAGUNDES, 2015). Dessa maneira, se há um problema, que é a baixa produtividade do trabalhador brasileiro, também já há possíveis causas apontadas para o fenômeno, que remetem a deficiências nacionais na Educação, em nível formal e também profissional, além de questões de infraestrutura, inovação e tecnologia. Em suma, começa-se a apresentar um problema que não é simples de ser compreendido – quiçá resolvido.

Para desenvolver o argumento, a matéria apresenta gráficos que comparam os

⁴ Organização americana que atua por meio da associação de grandes empresas e organizações públicas e privadas e realiza pesquisas e outras ações no intuito de fornecer informações estratégicas aos associados principalmente nas áreas de Liderança Corporativa, Economia e Negócios, Meio Ambiente e Capital Humano (CONFERENCE BOARD, 2016).

índices de produtividade do brasileiro aos do americano (Figura 1). Por meio de linguagem verbo-visual, afirma-se que “são necessários quatro brasileiros para atingir a mesma produtividade de um americano” (Ibid.). Em outras palavras, um só americano equivale a quatro brasileiros. Ou: seriam necessários quatro brasileiros para se obter a produtividade de um americano. O subtexto deste enunciado é estereotipante e reificador, tanto para descrever o brasileiro quanto o americano. Qual é a função de um trabalhador? No universo discursivo desta matéria esse papel social pode ser resumido em apenas um verbo ou seus sinônimos: trabalhar, produzir, fazer. Não há preocupações com as condições de vida desses sujeitos que produzem. Tal qual o resultado de seu ato laborativo, são coisas ou números.

Um índice econômico qualquer nasce e se torna relevante socialmente a partir da relação entre dados que são a ele vinculados ou que lhe imputem qualidades. Aqui, um trabalhador é classificado por aquilo que consegue produzir, ou por aquilo que o índice adotado infere que ele produza – pois, obviamente, uma posição axiológica e epistemológica equilibrada deveria, ao menos, questionar a sua eficácia, resultados e pretensões, como se tentará fazer neste espaço. Nesse sentido, na abertura da reportagem e nos argumentos que compõem o restante da matéria, o americano é descrito como um super-trabalhador e o brasileiro como uma subclasse de trabalhador. Enquanto uma cultura (a americana, estrangeira, desenvolvida) demonstra amor, vontade pelo trabalho árduo, a outra, brasileira, é associada a uma inapetência de trabalho, a um suposto gosto pelo ócio: é vadia. Isso também fica evidente

em outros dois momentos do texto, no primeiro e no segundo parágrafos – abertura e fechamento da construção discursiva.



Figura 1 – Infográfico apresentado pela Folha (ROLLI; FAGUNDES (2015))

No primeiro parágrafo diz-se o seguinte: “Fatores apontados por empresários e por quem estuda o assunto como os principais entraves para a produtividade crescer no país – e que também ajudam a explicar o desempenho fraco do PIB brasileiro nos últimos anos” (ROLLI; FAGUNDES, 2015). A produtividade brasileira, estagnada desde metade do século passado, seria, então, a principal responsável pelo fraco crescimento do país. Sendo a produtividade, nesta construção discursiva, dada pela “relação entre o PIB do país e o total de empregados” (Ibid.), uma medida de quanto teria produzido cada trabalhador, então a culpa pelo desempenho econômico ruim é, principalmente, de quem trabalha. Aumentando-se a produtividade do trabalho aumenta-se o PIB e o país cresce. A conclusão básica desse pensamento silogístico é a de que se os brasileiros trabalhassem

mais, talvez se equiparando a um americano, a economia melhoraria, haveria crescimento – como se do aumento do PIB todos os indivíduos de uma nação sássem beneficiados igualmente, como se não houvesse desigualdades na distribuição da renda. Há, aí, uma tentativa de associação direta entre trabalho e riqueza⁵.

No último parágrafo da matéria, quando se destaca o isolamento do Brasil de outros países desenvolvidos no quesito produtividade, afirma-se,

⁵ Entretanto, como lembra Castel (2013, p. 227), as duas categorias são completamente desconexas, pelo menos até o advento da modernidade, quando o quadro se apresenta de maneira diferente, mas resguardando certas homologias com períodos históricos como o contemporâneo: “[...] o fato de ser a lei ineludível para o povo não significa que o trabalho seja a origem da riqueza. É antes, até o período moderno, a contrapartida do fato de encontrar-se fora da riqueza”. Nesse raciocínio, a riqueza é, então, o resultado de relações desiguais, sejam elas roubos, negociações injustas, expropriações (de nações dominadas por nações dominadoras), ou, como neste caso, de relações de trabalho no capitalismo. “O trabalho [...] é, ao mesmo tempo, uma necessidade econômica e uma obrigação moral para os que nada têm, o antídoto contra a ociosidade, o corretivo para os vícios do povo” (Ibid., p. 227). Uma vez que o trabalho “[...] representa o meio necessário de suprir as necessidades de todos os que não são socialmente dotados” (Ibid., p. 228), naturalizar a necessidade de se trabalhar cada vez mais, gastar mais tempo de vida para enriquecer a outros, é um comportamento que se espera do brasileiro e que interessa aos segmentos sociais mais elevados, especialmente os “25% da população” que, neste início de século, “concentram 75% da produção mundial” (POCHMANN, 2009, p. 17).

por meio da declaração de um estudioso do tema, que há pouca participação de estrangeiros no mercado de trabalho brasileiro, que professores, pesquisadores, técnicos e cientistas “enfrentam dificuldades burocráticas para exercer suas atividades no país” (ROLLI; FAGUNDES, 2015). Tal raciocínio evidencia o preconceito de que, de fato, o brasileiro não é capaz, pois se houvesse estrangeiros – advindos não de qualquer lugar, mas de países desenvolvidos – atuando aqui, as coisas poderiam ser melhores. Profissionais brasileiros não seriam tão bons quanto os de fora. Tal discurso remete a uma noção de longa data que rebaixa o nacional e valoriza o europeu e o americano, como se as coisas e pessoas de lá fossem sempre melhores que as de cá. Infere-se com essa indicação que a solução para o Brasil é que ele se assemelhe, cada vez mais, ao que são os países chamados desenvolvidos, a começar pela dimensão do trabalho. Isso significa que os trabalhadores precisam trabalhar mais, com mais afinco.

No restante do texto, há comparações entre a produtividade do trabalho envolvendo diferentes países e são explicados alguns fatores responsáveis pelo mau desempenho brasileiro. Os principais deles são o baixo nível educacional da população e a má qualidade de ensino (quinto e sexto parágrafos); a má qualificação dos trabalhadores (sétimo parágrafo); uma alta carga tributária, juros altos para empréstimos, riscos cambiais e custos trabalhistas, “entre outros gargalos que encarecem a produção” (décimo parágrafo). Tais apontamentos não deixam de ser contraditórios, pois se há diversos fatores incidindo sobre o índice de produtividade, faz, sentido, então, o discurso de culpabilidade do trabalhador a respeito da produtividade?

Se esta não depende apenas deste personagem, é crível pensar e defender que ele seja responsabilizado quase que exclusivamente?

Esse discurso vem à tona sazonalmente por ocasião da divulgação dos referidos dados da produtividade do trabalho⁶ e é amparado por uma linguagem técnica, cujos meandros, por restrita a iniciados nas discussões do campo da Economia, escapam à boa parte dos personagens objetificados (os trabalhadores), evidenciando forte caráter ideológico. Seus enunciados são trazidos à público com base em uma ideologia cristalizada bastante evidente e até mesmo hegemônica nos veículos de comunicação comerciais brasileiros⁷. Neles, fala-se a partir da perspectiva macroeconômica neoliberal. A partir dela são feitas determinadas leituras da realidade, que posicionam e direcionam os argumentos a direções que o discurso pretende convencer que sejam únicas.

⁶ Por exemplo, no jornal O Globo (CARNEIRO, 2015) defende-se que o “trabalhador brasileiro produz menos que o da Venezuela”, afirmação que adjetiva negativamente os trabalhadores de ambos os países; na The Economist, esse mesmo trabalhador é “gloriosamente improdutivo” (THE ECONOMIST, 2014). A própria Folha de S. Paulo, em editorial de 2014, defende que não apenas os trabalhadores, mas o próprio país seria improdutivo: ao defender isso, o editorialista ainda deprecia os críticos a essa postura, afirmando que a indignação sobre ela deveria ser transformada em brio, o que leva a discussão para o âmbito moral (rotulando o trabalhador brasileiro como pessoa sem brio, sem vontade de trabalhar). Em comum, todos esses textos compartilham uma visão neoliberal da economia, cujas principais defesas são a privatização, desregulamentação e liberalização.

⁷ Por este termo, refere-se ao conjunto de veículos de comunicação caracterizados por sua grande circulação ou audiência, geralmente pertencentes a grandes conglomerados de mídia que hegemonomizam ou compõem oligarquias no mercado do qual fazem parte.

Cristalizada, ela orienta os discursos dos jornalistas e, no caso selecionado, também pode ser verificada na fala dos entrevistados. Assim, constroem-se enunciados que não incorporam, e sequer chamam ao diálogo visões macroeconômicas distintas, como, por exemplo, a keynesiana ou a marxista – estas podem ser vislumbradas apenas indiretamente, pois, mesmo não sendo citadas, há inferências a elas, ou diálogos no subtexto, como, por exemplo, na crítica à carga tributária ou às leis trabalhistas, características associadas aos governos petistas, que, pelo menos até 2014, defenderam e implantaram ideias macroeconômicas consideradas heterodoxas (keynesianas). Revela-se, então, mesmo em uma posição monológica como a da Folha de S. Paulo⁸, o conflito entre diferentes posições ou vontades antagônicas. Nesse embate, não há síntese, pois ele não é finalizado, fechado, concluído. Há, sim, uma eterna agonística, a expectativa de continuação do embate e, nestas relações discursivas, em que são movimentados diferentes dizeres e posições, são modificadas as ideologias cristalizadas, alteradas as ideologias do cotidiano, criados, reforçados ou resgatados novos conjuntos ideológicos. É assim que uma ideologia cristalizada, reforçada pelos meios de comunicação diariamente, vai se integrando, mesmo que em partes, às ideologias do cotidiano. Afinal de contas, o senso comum tem validade, no dia a dia, a ideia de que o brasileiro trabalha pouco ou que deveria trabalhar mais⁹.

⁸ O discurso da matéria analisada aqui coincide com um editorial anterior do jornal que versa sobre o mesmo tema (FOLHA DE S. PAULO, 2014).

⁹ Permeada por um estranhamento e um grande choque cultural, redigida no primeiro dia de maio

Ao se observarem outros dados sobre o trabalho, entretanto, verifica-se que esse discurso está longe de corresponder a uma verdade absoluta, de ser um dado concreto sobre o qual não pairam dúvidas – o que reforça a percepção de que ele tem se dado no âmbito de uma disputa ideológica. A começar pelo limite legal, a jornada do brasileiro é de oito horas diárias e quarenta e quatro semanais (BRASIL, 1988, art. 7), enquanto o padrão dominante mundialmente, segundo dados compilados em 2005 pela Organização Internacional do Trabalho (OIT), é de 40 horas semanais (LEE; DEIRDRE; MESSENGER, 2009, p. 20). A maioria dos países industrializados adota o padrão de 40 horas. Na prática, no Brasil, mais da metade da população (52,8%) traba-

de 1500, um dos primeiros discursos de que se tem conhecimento sobre a terra e os povos que habitavam o Brasil Pré-Colonial, a Carta de Pero Vaz de Caminha já retratava os indígenas como seres exóticos, “inocentes que mostravam as vergonhas assim como mostravam o rosto” e que possuíam uma relação com o trabalho, e com a vida em sociedade, muito diferente da europeia: “Eles não lavram, nem criam. Não há aqui boi, nem vaca, nem cabra, nem ovelha, nem galinha, nem qualquer outra alimária, que costumada seja ao viver dos homens. Nem comem senão desse inhame, que aqui há muito, e dessa semente e frutos, que a terra e as árvores de si lançam. E com isto andam tais e tão rijos e tão nédios, que o não somos nós tanto, com quanto trigo e legumes comemos” (CAMINHA, 2015). Com o passar dos anos, outras imagens ou personagens reforçam o estereótipo de uma cultura vadia, pouca afeita ao trabalho, como o personagem Zé Carioca, criado pela Walt Disney Company, ou o herói sem nenhum caráter Macunaíma (ANDRADE, 2013), entre outras construções discursivas (mediadas pelos meios de comunicação, cristalizadas em leis, decretos, entre outros gêneros do discurso) que influenciam as diferentes definições sobre o brasileiro – principalmente este estereótipo de um sujeito cuja cultura valoriza o ócio em detrimento do louvor ao ato laborativo.

lha mais do que a referência legal de 44 horas semanais. Cerca de um terço (33,7%) tem jornada efetiva entre 44 e 48 horas e quase um quinto (19,1%) enfrentam jornada superior a 48 horas semanais – apenas 23,1% mantinham jornada inferior a 35 horas por semana (Ibid.).

Tais informações indicam que a utilização do índice de produtividade para tentar demonstrar a eficiência ou a quantidade de trabalho da população economicamente ativa de um país é inadequada e serve a fins ideológicos. Por exemplo, considerando as imagens e relatos que cotidianamente nos chegam do oriente, quem, em sã consciência, poderia afirmar que o brasileiro trabalha mais, produz mais, é mais produtivo que o trabalhador chinês? No entanto, os mesmos critérios utilizados para medir a produtividade do brasileiro, considerada baixa em relação à dos trabalhadores de países ricos, indicam, em 2015, que ele é mais produtivo que o chinês, sim, e também mais produtivo que o trabalhador indiano (ROLLI; FAGUNDES, 2015). Esses dados estão presentes na matéria, mas não foram destacados por ela. Da mesma forma, também seria possível dizer que trabalhador do Qatar (e não o americano) é o mais eficiente do mundo¹⁰, pois, desconsiderando a exploração das enormes jazidas de petróleo daquele país e o número relativamente reduzido de trabalha-

¹⁰ De acordo com a Conference Board, a população ocupada do Qatar produziu, em média, de 2009 a 2013, US\$ 152.660 por ano. Os EUA estão em segundo lugar, com média anual de US\$ 112.312 por trabalhador. O Brasil tem índice de US\$ 19.599 e a China de 17.025. O estudo utiliza dólares em paridade do poder de compra, medida que procura neutralizar a diferença do poder aquisitivo da moeda americana em cada país (CRESPO, 2014).

dores necessários para a produção dessa mercadoria tão valiosa – além, é claro, do baixo índice populacional –, a divisão do seu PIB pela população economicamente ativa é a mais elevada do planeta.

Em síntese, na matéria analisada, a ideologia neoliberal é reinante, mas não está só, apesar do silenciamento das vozes opositoras. Ela entra em embate com as ideologias do cotidiano e também com outras vertentes do pensamento econômico. Nesse aspecto, para se reforçar, precisa recorrer a especialistas, que conferem fidedignidade aos discursos em tela, ao passo em que também utiliza linguagem técnica, jargões macroeconômicos. Mesmo tendo elementos para tal, não questiona os dados sobre produtividade, mas os utiliza para a defesa daquilo que preconiza, motivo pelo qual, nesta mesma ação, traz consigo a visão oposicionista. No subtexto, critica o governo e as opções que o país adota na economia. A ideia, justamente, é alterar esse quadro, com vistas a um ambiente mais liberalizado. Números e especialistas não apenas concordam, mas reforçam a posição do jornal. Não se pode falar, portanto, em multiplicidade de vozes, mas sim em reforço de uma posição que já é pré-estabelecida. Há uma tese a ser confirmada e o esforço comunicativo está direcionado a este fim. Tem-se, então, a defesa de uma ideologia cristalizada, a neoliberal que, por sua vez, não está só, mas em embate com outras visões e sujeitos, tanto no campo das ideologias cristalizadas quanto nas do cotidiano.

Some-se a essa visão reducionista, a questão de que o texto não explicita sobre qual trabalhador se posiciona. Não se nomeiam setores da economia, regiões do país,

categorias profissionais, ou seja, a Folha de S. Paulo apresenta uma média dos trabalhadores brasileiros e enfatiza que todos são improdutivos. Em que setores há mais produtividade e em que regiões do país? Isso não nos é informado. Sabemos que a média é algo abstrato, pois a realidade do país é díspar. Juízes, médicos de hospitais do interior e de um centro urbano populoso, servidores públicos de uma pequena prefeitura e de grandes cidades, coletores de lixo, pedreiros, professores da rede pública e de colégios particulares são todos trabalhadores. Quem seriam os improdutivos? Perceba-se que essas noções discursivas absolutizantes trazidas pelo jornal são completamente inapropriadas do ponto de vista da realidade laboral. Um texto sério mapearia setores, regiões, atividades e daí sim poderia expor sobre produtividade ou improdutividade.

Considerações finais

O jornalismo trabalha com construções discursivas nas quais convivem tensamente diferentes posições ideológicas. Disso, não pode fugir. Não que seja polifônico, pelo contrário. Em suas investidas monológicas, diversos veículos de comunicação, querendo abafar a outrem, acabam, justamente por isso, evidenciando a existência do conflito, da diferença, do embate que existe entre posições antagônicas. Paralelamente a mensagens aparentemente pacificadas, de sentidos comuns, de uma visão hegemônica sobre um acontecimento qualquer, pode haver vozes dissonantes e as tentativas de silenciá-las não são suficientes para as aniquilar, pois vivem na fala do outro, dialogam com este, mesmo sem serem convidadas, mas, mesmo assim, o pensamento hegemô-

nico deixa as suas marcas, influenciando de maneira importante a forma como as pessoas compreendem determinados eventos. Quem detém as ferramentas de comunicação mais potentes têm maiores chances de fazer vencer no espaço público a sua ideologia, a sua tomada de posição perante o mundo. Exemplos disso são vistos no jornalismo brasileiro todos os dias. Esse ativismo midiático ao redor de temas eleitos como os mais importantes – pois sobre os que não são relevantes, não há tanta atenção ou militância – não apenas retratam, mas alteram os panoramas retratados. Discurso é poder, “[...] não é simplesmente aquilo que traduz as lutas ou os sistemas de dominação, mas aquilo porque, pelo que se luta, o poder do qual nos queremos apoderar” (FOUCAULT, 2012, p. 10).

No fazer cotidiano de profissionais e empresas de comunicação, operam posições ideológicas antedadas que fazem com que sejam favorecidos os discursos que mais lhes aprazem ou lhes são necessários, prejudicando ou influenciando a circulação de discursos inconvenientes. O que se quer destacar é que, por mais que neguem, empresas e profissionais do jornalismo têm interesses imediatos na realidade que retratam cotidianamente, mas isso não significa, entretanto, que se possa fechar questão acerca de uma possível unicidade discursiva advinda dos meios de comunicação. Há resistências e não há homogeneidade ideológica que supere de forma lítica os embates do cotidiano.

O jornalismo, nesse aspecto, pensando por uma perspectiva bakhtiniana, localiza-se, fundamentalmente, no campo ideológico. Atua a partir de ideologias cristalizadas,

mas que estão em transformação. Utiliza consensos do cotidiano, que também estão em permanente mudança.

Os veículos de comunicação, pertencentes a uma elite econômica, defendendo suas ideologias e interesses, tende a favorecer discursivamente, mas não estão livres de, em determinadas situações do cotidiano, assumirem o discurso das classes sociais que dão sustentação ao capitalismo contemporâneo, confundindo e misturando visões, borrando os limites das lutas inter e intraclases, o que é fundamental para a manutenção de determinada ordem econômico-social. O jornalismo fala e precisa falar a língua do povo, alimentando-o com informações e discursos cujos sentidos não são, necessariamente, benéficos à maioria e que podem, nos embates cotidianos, ser absorvidos ou reorientados.

Os discursos, inclusive os mediados pelo jornalismo, deslocam-se na teia social, dando sustentação a ela ao mesmo tempo em que também a modificam – ao referir-se a uma realidade imediata, não sendo a própria realidade, mas algo externo a ela, a palavra acaba por modificá-la de alguma forma. Assim, por exemplo, ao recorrer ao antigo estereótipo do trabalhador brasileiro culturalmente preguiçoso, primeiramente, reforça-se socialmente esta ideia (mesmo que se concorde que ela não seja fidedigna) e, ao mesmo tempo, possibilita-se a construção de um discurso de chamamento à produtividade, ao trabalho com afinco. Associada a índices, falas de especialistas, jargões técnicos, constrói-se uma grande narrativa, na qual o trabalho é uma necessidade material e também moral: quem não trabalha além de ser desva-

lorizado é criminalizado. Para esse discurso, não interessa que trabalho é este e para quem ou para quem se trabalha. Interessa o próprio trabalho, a produção, a acumulação de riquezas pelo excedente de trabalho alheio – isso explica a perspectiva unidirecional conferida ao discurso sobre a produtividade/improdutividade. É preciso trabalhar, produzir, fazer o PIB crescer. Não há outro caminho se não o do crescimento econômico. Isso é ideológico.

Compreender as ideologias, como elas se formam e se movimentam no seio social é, também, preparar-se para uma leitura dialógica dos meios de comunicação, para uma leitura dos discursos, para a percepção da ubiquidade da palavra e em como essa adquire sentidos nas relações intersubjetivas. É entender sobre o humano e preparar-se para as relações dialógicas. Implica assumir uma posição ética e política com relação a si e aos outros. É preparar-se para o diálogo que é a vida, que pode ser, inclusive ao mesmo tempo, amistoso ou bélico.

Referências

ANDRADE, Mário de. **Macunaíma**: o herói sem nenhum caráter. 2. ed. São Paulo, SP: Editora Nova Fronteira, 2013.

BAKHTIN, Mikhail. **Problemas da Poética de Dostoiévski**. 5. ed. Revista. Tradução: Paulo Bezerra. Rio de Janeiro, Forense Universitária, 2013.

BAKHTIN, Mikhail; VOLOSHINOV, Valentín. **Marxismo e filosofia da linguagem**: problemas fundamentais do método sociológico na ciência da linguagem. 16. ed. Tradução: Michel Lahud e Yara Frateschi Vieira. São Paulo: Hucitec, 2014.

BRASIL, 1988. Constituição da República Federativa do Brasil de 1988. Disponível em:
http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constituicao.htm. Acesso em: 21/10/2015.

CARNEIRO, Lucianne. Trabalhador brasileiro produz menos que o da Venezuela: Na América Latina, produtividade só supera a de bolivianos. **O Globo**, Rio de Janeiro, 02 mar. 2015. Disponível em:
<http://oglobo.globo.com/economia/trabalhador-brasileiro-produz-menos-que-da-venezuela-15475393>. Acesso em: 15/04/2016.

CAMINHA, Pero V. **Carta de Pero Vaz de Caminha**. Disponível em:
http://objdigital.bn.br/Acervo_Digital/livros_eletronicos/carta.pdf. Acesso em 14/10/2015.

CONFERENCE BOARD. Disponível em:
[https://www.conference-](https://www.conference-board.org/about/index.cfm?id=1980)

[board.org/about/index.cfm?id=1980](https://www.conference-board.org/about/index.cfm?id=1980). Acesso em 15/04/2016.

CASTEL, Robert. **As metamorfoses da questão social**: uma crônica do salário. 11. ed. Petrópolis: Vozes, 2013.

CRESPO, Silvio G. **Brasileiro produz menos que argentino e russo, e mais que chinês e indiano**. UOL Economia. Blog Achados Econômicos. Disponível em:
<<http://achadoseconomicos.blogosfera.uol.com.br/2014/08/21/brasileiro-produz-menos-que-argentino-e-russo-e-mais-que-chines-e-indiano/>>. Acesso em: 29/07/2016.

FOLHA DE S. PAULO. Editorial: Brasil improdutivo. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 22 abr. 2014. Disponível em:
<http://www1.folha.uol.com.br/opiniaio/2014/04/1443520-editorial-brasil-improdutivo.shtml>. Acesso em: 06/05/2015.

FOUCAULT, Michel. **A ordem do discurso**: aula inaugural no Collège de France, pronunciada em 2 de dezembro de 1970. 22.ed. São Paulo: Edições Loyola, 2012.

LEE, Sangheon; DEIRDRE, McCann; MESSENGER, Jon C. **Duração do Trabalho em Todo o Mundo**: Tendências de jornadas de trabalho, legislação e políticas numa perspectiva global comparada. Secretaria Internacional de Trabalho. Brasília: OIT, 2009. Disponível em:
http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/-americas/-ro-lima/-ilo-brasilia/documents/publication/wcms_229714.pdf. Acesso em 21/10/2015.

POCHMANN, Marcio. **Qual desenvolvimento?: Oportunidades e dificuldades do**

Brasil contemporâneo. 1. ed. São Paulo:
Publisher Brasil, 2009.

ROLLI, Claudia; FAGUNDES, Álvaro. Um
trabalhador americano produz como quatro
brasileiros. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 31
mai. 2015. Disponível em:
<http://www1.folha.uol.com.br/mercado/2015/05/1635927-1-trabalhador-americano-produz-como-4-brasileiros.shtml>. Acesso em:
15/04/2016.

THE ECONOMIST. The 50-year snooze.
The Economist, São Paulo, 19 abr. 2014.
Disponível em:
<http://www.economist.com/news/americas/21600983-brazilian-workers-are-gloriously-unproductive-economy-grow-they-must-snap-out>. Acesso em: 18/09/2014.

VOLOSHINOV, Valentin. A palavra na
vida e na poesia: introdução ao problema da
poética sociológica. In: BAKHTIN, Mikhail.
**Palavra própria e palavra outra na sintaxe
da enunciação**. São Carlos: Pedro & João
Editores, 2011.